

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di gerai *Traditional food* yang merupakan tempat makan tradisional yang berada di Eatventure Jogja City Mall (JCM). Gerai *Traditional food* ini terletak di lantai dua salah satu gerai *Eatventure foodcourt* di JCM. Objek penelitiannya adalah konsumen dan non-konsumen *traditional food* yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM).

3.2 Identifikasi Masalah

Dalam pengidentifikasian masalah, peneliti berfokus pada perancangan strategi penjualan makanan, dengan upaya untuk memenangkan persaingan dalam bisnis, dengan cara melakukan analisis dengan menggunakan Strategi Samudra Biru di gerai *Traditional food* yang merupakan tempat makan tradisional yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) dengan pesaing lainnya, dan menghasilkan suatu strategi penjualan yang baru dengan menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy*.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya, yakni sumber berasal dari gerai *Traditional food* yang merupakan tempat makan tradisional yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM). Data primer meliputi:

- a. Data umum perusahaan meliputi sejarah berdirinya perusahaan, serta informasi yang berkaitan dengan penelitian.
- b. Data aktual, meliputi data-data umum perusahaan yang didapatkan dengan wawancara.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang berasal dari sumber lain seperti hasil penelitian terdahulu, jurnal, dan lain-lain, yang digunakan untuk mendapatkan dan menggali teori-teori yang dapat mendukung pemecahan masalah dalam penelitian.

3.4 Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data-data yang dibutuhkan didapatkan, langkah selanjutnya adalah mengolahnya dengan model matematis yang sesuai dengan metode yang digunakan. Kemudian melakukan pengolahan data, yang selanjutnya dianalisis hasilnya berupa kesimpulan dari penelitian yang dilakukan ini.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Pada bagian teknik pengolahan dan analisis data, akan menjelaskan secara singkat, padat, dan jelas mengenai tahapan dalam penerapan *Blue Ocean Strategy*. Berikut adalah tahapan-tahapan pengolahan data:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif variable digunakan untuk mengetahui gambaran dari variable-variabel yang diujikan yang diisi oleh responden mengenai indikator-indikator yang ada dalam penelitian tersebut (Sugiyono, 2016:46). Kategori variable-variabel tersebut dapat diketahui dengan membuat interval dengan rumusan sebagai berikut:

$$Interval = \frac{Skor\ Max - Skor\ Min}{Banyak\ Kelas} = \frac{10 - 1}{5} = 1,8$$

2. Analisis Crosstab

Analisis tabulasi silang atau disebut juga dengan *Crosstab* merupakan salah satu analisis korelasi yang digunakan untuk melihat hubungan antar variable. Sehingga analisis tabulasi silang ini dapat digunakan untuk menganalisa lebih dari dua variable. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *crosstab* untuk melihat hubungan antara usia, pendapatan, dan pendidikan dengan pendapat, penilaian, argument dan realita terhadap makanan tradisional pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM).

3. Analisis Strategi

Analisis strategi adalah analisis yang digunakan untuk menentukan posisi dari suatu usaha sehingga peneliti dapat menentukan strategi yang harus dilakukan dalam pengembangan suatu usaha (Rangkuti, 2013:12). Analisis ini perlu dilakukan sebelum melakukan analisis *Blue Ocean Strategy* (BOS).

Sebelum melakukan analisis dengan *blue ocean strategy*, penelitian ini terlebih dahulu melakukan analisis SWOT – menentukan faktor internal dan eksternal (IFAS dan EFA) – kemudian dengan menentukan kuadran dari objek penelitian. Hal ini dilakukan (analisis strategi) guna melihat posisi antara objek yang diteliti dengan pesaing pada keadaan yang sesungguhnya).

4. Analisis *Blue Ocean Strategy* (BOS)

Blue ocean strategy pada dasarnya merupakan sebuah siasat untuk menaklukkan pesaing melalui tawaran fitur produk yang inovatif, dan selama ini diabaikan oleh para pesaing (Kim & Mauborgne, 2014). Sebelum melakukan analisis *blue ocean*, adapun langkah-langkah yang harus dilakukan adalah menentukan kanvas strategi – kerangka kerja empat langkah.

Kanvas strategi sendiri memiliki fungsi yaitu merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal. Hal ini memungkinkan kita untuk memahami dimana kompetisi saat ini sedang terjadi dan memahami faktor-faktor apa saja yang dijadikan sebagai ajang kompetisi dalam produk, jasa dan pengiriman, serta memahami apa yang didapatkan

customer dari perawatan kompetitif yang ada di pasaran (Kim & Mauborgne, 2014).

Melakukan empat langkah kerja dari *Blue Ocean Strategy* (BOS) yaitu menghapuskan, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan.

Membuat Skema Hapuskan – Kurangi – Tingkatkan – Ciptakan dan menentukan fokus, gerakan menjauh serta strategi berdasarkan *Blue Ocean Strategy* (BOS).

