

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Faktor Internal

4.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 4.1 Logo mie ayam dan bakso semangat

Daerah Istimewa Yogyakarta atau biasa disingkat dengan DIY adalah salah satu daerah otonom setingkat provinsi yang ada di Indonesia. Propinsi ini beribukota di Yogyakarta. Yogyakarta adalah kota dengan banyak sebutan, mulai dari kota pelajar, kota perjuangan, kota kebudayaan, kota gudeg, kota pariwisata, dan masih banyak lagi.

Berbagai macam orang dengan latar belakang suku bangsa yang beragam tinggal di Yogyakarta. Sehingga tak heran kini mulai bermunculan berbagai macam hal baru yang sebelumnya tak begitu terkenal di daerah jogja, khususnya dalam bidang kuliner. Keadaan ini pun dimanfaatkan oleh banyak pengusaha untuk berlomba-lomba mendirikan usaha berbasis kuliner.

Nama badan usaha milik perseorangan yang kami teliti ini salah satunya adalah Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat yang bergerak di bidang olahan mie dan daging sapi. Nama Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat sendiri merupakan pemilik yang membuka usahanya dengan penuh semangat dan dapat menebarkan semangat kepada semua pelanggannya.

Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat dibuka pada tahun 2016 dengan harapan untuk memenuhi pecinta menu mie ayam dan bakso. Mie ayam dan bakso ini dibuat dengan cara tersendiri, dari olahan mie dengan tekstur yang kecil dan lembut di lidah. Komposisi dari terigu cakra bogasari dan telur. Resep turun-temurun dan dijamin kebersihannya serta dijamin

halal. Olahan daging ayam menggunakan ayam merah yang diperhatikan dari pemotongan, dipadu kuah kaldu rebusan ayam asli. Macam mie ayam yang tersedia ada mie ayam pangsit, mie ayam jumbo, mie ayam bakso urat, dan mie ayam endog (telur). Olahan bakso yang dibuat sendiri menggunakan daging sapi super, sehat, halal, dan bergizi. Komposisi bakso daging sapi dengan sedikit tepung sebagai perekat. Formula rempah pilihan dengan kaldu alami asli balung sapi. Macam baksonya ada bakso urat, bakso daging, dan bakso endog (telur). Porsi hidangannya adalah porsi yang standar dengan harga yang terjangkau bagi pelajar/mahasiswa. Berawal dari hal tersebut maka orang-orang lebih mengenal Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat. Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat buka dari jam 09.00 WIB - 20.00 WIB. Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat persisnya terletak di Dusun Krawitan, Kimpulan, Sleman. Selain mie ayam dan bakso, di warung ini juga tersedia soto ayam/sapi, nasi putih, dan kerupuk kaleng.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Visi merupakan gambaran tujuan di masa depan tentang akan jadi seperti apa sebuah organisasi atau lembaga. Menentukan visi berarti menentukan tujuan dan cita-cita yang ingin dicapai pada organisasi atau lembaga tersebut.

Menurut Wibisono (2006), visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Atau dapat dikatakan bahwa visi merupakan pernyataan *want to be* dari organisasi atau perusahaan. Visi juga merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Visi dari warung mie ayam dan bakso semangat adalah: “berusaha menjadikan warung mie ayam dan bakso menjadi favorit masyarakat serta dapat menjadikan warung mie ayam dan bakso semangat terbaik di Yogyakarta”.

2. Misi

Misi adalah apa yang dapat dilakukan untuk mencapai cita-cita atau gambaran masa depan (visi). Misi merupakan langkah-langkah dan strategi yang digunakan untuk mencapai visi.

Menurut Drucker (2000), Pada dasarnya misi merupakan alasan mendasar eksistensi suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi, terutama di tingkat unit bisnis menentukan batas dan maksud aktivitas bisnis perusahaan. Jadi perumusan misi

