

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Coffee Shop Homeals* Bogor. Penelitian ini dilaksanakan dengan tahap persiapan mulai dari penyusunan proposal penelitian skripsi, tahap pelaksanaan mulai dari surat izin penelitian, pelaksanaan observasi dan wawancara hingga proses penelitian pemasaran berlangsung, tahap analisa data dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi hingga penyusunan skripsi.

Tabel 4 (3.1 Waktu dan Tempat Penelitian)

NO	KEGIATAN	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT
1	Penyusunan pra Proposal						
2	Proposal						
3	Penyusunan revisi proposal						
4	Pengumpulan data						
6	Observasi dan Wawancara						
7	Penyusunan bab 4 dan 5						

3.2 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu pengelolaan data yang bersifat uraian, argumentasi, dan pemaparan yang akan di analisa serta memberikan gambaran secara sistematis dan akurat tentang objek yang diteliti dan diikuti dengan penjelasan yang terperinci tentang bagaimana strategi yang diterapkan dalam *Coffee Shop Homeals* Bogor. Metode penelitian adalah metode yang digunakan dalam tahapan penelitian. Dalam hal ini dijelaskan jenis dan desain penelitian, pendekatan yang dipergunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pemeriksaan data.

3.3 Sumber Data

Menurut Sujarweni (2018:114) Sumber data dalam penelitian:

a. Data Primer

data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara penelitian dengan narasumber.

b. Data Sekunder

Data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku, sebagai teori, dan lain sebagainya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal penting yang dilakukan dalam sebuah penelitian. Sugiyono (2016:137) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara sebagai suatu langkah yang penting dan utama dalam penelitian untuk memperoleh data, mendapatkan data yang memenuhi standar serta tepat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Observasi langsung di lakukan pada saat observasi awal, pada saat penelitian berlangsung hingga laporan akhir dengan cara mengamati loyalitas pelanggan. Komponen yang di amati yaitu Pemilik, karyawan dan konsumen. Instrumen yang di gunakan pada observasi ini yaitu lembar observasi, alat tulis, alat perekam dan alat dokumentasi.
- b. Wawancara adalah tanya jawab dengan seseorang yang diperlukan untuk di mintai pendapatnya mengenai suatu hal Wawancara dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan dengan komponen yang diwawancarai yaitu kepala toko, karyawan. Instrumen yang digunakan dalam wawancara ini yaitu pedoman wawancara, alat perekam, alat tulis dan alat dokumentasi.

3.5 Metode Analisis Data

Data dan informasi yang diperoleh mengenai penelitian diolah dan dianalisis menggunakan Metode dan analisis data bertujuan untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan secara sistematis, kemudian mengolah, menafsirkan, dan memaknai data tersebut. Analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan

yang diteliti permasalahan dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) untuk merancang strategi pengembangannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a . Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*). Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matrik IFAS.

Tabel 5 (3.5 matriks *internal Factors Analysis Summary*)

No	Factor-faktor internal	Bobot	Peringkat	Skor
1	Kekuatan			
2	Kelemahan			
	Total			

Sumber : Rangkuti (1997:25)

Selanjutnya, analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancamanyang ada.

Untuk maksud tersebut digunakan matrik EFAS (*External Factors Analysis Summary*), seperti disajikan di bawah ini

Tabel 6 (3.5 matrik *External Factors Analysis Summary*)

No	Factor-faktor eksternal	Bobot	Peringkat	Skor
1	Peluang			
2	Ancaman			
	Total			

Sumber : Rangkuti (1997:25)

Cara pengisian matriks antara lain sebagai berikut

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan pada kolom satu.

2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Hitung rating (dalam kolom tiga) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik)
4. Faktor pembobotan (dalam kolom empat) masing-masing diisi dengan hasil perkalian bobot pada kolom dua dengan rating pada kolom tiga.
5. Susunlah dalam kolom satu (lima sampai dengan sepuluh peluang dan ancaman).
6. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom dua, mulai dari 1,0 (sangat penting sampai dengan 0,0) (tidak penting), ingat: jumlah angka bobot untuk peluang dan ancaman secara keseluruhan 1
7. Hitung rating (dalam kolom tiga) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari empat (outstanding) sampai dengan satu (poor). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, rating-nya adalah +1 Sebaliknya, jika ancamannya sedikit rating-nya +4.
8. Kalikan bobot pada kolom dua dengan rating pada kolom tiga, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom empat

Menurut Umar (2003: 250) untuk catatan bobot dan rating ditentukan sebagai berikut :

- a) Bobot Keterangan
 - 1) 0,20 Sangat Kuat
 - 2) 0,15 Di atas Rata-rata
 - 3) 0,10 Rata-rata

4) 0,05 Di bawah Rata-rata

b) Rating Keterangan

- 1) 4 Major Strength
- 2) 3 Minor Strength
- 3) 2 Major Weakness
- 4) 1 Minor Weakness

b. Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)

Pada tahap ini dilakukan analisis dan penentuan keputusan menggunakan pendekatan matrik SWOT. Berdasarkan analisis matrik SWOT dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pemasaran yang akan digunakan *Coffe Shop Homeals*. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek seperti: strategi Strengths Opportunities (SO), Strengths Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO) dan Weaknesses Threats (WT).

Keterangan :

1. Strategi SO, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, yaitu kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Setelah strategi dirumuskan maka dilanjutkan dengan perumusan program yang merupakan suatu rencana aksi (action plan).

Tabel 7 (3.5 matriks analisis SWOT)

	KEKUATAN (S) Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	KELEMAHAN (W) Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
PELUANG (O) Menentukan	STRATEGI SO Membuat strategi	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang

faktor-faktor peluang eksternal	menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treats (T) Menentukan faktor-faktor peluang eksternal	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Keterangan :

- Strategi SO, Strategi ini dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan seluruh peluang yang ada
- Strategi ST, Strategi ST adalah strategi yang digunakan untuk mengatasi ancaman dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki
- Strategi WO, Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
- Strategi WT, Strategi ini merupakan strategi bagaimana menghindari ancaman dan meminimalkan kelemahan yang ada.