

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Warung Bakso dan Mie Ayam Semangat yang terdapat di Kimpulan, Sleman, Yogyakarta. Objek penelitian ini adalah sebuah usaha kecil menengah yang memproduksi makanan seperti bakso, mie ayam, dan soto. Pemasaran ini dilakukan di wilayah Kimpulan dan sekitarnya. Di dalam penelitian ini metode dasar yang digunakan yaitu deskriptif analisis. Deskriptif analisis adalah suatu metode penelitian mengenai gambaran lengkap tentang hal-hal yang berkaitan dengan strategi bisnis, dimana data pada awalnya dikumpulkan, disusun, dan kemudian dianalisis.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data menjelaskan darimana memperoleh data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Berikut ini adalah data primer dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian.

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari sumber penelitian, biasanya dilakukan dengan survey langsung ke tempat penelitian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer pada penelitian ini adalah metode observasi dan teknik yang berdasarkan wawancara dan kuesioner pelanggan.

2. Data Sekunder

Data sekunder didapat secara tidak langsung. Data sekunder pada penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari UKM Warung Bakso dan Mie Ayam Semangat serta referensi-referensi pendukung dari jurnal dan buku.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan, diperlukan suatu metode pengumpulan data. Metode yang digunakan adalah:

1. Kuesioner

Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan hasil yang dibutuhkan untuk penelitian.

2. Observasi

Metode observasi ini merupakan kegiatan mengamati langsung objek penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian sehingga dapat diketahui secara nyata dengan sesuai kebutuhan penelitian.

3. Wawancara

Metode wawancara merupakan cara mendapatkan data dengan melakukan kegiatan tanya jawab langsung tentang masalah yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Metode wawancara ini biasanya dilakukan dengan pihak pemilik tempat penelitian untuk memperoleh data-data mengenai kondisi usaha yang didirikannya.

4. Data Historis

Data historis adalah teknik pengumpulan data dengan berdasarkan arsip-arsip atau data yang tersedia di tempat penelitian.

### **3.4 Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT. Hal ini bertujuan agar semua data yang dikumpulkan dapat mewakili keadaan nyata yang ada di perusahaan yang akan diukur oleh peneliti sehingga nantinya dapat menghasilkan kesimpulan yang relevan sesuai dengan fakta dan tujuan.

#### **3.4.1 Uji validitas dan reliabilitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid dan jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban

seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik. *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,6 (Ghozali, 2011).

### 3.4.2 Analisis SWOT

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk merumuskan strategi bisnis yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Disini analisis SWOT akan digunakan sebagai penganalisis lingkungan internal dan eksternal dari perusahaan sehingga nantinya dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di perusahaan tersebut. Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis SWOT adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan.
2. Menentukan nilai penting dari masing-masing item pernyataan pada masing-masing faktor lingkungan internal dan eksternal. Nilai penting dimulai dari 1 = sangat tidak penting, 2 = tidak penting, 3 = penting dan 4 = sangat penting.
3. Memberi bobot untuk masing-masing faktor dengan total nilai bobot adalah 1,00 untuk masing-masing faktor pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan cara membagi nilai penting dari setiap item pernyataan dengan besarnya jumlah keseluruhan nilai penting untuk setiap faktor pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Misal faktor kekuatan memiliki 7 (tujuh) item pernyataan, maka jumlah ketujuh nilai penting dari item pernyataan tersebut merupakan pembagi untuk masing-masing nilai penting dari setiap item pernyataan.
4. Menentukan rating untuk masing-masing item pernyataan pada faktor lingkungan internal dan eksternal. Rating dimulai dari 1 = tidak sangat baik, 2 = tidak baik, 3 = baik, dan 4 = sangat baik. Penentuan besarnya rating diambil dari nilai rata-rata untuk setiap item pernyataan dari hasil 33 responden. Pemberian nilai penting dan rating ini dilakukan oleh pihak perusahaan (responden) saat menjawab pernyataan-pernyataan dalam kuisioner.
5. Mengalikan bobot untuk tiap-tiap faktor penentu dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa skor yang kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor.

6. Membandingkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Apabila kekuatan lebih besar dari kelemahannya maka selisihnya antara faktor kekuatan dan kelemahannya positif, menandakan bahwa perusahaan relatif lebih kuat untuk bersaing. Apabila peluang lebih besar dari ancamannya, maka selisih antara faktor peluang dan ancaman positif, menandakan perusahaan mempunyai peluang bisnis lebih besar dibandingkan dengan ancaman yang ditimbulkan.
7. Membuat diagram SWOT dan menentukan posisi perusahaan dalam diagram tersebut. Dengan memahami posisi perusahaan dapat diformulasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi perusahaan melalui matrik SWOT.