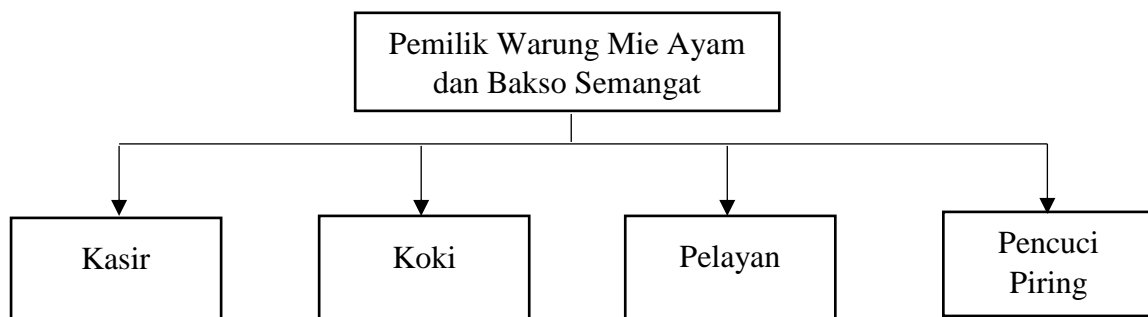
merupakan realisasi yang akan menjadikan suatu organisasi mampu menghasilkan produk dan jasa berkualitas yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggannya. Misi dari warung mie ayam dan bakso semangat adalah:

- a. Konsisten untuk selalu menjaga kualitas rasa
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan

4.1.3 Nilai Perusahaan

Hal terpenting pada warung mie ayam dan bakso semangat ini mengutamakan kepuasan konsumen dengan segala keunikan dan ciri khas konsep yang diberikan, sehingga pekerja yang ada harus melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Nilai tambah di warung mie ayam dan bakso semangat ini mempunyai ciri khas dari olahan mie ayam dan bakso nya dibuat dengan sendiri. Selain itu warung mie ayam dan bakso semangat ini selalu berusaha melakukan perbaikan mutu baik dari segi makanannya maupun fasilitasnya.

4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.2 Struktur Organasisasi

4.1.5 Data Operasional

1. Produk yang dipasarkan

Warung mie ayam dan bakso semangat menjual berbagai macam makanan dengan bahan dasar tepung dan daging sapi yang di padukan dengan topping yang enak. Warung mie ayam dan bakso semangat menyediakan menu yang cukup menarik bagi kalangan pelajar/mahasiswa seperti mie ayam pangsit, mie ayam jumbo, soto ayam/sapi, nasi putih, bakso urat, bakso daging, dan bakso endog (telur), serta tambahan sayur (brokoli, jamur, dan wortel).

2. Sumber pemasok

Ayam potong sendiri dipasok dari salah satu kerabat yang sudah ahli dalam pemotongan ayam secara sesuai syariat islam di daerah Desa Sembung. Daging sapi sendiri dipasok dari salah satu saudara yang memiliki tempat pemelihara sapi, pemotongan sapi, serta penggilingan daging sapi di daerah Labasan, Pakem. Sedangkan bahan dasar mie, sayur-sayuran, bumbu dapur, telur dipasok dari Pasar Degolan Sleman.

4.1.6 Produk



Gambar 4.3 Produk

4.1.7 Data pemasaran dan distribusi

Proses pemasaran yang dilakukan oleh Warung mie ayam dan bakso semangat dilakukan dengan menggunakan 2 cara:

1. Secara langsung

Warung mie ayam dan bakso semangat melakukan promosi dengan membuka *outlet* disekitar lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia dan pusatnya di daerah Kimpulan. Selain itu Warung mie ayam dan bakso semangat juga menyebarkan brosur untuk menarik pelanggan.

2. Secara *online*

Warung mie ayam dan bakso semangat juga memasarkan produknya secara *online* melalui media sosial seperti *facebook* dan juga *broadcast* menggunakan aplikasi *WhatsApp*.

