

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bromelia Coffee and Eatry di Jln. Jogjogan Desa Leuwimalang Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian Tahun 2023

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal																								
2	Pengajuan izin																								
3	Persiapan penelitian																								
4	Pengumpulan data																								
5	Pengolahan data																								
6	Analisis dan evaluasi																								
7	Penulisan laporan																								
8	Seminar hasil																								

Sumber : Penelitian (2023).

3.2 Responden Penelitian

Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 7 orang. Mereka adalah orang-orang yang mengetahui dan memahami semua yang ada di Bromelia *Coffee & Eatry* yang terdiri dari CEO, Manajer, Head Bar, Barista dan Kitchen.

3.3 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Menurut Moleong (2017:6) Data Kualitatif adalah data yang didapatkan melalui penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya secara holistic dan dengan cara deksripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Untuk mempermudah pembahasan skripsi selanjutnya penulis mengumpulkan data-data melalui jenis dan sumber data kualitatif. sumber data yang digunakan adalah :

1. Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi.
2. Data sekunder merupakan data yang dididapat dari catatan, buku dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh tidak perlu diolah lagi. Data sekunder ini didapatkan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari sumber internal Bromelia *Coffee and Eatry*, melalui dokumen dan data-data perusahaan yang relevan seperti volume penjualan selama masa Periode 1 Juni 2020 – 14 Maret 2022 yang disajikan pada grafik 1.2.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai

(*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Jenis wawancara yang akan digunakan adalah wawancara bebas terpimpin dalam wawancara ini pewawancara mengkombinasikan wawancara bebas dengan wawancara terpimpin, yang dalam pelaksanaannya pewawancara mengkombinasikan sudah membawa pedoman tentang apa-apa yang ditanyakan secara garis besar. Adapun sumber informan yang akan diwawancarai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Saudara Fahmi Fahlevi selaku Manager dari Bromelia Coffee and Eatry.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya. (Sugiyono, 2016:142).

3. Studi Literatur

Merupakan studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari dan menelaah literatur-literatur dokumen dan buku-buku teori yang berhubungan dengan teori manajemen strategi serta berkaitan dengan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah analisis *Strength*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats* dan *matriks SWOT* adalah menggambarkan peluang dan ancaman lingkungan eksternal dari perusahaan. Langkah – langkah dalam menyusun matriks SWOT yaitu :

1. Membuat daftar peluang eksternal kunci perusahaan.
2. Membuat daftar ancaman eksternal perusahaan yang menentukan.
3. Membuat daftar kelemahan internal kunci perusahaan.
4. Membuat daftar kekuatan internal kunci perusahaan.
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO.
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat strategi ST.

8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT.

2. Matriks EFE

Menurut David dan David (2016:65) Matriks Evaluasi Faktor *Eksternal*, strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan industri. Matriks EFE dapat dikembangkan dalam lima langkah:

1. Membuat daftar faktor-faktor eksternal kunci sebagaimana diidentifikasi dalam proses audit eksternal. Terdiri dari faktor yang meliputi peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industri. Selanjutnya dibuat daftar peluang terlebih dahulu kemudian ancaman.
2. Pembobotan setiap faktor dengan kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot mengindikasikan kepentingan relatif bahwa faktor itu akses di industri perusahaan kesempatan biasanya menerima bobot yang lebih dari ancaman namun dapat memperoleh bobot yang lebih tinggi jika sangat parah. Jumlah dari semua bobot terhadap faktor harus sama dengan 1,0.
3. Tiap faktor diberikan peringkat antara 1 hingga 4 bagi setiap faktor eksternal kunci untuk mengindikasikan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini atas rata-rata, 2 = responnya rata-rata, dan 1 = responnya buruk. Peringkat didasarkan pada efektifitas strategi perusahaan, peringkat oleh karenanya berbasis perusahaan, sedangkan bobot dalam langkah 2, berbasiskan industri. Baik ancaman maupun kesempatan dapat diberi peringkat 1, 2, 3 atau 4.
4. Setiap bobot faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan skor tertimbang.
5. Menjumlahkan skor tertimbang untuk setiap variabel untuk menentukan skor total tertimbang bagi organisasi itu.

Tanpa melihat sejumlah kesempatan dan ancaman dalam Matriks EFE, skor total rata-rata tertimbang tertinggi untuk organisasi adalah 4,0 dan total skor tertimbang rendah adalah 1,0. Skor total rata-rata tertimbang adalah 2,5. Skor total tertimbang

mengindikasikan bahwa organisasi merespon dengan baik terhadap kesempatan dan ancaman yang ada dan meminimalisasi dampak yang merusak dari ancaman eksternal. Total skor 1,0 mengindikasikan bahwa strategi perusahaan tidak memanfaatkan kesempatan atau menghindari ancaman eksternal.