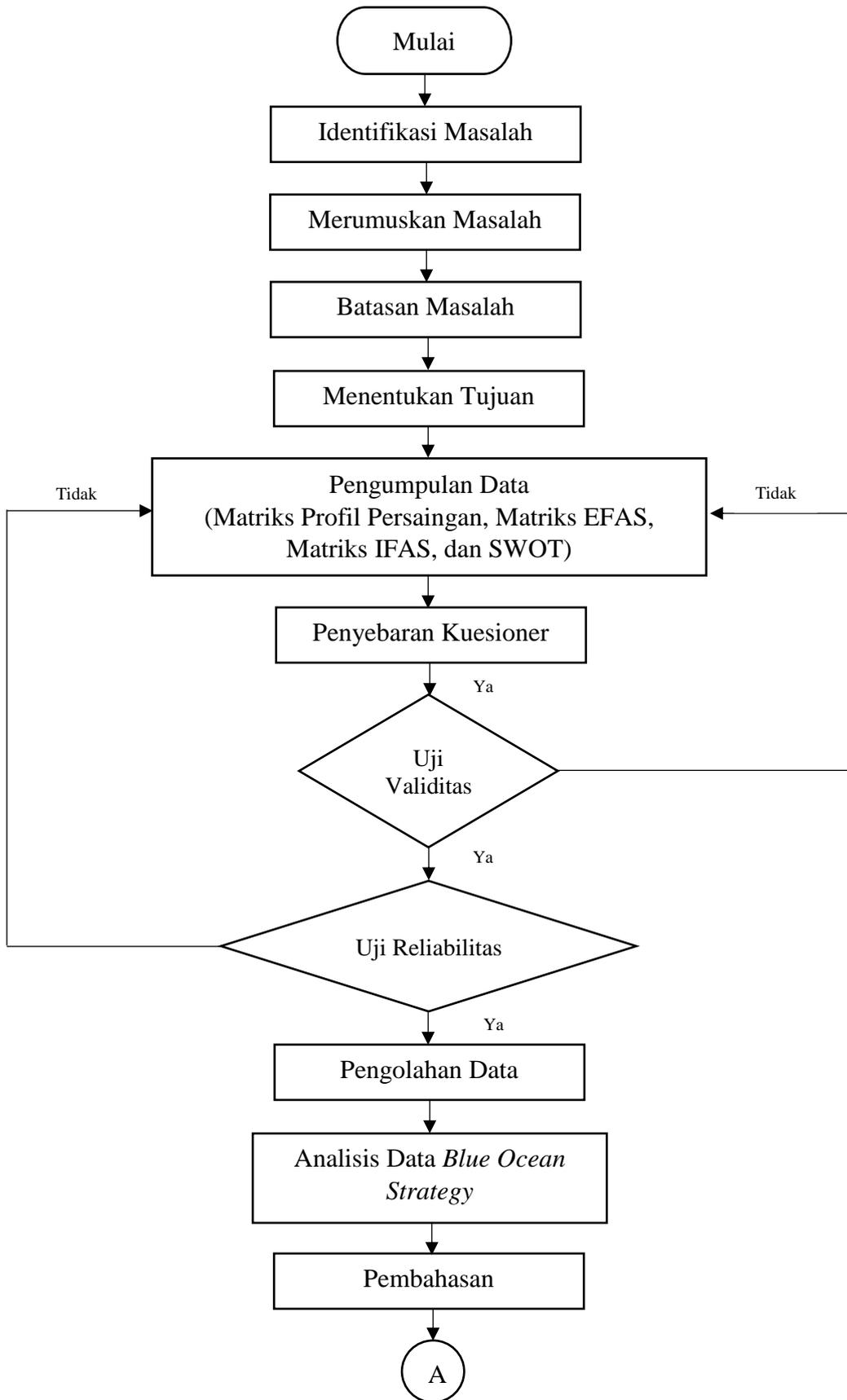
### **3.4.3 Blue Ocean Strategy**

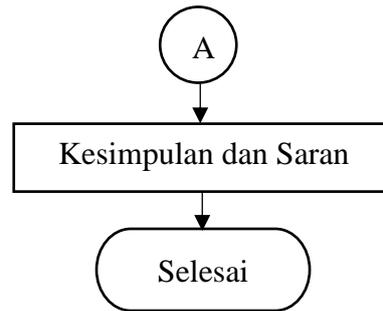
Di bawah ini merupakan proses yang akan dilakukan untuk mencapai *Blue Ocean Strategy*:

1. Menentukan faktor/aspek yang akan menjadi sarana persaingan antar perusahaan, contoh: harga, iklan, pelayanan, fitur keunggulan produk dan sebagainya.
2. Membuat kanvas strategi awal perusahaan yang diteliti dan pesaing dengan melihat keadaan sebenarnya pada kedua perusahaan.
3. Mengurangi, menghapus, meningkatkan, dan menciptakan faktor-faktor persaingan diawali dengan berbagai pertimbangan.
4. Melakukan perbandingan antara kanvas strategi baru dengan kanvas strategi lama dalam satu halaman.
5. Melakukan perbandingan antara kanvas strategi baru dengan kanvas strategi lama.