4.2 Faktor Eksternal

4.2.1 Ekonomi

Kondisi perekonomian di kota Yogyakarta semakin berkembang sangat pesat. Budaya jawa yang masih sangat kental ini yang membuat kota Yogyakarta menarik minat wisatawan baik asing maupun domestik. Tentu saja selain ingin berkunjung ke tempat-tempat wisata yang bersejarah seperti Keraton, Candi Prambanan, Candi Borobudur dan lain sebagainya, wisatawan pastinya juga akan berwisata kuliner untuk menikmati makanan khas Yogyakarta. Hal ini tentunya juga dapat menjadi peluang bagi wirausaha dibidang kuliner. Begitu juga dengan pemilik warung mie ayam dan bakso semangat yang mengambil peluang kota Yogyakarta sebagai kota wisata. Selain mengambil peluang dari kota Yogyakarta sebagai kota wisata, warung mie ayam dan bakso semangat juga mengambil peluang dari julukan lain kota Yogyakarta yaitu Kota Pelajar. Budaya mahasiswa yang menginginkan kuliner yang enak dan murah, juga tempat untuk berkumpul bersama teman, sahabat, maupun keluarga yang nyaman dan asik merupakan salah satu faktor warung mie ayam dan bakso semangat mendirikan *outlet* di dekat kampus Universitas Islam Indonesia. Hal tersebut sangat sesuai dengan segmen yang dituju yaitu menengah kebawah dan target pasarnya adalah kalangan pelajar dan mahasiswa. Warung mie ayam dan bakso semangat menyajikan berbagai menu mie ayam dan bakso yang enak.

4.2.2 Teknologi

Kemajuan teknologi sekarang ini yang semakin pesat, dapat dijadikan peluang bagi para wirausaha untuk memperkenalkan produknya di masyarakat luas. Misalnya, dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu alatnya. Penggunaan internet yang telah menjadi gaya hidup dikalangan masyarakat juga dapat dijadikan salah faktor menarik konsumen untuk membeli produk jualannya. Tentunya ini merupakan peluang bagi pemilik warung mie ayam dan bakso semangat untuk melakukan promosi secara gencar dengan menawarkan penawaran yang menarik. Efek dengan menggunakan media sosial internet akan menciptakan penyebaran informasi yang lebih cepat, dan tercipta efek WOM (*World of Mouth*) selain menggunakan

media sosial sebagai alat untuk promosi. Oleh karena itu, langkah baiknya pengelola membuat *web* untuk melakukan promosi yang lebih, sehingga info yang didapat oleh konsumen atau yang ingin membeli *franchise* lebih lengkap.

4.2.3 Konsumen

Konsumen warung mie ayam dan bakso semangat sendiri sebagian besar adalah pelajar dan mahasiswa. Target konsumen warung mie ayam dan bakso semangat yaitu segmen menengah kebawah, yaitu dimana harga yang ditawarkan relatif terjangkau target pasar, target pasar warung mie ayam dan bakso semangat sendiri yaitu pelajar dan mahasiswa. Hal tersebut memungkinkan pemasaran warung mie ayam dan bakso semangat sangat luas mengingat bahwa Yogyakarta adalah kota pelajar. Mayoritas penduduk Yogyakarta yaitu usia yang produktif, sehingga sesuai dengan segmen yang dituju. Selain itu Yogyakarta sebagai kota wisata dan budaya menjadikan peluang pemasaran baru bagi warung mie ayam dan bakso semangat. Konsumen pada jaman sekarang khususnya di Yogyakarta lebih menginginkan hal yang praktis, seperti mobilitas masyarakat jogja yang padat menjadikan warung mie ayam dan bakso semangat menjadi pilihan menu makanan bagi konsumen.

4.2.4 Pesaing

Saat ini khususnya di Yogyakarta sudah banyak wirausaha muda menyajikan makanan berkuah dengan rasa yang beda dan harga yang bersaing. Dengan demikian warung mie ayam dan bakso semangat harus bisa lebih unggul dari pesaingnya dari segi harga, keunikan, dan rasa yang berbeda antar warung mie ayam dan bakso lainnya. Supaya bisa menjadi yang nomer satu maka warung mie ayam dan bakso semangat harus mempunyai nilai tambah dari pesaing yaitu dengan cara meningkatkan kualitas rasa, pelayanan, fasilitas, tempat yang nyaman dan promosi. Tentu harus menambah inovasi supaya tidak mengalami penurunan dan tetap unggul dikalangan pesaing. Usaha ini demi untuk meningkatkan posisi warung mie ayam dan bakso semangat dibandingkan dengan usaha sejenis agar tetap bisa berkembang dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

Dari analisis ke empat elemen eksternal di atas, dapat disimpulkan beberapa indikator yang menjadi peluang dan ancaman bagi warung mie ayam dan bakso semangat adalah sebagai berikut:

1. Indikator peluang (*Opportunities*)

- a. Memberikan lapangan pekerjaan
- b. Banyaknya peminat dari kalangan pelajar dan mahasiswa
- c. Bahan baku mudah didapat
- d. Produk yang dijual digemari masyarakat
- e. Adanya pergantian mahasiswa setiap tahun
- f. Harga pesaing lebih mahal