3. Matriks IFE

Menurut David dan David (2016:111) perangkat formulasi strategi ini meringkas serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam fungsi-fungsi perusahaan. Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah:

1. Membuat daftar faktor-faktor internal kunci sebagaimana diidentifikasi dalam proses audit internal. Terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi perusahaan. Selanjutnya daftar kekuatan disusun terlebih dahulu dan kemudian kelemahan dengan spesifik mungkin.
2. Bobot ditentukan berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk setiap faktor. Bobot mengindikasikan kepentingan relatif bahwa faktor itu sukses di industri perusahaan tanpa memperhatikan apakah faktor kunci adalah kekuatan atau kelemahan, faktor yang dianggap memiliki efek terbesar pada kinerja organisasi sebaiknya diberikan faktor tertinggi. Jumlah dari semua bobot harus sama dengan 1,0.
3. Peringkat diberikan mulai dari 1 hingga 4 bagi setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor itu mempresentasikan kelemahan utama (peringkat=3), dan kekuatan utama (peringkat=4). Kekuatan harus menerima peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus menerima peringkat 1 atau 2. Peringkat tersebut berbasiskan perusahaan sementara bobot faktor dalam langkah 2 berbasis industri.
4. Setiap bobot faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan skor tertimbang untuk setiap variabel.
5. Menjumlahkan skor tertimbang untuk setiap variabel untuk menentukan skor total tertimbang bagi organisasi itu.

Tanpa memperhatikan jumlah faktor yang termasuk dalam Matriks IFE, total skor tertimbang berkisar dari rendah 1,0 hingga tinggi sebesar 4,0 dengan skor rata-rata 2,5. Total skor tertimbang dibawah 2,5 mengindikasikan bahwa organisasi memiliki

kelemahan internal, sementara skor di atas 2,5 mengindikasikan faktor internal yang kuat. Jumlah faktor tidak berdampak pada kisaran skor tertimbang total karena bobot-bobot itu selalu berjumlah 1,0.

4. Matriks IE (Matriks Internal-Eksternal)

Menurut David dan David (2016:181) tahapan pencocokan alternatif strategi dengan menggunakan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE dengan sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total Matriks EFE. Hasil pengolahan terdiri dari 9 strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu :

1. Rekomendasi untuk divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat dijelaskan sebagai tumbuh dan dibangun. Strategi intensif (Penetrasi pasar, integrasi kedepan, integrasi horizontal) atau integratif (integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi horizontal) yang paling sesuai untuk divisi ini.
2. Divisi – divisi yang berada di sel III, V, atau VII dapat dikelola dengan cara paling baik dengan strategi ditahan dan dijaga. Penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang umum digunakan untuk tipe divisi ini.
3. Rekomendasi rumus umum diberikan untuk divisi-divisi yang berbeda di sel VI, VIII, atau XI adalah panen atau divestasi.

5. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Prioritas strategi diperoleh dengan analisis Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM). Penggunaan alat QSPM ini memerlukan pertimbangan yang bersifat intuitif, berikut langkah – langkah untuk menentukannya :

1. Membuat daftar peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan serta kekuatan internal di kolom QSPM. Informasi yang diambil dari Matriks EFE dan Matriks IFE.
2. Memberi bobot pada masing-masing eksternal dan internal. Bobot ini sama dengan yang ada di Matriks EFE dan Matriks IFE.
3. Menguji matriks-matriks tahap 2 (pencocokan) dan mengidentifikasi strategi alternatif yang dipertimbangkan implementasinya.
4. Menetapkan *Attractive Score* (AS), yaitu nilai yang menunjukkan kemenarikan relatif untuk masing-masing strategi yang terpilih. *Attractive Score* ditetapkan dengan cara

meneliti masing-masing *external and internal key succes factors*. Tentukan bagaimana peran dari tiap faktor dalam proses pemilihan strategi yang sedang dibuat. Jika, peran dari faktor tersebut adalah besar, maka strategi-strateginya harus dibandingkan relatif pada faktor utama itu. Batasan nilai *Attractive Score AS* adalah = 1 tidak menarik, = 2 agak menarik, = 3 secara logis menarik, = 4 sangat menarik. Berdasarkan daya tariknya, maksudnya sejauh mana suatu strategi dibandingkan dengan strategi lain, memungkinkan perusahaan untuk mengapitalisasi kekuatan, memperbaiki kelemahan, mengeksploitasi peluang, atau menghindari ancaman. Jika jawaban pertanyaan sebelumnya adalah “tidak” yang mengindikasikan faktor kunci masing-masing tidak memiliki dampak terhadap pilihan khusus yang dibuat, maka jangan berikan AS pada strategi dalam perangkat tersebut.

5. Menghitung skor daya tarik *Total Attractive score (TAS)* didefinisikan sebagai hasil dari perkalian bobot (langkah 2) dengan AS (langkah 4) pada masing-masing baris. *Total Attractive Score* menunjukkan relative attractiveness dari masing-masing alternatif strategi.
6. Menghitung jumlah skor daya tarik total dengan cara menambahkan TAS dalam setiap kolom strategi QSPM jumlah skor daya tarik total TAS mengungkapkan strategi yang paling menarik dalam setiap perangkat alternatif skor yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan strategi, besarnya perbedaan antara TAS dalam seperangkat set alternatif strategi mengindikasikan keinginan relatif satu strategi dibandingkan strategi lain.