### **3.5 Alur Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, terdapat tahap-tahap yang harus dilakukan dimana tahapan penelitian tersebut dari awal sampai akhir dapat dilihat melalui *flowchart* seperti berikut:





Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian

### 3.5.1 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah yaitu menganalisis masalah yang terjadi diperusahaan kemudian diangkat menjadi sebuah penelitian yang bertujuan untuk mencari alternatif jalan keluar untuk memecahkan masalah tersebut.

### 3.5.2 Merumuskan masalah

Merumuskan permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian dan digunakan sebagai penentuan tujuan penelitian.

### 3.5.3 Batasan masalah

Batasan masalah yang dilakukan pada penelitian yang dapat dijadikan batasan dalam melakukan penelitian tersebut dengan metode *Blue Ocean Strategy*.

### 3.5.4 Menentukan tujuan

Menentukan tujuan yaitu membuat suatu titik fokus penelitian supaya lingkup permasalahan yang diteliti jelas.

### 3.5.5 Pengumpulan data

Melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara atau tanya jawab langsung kepada pemilik perusahaan serta melakukan observasi langsung bagaimana keadaan perusahaan yang sedang berlangsung. Penelitian ini juga dilengkapi dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen untuk memperoleh pendapat mengenai perusahaan tersebut.

### 3.5.6 Penyebaran kuesioner

Penyebaran kuisisioner ini ditujukan kepada responden yang sudah pernah membeli mie ayam dan bakso di warung mie ayam dan bakso semangat maupun di mie ayam dan bakso nunggal roso. Pengambilan data kuisisioner diambil secara random.

### 3.5.7 Uji kecukupan data

Uji kecukupan data digunakan untuk menganalisa apakah hasil pengumpulan data kuisisioner sudah mencukupi atau belum. Jika belum mencukupi maka dilakukan pengambilan data kuisisioner kembali. Dalam penentuan uji kecukupan data, jika kuisisioner memiliki banyak pertanyaan (variabel), maka cukup diambil dua variabel atau lebih untuk menentukan hasil uji kecukupan data (Tio, 2015). Adapun rumus uji kecukupan data yaitu:

$$N' = \left[ \frac{\frac{k}{s} \sqrt{N \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}}{\sum X_i} \right]^2$$

Keterangan:

$N'$  = Jumlah Pengamatan yang seharusnya dilakukan.

$k$  = Tingkat kepercayaan dalam pengamatan.

Jika tingkat keyakinan 99%, maka  $k = 2,58 \approx 3$

Jika tingkat keyakinan 95%, maka  $k = 1,96 \approx 2$

Jika tingkat keyakinan 68%, maka  $k \approx 1$

$s$  = Derajat ketelitian dalam pengamatan.

Jika tingkat keyakinan 99% maka  $s = 1\%$

Jika tingkat keyakinan 95% maka  $s = 5\%$  dst

$N$  = Jumlah Pengamatan yang sudah dilakukan.

$X_i$  = Data Pengamatan.

#### 3.5.7.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2007). Suatu kuesioner yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya validitas yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Agar diperoleh kesahihan dan keterandalan kuesioner, maka sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah:

- 1) Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka faktor tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka faktor tersebut tidak valid.

### **3.5.7.2 Uji reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari faktor atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2007). Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah (Gozali, 2007):

- 1) Apabila hasil *Cronbach Alpha* lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil *Cronbach Alpha* lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

### **3.5.8 Pengolahan data**

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan matriks EFAS, matriks IFAS dan SWOT.

### **3.5.9 Analisis data *blue ocean strategy***

Membuat strategi baru untuk keluar dari zona *red ocean* menuju ke *blue ocean* dengan menggunakan analisis SWOT dan *Blue Ocean Strategy*.

### **3.5.10 Pembahasan**

Setelah data diolah kemudian data dibahas satu per satu guna mengetahui apakah strategi yang telah dikembangkan lebih baik dari strategi sebelumnya.

### **3.5.11 Kesimpulan dan saran**

Langkah terakhir dari suatu penelitian adalah berupa penarikan kesimpulan berdasarkan pengumpulan data, analisis data dan tahap keputusan. Bagian kesimpulan juga dilengkapi dengan beberapa rekomendasi / saran untuk menyempurnakan hasil dari penelitian.