2. Indikator ancaman (*Threats*)

- a. Banyak jenis usaha yang serupa
- b. Harga bahan baku yang tidak menentu
- c. Teknologi promosi yang semakin maju
- d. Semakin banyak inovasi baru dibidang kuliner
- e. Adanya isu pemakaian bahan pengawet

Berdasarkan beberapa indikator dari peluang dan ancaman yang terdapat pada Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat, bahwa dari indikator tersebut dapat menciptakan persaingan antar Warung Mie Ayam dan Bakso Nunggal Roso. Karena dari pemilik Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat ini memiliki pesaing dengan Warung Mie Ayam dan Bakso Nunggal Roso. Sebab dalam memilih pesaing itu ada di bidang yang sama, memenuhi kebutuhan yang sama, serta posisinya yang berdekatan. Di mana Warung Mie Ayam dan Bakso Nunggal Roso untuk dijadikan pesaing dari segi harga, keunikan, dan rasa yang berbeda, serta penikmat mie ayam dan bakso lainnya.

4.3 Data Tanggapan Konsumen

4.3.1 Variabel yang digunakan dalam kuisioner

Data tanggapan kuisioner digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan dari Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat dengan membandingkan warung mie ayam dan bakso Nunggal Roso, maka akan didapatkan kekuatan dan kelemahan dari Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat. Dalam penyusunan kuisioner pada penelitian ini menggunakan 12 variabel. Adapun variabel tersebut adalah sebagai berikut:

X_1 = Harga yang ditawarkan terjangkau

X_2 = Dekorasi tempat yang menarik

X_3 = Citarasa yang disajikan enak

X_4 = Produk mempunyai keunikan/ciri khas

X₅ = Fasilitas yang baik

X₆ = Lahan parkir yang luas

X₇ = Terdapat promosi penjualan (memasang iklan di media sosial)

X₈ = Keramahan dan kesopanan karyawan

X₉ = Cepat dalam menyajikan pesanan

X₁₀ = Lokasi warung yang strategis

X₁₁ = Tempat makan yang luas

X₁₂ = Adanya cabang ditempat lain

Variabel - variabel tersebut nantinya akan disebarakan kepada 33 responden dan hasilnya akan digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari warung mie ayam dan bakso semangat.

HASIL KUESIONER

a. Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat

Tabel 4.1 Hasil Kuisisioner Mie Ayam dan Bakso Semangat (Hasil Olah Data, 2018)

No	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂
1	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
5	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3
6	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2
7	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4
9	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
10	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	2	3
12	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3
13	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2
14	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
15	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2
16	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3
17	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
18	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
19	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3
20	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3
21	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
22	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3

23	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
24	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
26	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
27	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2
28	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3
29	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4
30	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3
31	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3
32	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3
33	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4
Total	116	111	111	108	109	97	89	107	83	84	94	100
Rata-rata	3.51	3.36	3.36	3.27	3.30	2.94	2.69	3.24	2.51	2.55	2.85	3.03

b. Warung Mie Ayam dan Bakso Nunggal Roso

Tabel 4.2 Hasil Kuisisioner Mie Ayam dan Bakso Nunggal Roso (Hasil Olah Data, 2018)

No	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂
1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	4	3
4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3
6	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4
7	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
8	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3
10	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	4
11	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3
12	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3
13	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3
14	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3
15	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
16	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
17	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
18	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3
19	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
20	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3
21	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2
22	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
23	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3
24	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4

26	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4
27	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
28	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
30	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
31	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3
32	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
33	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4
Total	110	109	105	109	115	110	97	104	91	93	106	106
Rata-rata	3.33	3.30	3.18	3.30	3.48	3.33	2.94	3.15	2.76	2.81	3.21	3.21

4.4 Pengolahan Hasil Data Kuisisioner

4.4.1 Uji kecukupan data

Uji kecukupan data dilakukan untuk dapat menentukan jumlah data atau sampel minimal yang harus didapatkan untuk dapat mewakili dari keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh bersifat objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Sampel minimal dapat diketahui berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

N' = Jumlah pengamatan yang seharusnya dilakukan

K = Tingkat kepercayaan dalam pengamatan

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

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

Jika tingkat keyakinan 68%, maka $k = 1$

s = Derajat ketelitian dalam pengamatan

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

jika tingkat keyakinan 95% maka $s = 5\%$

jika tingkat keyakinan 90% maka $s = 10\%$

N = Jumlah pengamatan yang sudah dilakukan

X_i = Data Pengamatan

Contoh perhitungan kecukupan data

Berikut merupakan contoh perhitungan validasi dengan menggunakan variabel X_1 pada objek penelitian Warung Mie Ayam dan Bakso Semangat.

- a. Variabel harga yang ditawarkan terjangkau (X_1)

$$N' = \left[\frac{\frac{1,96}{0,1} \sqrt{33 \times 416 - 116^2}}{116} \right]^2$$

$$= \left[\frac{323,25}{117} \right]^2 = 7,76$$

$N \geq N'$ maka dapat dinyatakan bahwa data sudah cukup untuk menjadi sampel.

- b. Variabel dekorasi tempat yang menarik (X_2)

$$N' = \left[\frac{\frac{1,96}{0,1} \sqrt{33 \times 385 - 111^2}}{111} \right]^2$$

$$= \left[\frac{384,08}{108} \right]^2 = 11,97$$

$N \geq N'$ maka dapat dinyatakan bahwa data sudah cukup untuk menjadi sampel.

Tabel 4.3 Kecukupan Data Mie Ayam dan Bakso Semangat

No	Variabel	N'	N	Keterangan
1	X_1	7,76	33	Data Tercukupi
2	X_2	11,97	33	Data Tercukupi
3	X_3	7,85	33	Data Tercukupi
4	X_4	7,11	33	Data Tercukupi
5	X_5	9,57	33	Data Tercukupi
6	X_6	16	33	Data Tercukupi
7	X_7	11,15	33	Data Tercukupi
8	X_8	11,13	33	Data Tercukupi
9	X_9	15,17	33	Data Tercukupi
10	X_{10}	21,89	33	Data Tercukupi
11	X_{11}	20,43	33	Data Tercukupi
12	X_{12}	16,44	33	Data Tercukupi

Tabel 4.4 Kecukupan Data Mie Ayam dan Bakso Nunggal Roso

No	Variabel	N'	N	Keterangan
1	X ₁	16,06	33	Data Tercukupi
2	X ₂	9,57	33	Data Tercukupi
3	X ₃	10,24	33	Data Tercukupi
4	X ₄	11,7	33	Data Tercukupi
5	X ₅	11,73	33	Data Tercukupi
6	X ₆	9,78	33	Data Tercukupi
7	X ₇	18,7	33	Data Tercukupi
8	X ₈	12	33	Data Tercukupi
9	X ₉	18,47	33	Data Tercukupi
10	X ₁₀	15,99	33	Data Tercukupi
11	X ₁₁	10,74	33	Data Tercukupi
12	X ₁₂	12,99	33	Data Tercukupi

4.4.2 Uji validitas

Uji validitas merupakan prosedur pengujian untuk melihat apakah alat ukur yang berupa kuisisioner dapat mengukur kevalidan data dengan cermat atau tidak. Semakin tinggi validitas, maka nilai kesalahan semakin kecil. Semakin mendekati angka 1 semakin baik. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS (Statistical Package for Service Solution) versi 22*. Berikut merupakan langkah-langkah dalam menguji validitas data:

1. Menentukan Hipotesis

H₀ : Data dari hasil kuesioner *valid*

H₁ : Data dari hasil kuesioner tidak *valid*

Tingkat signifikansi

$\alpha = 0,05$

2. Menentukan nilai r-tabel

Untuk memperoleh angka kritis pada tabel angka kritis nilai r, perlu dihitung derajat kebebasan terlebih dahulu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} df &= N-2 \\ &= 33-2 = 31 \end{aligned}$$

Keterangan :

df = Derajat kebebasan

N = Jumlah sampel

Maka r tabel yang didapat adalah 0,344

3. Mencari r-hitung

Pengujian validitas dalam penelitian ini memperoleh hasil r-hitung dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Package for Service Solution) versi 22*. Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas beberapa pertanyaan kuisisioner adalah *Correlation Product Moment* dari *Karl Person* (validitas isi). Berikut hasil r-hitung yang didapat:

Tabel 4.5 Uji Validitas Mie Ayam & Bakso Semangat

Variabel	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X ₁	0,804	0,344	<i>Valid</i>
X ₂	0,620	0,344	<i>Valid</i>
X ₃	0,622	0,344	<i>Valid</i>
X ₄	0,593	0,344	<i>Valid</i>
X ₅	0,750	0,344	<i>Valid</i>
X ₆	0,636	0,344	<i>Valid</i>
X ₇	0,697	0,344	<i>Valid</i>
X ₈	0,674	0,344	<i>Valid</i>
X ₉	0,776	0,344	<i>Valid</i>
X ₁₀	0,699	0,344	<i>Valid</i>
X ₁₁	0,569	0,344	<i>Valid</i>
X ₁₂	0,643	0,344	<i>Valid</i>

Tabel 4.6 Uji Validitas Mie Ayam & Bakso Nunggal Roso

Variabel	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X ₁	0,384	0,344	<i>Valid</i>
X ₂	0,371	0,344	<i>Valid</i>
X ₃	0,424	0,344	<i>Valid</i>
X ₄	0,498	0,344	<i>Valid</i>

X ₅	0,693	0,344	<i>Valid</i>
X ₆	0,427	0,344	<i>Valid</i>
X ₇	0,579	0,344	<i>Valid</i>
X ₈	0,518	0,344	<i>Valid</i>
X ₉	0,610	0,344	<i>Valid</i>
X ₁₀	0,492	0,344	<i>Valid</i>
X ₁₁	0,521	0,344	<i>Valid</i>
X ₁₂	0,589	0,344	<i>Valid</i>

4. Mengambil Keputusan

- a. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka data dari hasil tersebut valid.
- b. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka data dari hasil tersebut tidak valid.

4.4.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Semakin tinggi reliabilitas alat pengukur, maka semakin stabil pula pengukur tersebut. Pengukuran reliabilitas menggunakan perhitungan koefisien *Cronbach Alpha* dan dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Package for Service Solution) versi 22*. Setelah dilakukan uji validitas maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah uji reliabilitas. Langkah-langkah dalam uji reliabilitas:

1. Menentukan hipotesis

H₀ : Data dari hasil kuesioner reliabel

H_i : Data dari hasil kuesioner tidak reliabel

2. Menentukan nilai r-tabel

Untuk memperoleh angka kritis pada tabel angka kritis nilai r, perlu dihitung derajat kebebasan terlebih dahulu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} df &= N-2 \\ &= 33-2 = 31 \end{aligned}$$

Keterangan :

df = Derajat kebebasan

N = Jumlah sampel

Maka r tabel yang didapat adalah 0,344

3. Mencari r-hasil

Kapasitas penilaian tingkat reliabilitas sangat ditentukan oleh berapa jauh resiko *alfa* bila diterima sedikit resiko, semakin besar nilai α yang dihasilkan (lebih besar dari 0,6) berarti data-data kuisioner semakin reliabel.

4. Mengambil keputusan

Jika koefisien $\alpha > 0,6$, maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel.

Jika koefisien $\alpha < 0,6$, maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

Warung	<i>Koefisien Cronbach Alpha</i>	Nilai batas bawah	Keterangan
Mie Ayam & Bakso Semangat	0,886	0,60	Reliabel
Mie Ayam & Bakso Nunggal Roso	0,741	0,60	Reliabel

Dari hasil perhitungan reliabilitas pada tabel 4.7 menunjukkan nilai hasil reliabilitas masing-masing warung adalah $> 0,60$ (nilai *Cronbach Alpha*), maka dari hasil ini dapat diperoleh suatu kesimpulan bahwa semua variabel pada kuesioner tersebut dikatakan reliabel.

4.4.4 Rekapitulasi hasil kuesioner

Analisis deskriptif menjelaskan tentang seberapa tinggi tingkat penilaian responden terhadap masing-masing variabel. Analisis ini ditunjukkan dengan skor rata-rata (*mean*). Dalam penilaian skala *Likert* skor terendah adalah 1 (sangat tidak setuju) dan tertinggi adalah 4 (sangat setuju), dengan membagi kelas penilaian menjadi empat kelas maka dapat ditentukan besarnya interval adalah:

Skor persepsi terendah adalah 1

Skor persepsi tertinggi adalah 4

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi sebagai berikut:

1,00 – 1,75 : Sangat Tidak Setuju (Nunggal Roso jauh lebih baik dari Semangat)

1,76 – 2,50 : Tidak Setuju (Nunggal Roso sedikit lebih baik dari Semangat)

2,51 – 3,25 : Setuju (Semangat sedikit lebih baik dari Nunggal Roso)

3,26 – 4,00 : Sangat Setuju (Semangat jauh lebih baik dari Nunggal Roso)

Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Mie Ayam & Bakso Semangat

Variabel	Frekuensi Responden				Rata-rata
	1	2	3	4	
X ₁	-	-	16	17	3,74
X ₂	-	2	17	14	3,58
X ₃	-	-	21	12	3,58
X ₄	-	-	24	9	3,48
X ₅	-	1	21	11	3,51
X ₆	-	7	21	5	3,12
X ₇	-	10	23	0	2,87
X ₈	-	2	21	10	3,45
X ₉	-	16	17	0	2,67
X ₁₀	-	17	14	2	2,70
X ₁₁	-	10	18	5	3,03
X ₁₂	-	6	20	7	3,22

Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Mie Ayam & Bakso Nunggal Roso

Variabel	Frekuensi Responden				Rata-rata
	1	2	3	4	
X ₁	-	4	13	15	3,45
X ₂	-	1	20	10	3,29
X ₃	-	2	21	7	3,06
X ₄	-	2	17	11	3,19
X ₅	-	2	12	16	3,35
X ₆	-	1	20	10	3,29
X ₇	-	8	17	6	2,93
X ₈	-	3	23	6	3,19

X ₉	-	11	17	3	2,74
X ₁₀	-	9	19	3	2,80
X ₁₁	-	2	21	7	3,06
X ₁₂	-	3	20	9	3,29

4.4.5 Penentuan nilai *strengths* dan *weaknesses*

Nilai dari rata-rata dari setiap variabel nantinya dipilih yang paling mendekati kriteria Sangat Setuju. Jika hasil rata-rata variabel warung mie ayam dan bakso semangat > warung mie ayam dan bakso nunggal roso maka variabel tersebut dijadikan *Strengths* dan jika hasil rata-rata variabel warung mie ayam dan bakso semangat < warung mie ayam dan bakso nunggal roso maka variabel tersebut dijadikan *Weaknesses*.

Tabel 4.10 Penentuan *Strengths* dan *Weaknesses* dari Hasil Kuesioner

Variabel	Warung mie ayam & bakso semangat	Warung mie ayam & bakso nunggal roso	Keterangan
X ₁	3,74	3,45	<i>Strength</i>
X ₂	3,58	3,29	<i>Strength</i>
X ₃	3,58	3,06	<i>Strength</i>
X ₄	3,48	3,19	<i>Strength</i>
X ₅	3,51	3,35	<i>Strength</i>
X ₆	3,12	3,29	<i>Weakness</i>
X ₇	2,87	2,93	<i>Weakness</i>
X ₈	3,45	3,19	<i>Strength</i>
X ₉	2,67	2,74	<i>Weakness</i>
X ₁₀	2,70	2,80	<i>Weakness</i>
X ₁₁	3,03	3,06	<i>Weakness</i>
X ₁₂	3,22	3,29	<i>Weakness</i>

4.5 Eksternal Faktor Analisis Strategi (EFAS)

Penjelasan matriks evaluasi dari faktor eksternal:

1. Faktor-faktor strategi eksternal berupa peluang dan ancaman diperoleh dari lingkungan luar perusahaan.

2. Pembobotan dimulai dari 1,00 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Faktor yang memberikan pengaruh besar dari Semangat diberi bobot tinggi.
3. Rating menunjukkan seberapa efektif strategi Semangat saat ini menjawab faktor-faktor yang ada. Pemberian nilai rating dimulai dari skala 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluang kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Jika nilai ancaman sangat besar diberi rating 1, tetapi jika ancaman kecil diberi rating 4.

Tabel 4.11 Matriks EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
· Memberikan lapangan pekerjaan	0,04	4	0,16
· Banyaknya peminat dari kalangan pelajar/mahasiswa	0,04	4	0,16
· Bahan baku mudah didapat	0,1	4	0,4
· Produk yang dijual digemari masyarakat	0,1	4	0,4
· Adanya pergantian mahasiswa setiap tahun	0,1	4	0,4
· Harga para pesaing lebih mahal	0,1	3	0,3
			1,82
Ancaman	Jumlah		
· Banyak jenis usaha yang serupa	0,1	2	0,2
· Harga bahan baku yang tidak menentu	0,1	2	0,2
· Teknologi promosi yang semakin maju	0,1	2	0,2
· Semakin banyak inovasi baru dibidang kuliner	0,1	2	0,2
· Adanya isu pemakaian bahan pengawet	0,1	2	0,2
Jumlah			1
Total	1		2,82

4.6 Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS)

Penjelasan matriks evaluasi dari faktor internal:

1. Faktor-faktor strategi internal berupa kekuatan dan kelemahan diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner.

2. Pembobotan dimulai dari 1,00 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Faktor yang memberikan pengaruh besar dari Semangat diberi bobot tinggi.
3. Rating menunjukkan seberapa efektif strategi Semangat saat ini menjawab faktor-faktor yang ada. Pemberian nilai rating dimulai dari skala 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan bersifat positif (kekuatan yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika kekuatan kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating kelemahan adalah kebalikannya. Jika nilai kelemahan sangat besar diberi rating 1, tetapi jika kelemahan kecil diberi rating 4.

Tabel 4.12 Matriks IFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
· Harga yang ditawarkan terjangkau	0,1	4	0,4
· Dekorasi tempat yang menarik	0,02	4	0,08
· Citarasa yang disajikan enak	0,2	4	0,8
· Produk mempunyai keunikan/ciri khas	0,1	4	0,4
· Fasilitas yang baik	0,1	4	0,4
· Keramahan dan kesopanan karyawan	0,2	4	0,4
Jumlah			2,48
Kelemahan			
· Lahan parkir yang luas	0,1	2	0,2
· Terdapat promosi penjualan (memasang iklan di media sosial)	0,04	2	0,08
· Cepat dalam menyajikan pesanan	0,1	3	0,3
· Lokasi warung yang strategis	0,1	2	0,2
· Tempat makan yang luas	0,1	2	0,2
· Adanya cabang ditempat lain	0,03	2	0,06
Jumlah			1,04
Total	1		3,52

4.7 Matriks Profil Persaingan

Matrik profil persaingan adalah faktor persaingan dari kedua perusahaan kemudian dibandingkan hasilnya. Semakin besar nilai bobot menunjukkan tingkat kepentingan dari

masing-masing faktor. Nilai rating diberikan atas dasar keadaan perusahaan. Berikut merupakan penjelasan dari setiap nilai rating:

1. Nilai rating 1, jika Semangat kondisinya sangat lemah dibandingkan pesaing.
2. Nilai rating 2, jika kondisi Semangat sedikit lemah dibandingkan pesaing.
3. Nilai rating 3, jika Semangat memiliki kondisi sedikit lebih kuat dibanding pesaing.
4. Nilai rating 4, jika Semangat memiliki kondisi paling kuat dibandingkan pesaing.

Tabel 4.13 Matriks Profil Persaingan

Faktor Strategis	Bobot	Warung Mie Ayam & Bakso Semangat		Warung Mie Ayam & Bakso Nunggal Roso	
		Rating	Skor	Rating	Skor
· Harga yang ditawarkan terjangkau	0,1	4	0,4	4	0,4
· Dekorasi tempat yang menarik	0,02	3	0,06	3	0,06
· Citarasa yang disajikan enak	0,2	4	0,6	4	0,6
· Produk mempunyai keunikan/ciri khas	0,1	4	0,32	3	0,24
· Fasilitas yang baik	0,1	4	0,24	3	0,18
· Keramahan dan kesopanan karyawan	0,2	4	0,64	3	0,48
· Lahan parkir yang luas	0,1	2	0,16	3	0,24
· Terdapat promosi penjualan (memasang iklan di media sosial)	0,04	3	0,12	3	0,12
· Cepat dalam menyajikan pesanan	0,1	3	0,3	4	0,4
· Lokasi warung yang strategis	0,1	2	0,16	3	0,24
· Tempat makan yang luas	0,1	3	0,3	4	0,4
· Adanya cabang ditempat lain	0,03	2	0,06	4	0,12
Total	1		3,4		3,5