

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pada Penelitian ini dilakukan di Café Yummy Yam Si Eteh, yang berfokus dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Café Yummy Yam SiEteh, Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan data primer maupun sekunder. Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara, penyebaran kuesioner, serta analisis dokumentasi.

3.1.1 Waktu dan Lokasi penelitian

a) Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Cafe Yummy Yam Si Eteh yang berlokasi di jl. Ampera, Desa sukamandijaya, kec. Ciasem. Kab. Subang.

b) Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 29 januari 2025.

3.2 Sumber data

1. Data Primer

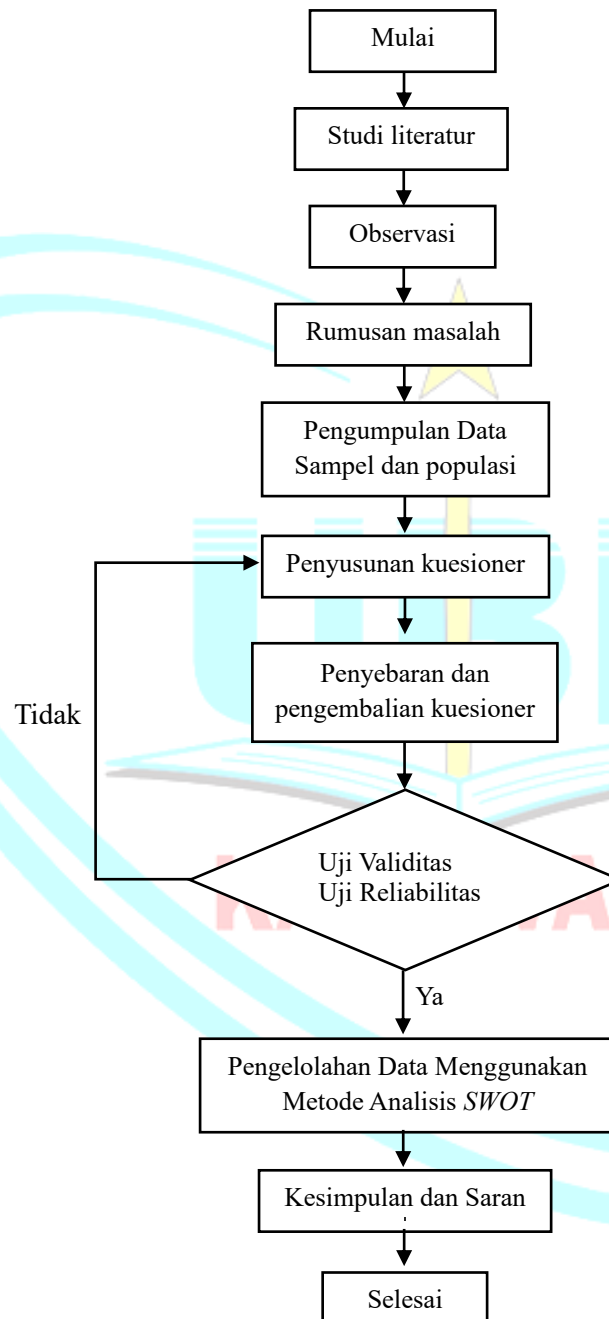
Pada penelitan yang dilakukan di Cafe Yummy Yam Si Eteh yang menggunakan data primer sumber data yang meneruskan data secara langsung dari sumber primer data ini didapatkan dari hasil wawancara langsung terhadap pemilik café.

2. Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yang digunakan penelitian ini berupa instrument kuesioner. Kuesioner adalah sebuah rangkaian pertanyaan yang akan disusun secara sisitematis kemudian kuesioner di sebar kepada responden sebanyak 100 untuk menjawab pertanyaan yang sudah di siapkan. Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup, kuesioner yang didisediakan berupa pertanyaan kemudian responden tinggal memilihnya.

3.3 Prosedur Penelitian

Berikut ini merupakan alur penelitian yang digambarkan pada bentuk *flowchart* agar mempermudah penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan terarah:



Gambar 3.1 Flowchart penelitian

Sumber : Data diolah, (2025)

3.4 Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan dalam proses survei maupun analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut.

3.4.1 Observasi

Observasi ini dilakukan untuk menganalisis atau mengumpulkan data secara langsung yang diperoleh pada subjek penelitian di bagian pemasaran café Yummy Yam Sieteh. Observasi ini dilakukan agar penulis mendapatkan data yang aktual sebagai bahan penelitian.

3.4.2 Wawancara

Wawancara yaitu dilakukan sebagai bahan untuk pendukung pengumpulan data. Wawancara ini dilakukan oleh penulis dengan melakukan wawancara pemilik café, karyawan, dan pengunjung untuk memperoleh informasi dari sumber yang relevan.

3.4.3 Kuesioner

Kuesioner, yaitu, pengumpulan data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang dibuat sebelumnya, kemudian akan didistribusikan kepada responden untuk memberikan penilaian secara terperinci.

3.4.4 Studi literatur

Studi literatur ini diperoleh dengan cara mencari referensi dari buku, artikel, jurnal dan peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan topik peneliti agar dapat mempermudah penelitian yang akan dibuat.

3.5 Populasi dan Sampel

- a. Dalam penelitian, populasi mengacu pada semua kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik spesifik yang ingin diteliti (Asrulla et al. 2023). Pada penelitian ini populasi didapatkan dengan pelanggan Café Yummy Yam Sieteh yang populasinya tidak diketahui jumlahnya.
- a. Sampel merupakan bagian dari populasi yang mencerminkan karakteristik keseluruhan populasi. Sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi secara menyeluruh (Fatma, 2023). Sampel didapat dari jumlah populasi yang akan digunakan yaitu orang yang pernah berkunjung ke Cafe Yummy Yam Sieteh dengan populasi yang tidak dapat diketahui. Dalam penelitian ini sejalan

dengan (Wina dan Chaerudin 2022) jumlah sampel yang dapat digunakan akan ditentukan oleh rumus *Cochran* untuk menentukan jumlah minimum sampel penelitian berdasarkan perhitungan berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

n : adalah ukuran sampel

z^2 : Nilai pada distribusi normal untuk Tingkat signifikan 5% sebesar 1,96

p : Peluang benar sebesar 50% = 0,5

q : Peluang benar sebesar 50% = 0,5

e : Adalah tingkat kesalahan penarikan sampel (*Sampling error*) ditetapkan sebesar 10%

$$n = \frac{1,96^2 (0.5)(0.5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{(0,1)}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Cochran, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96,04 responden, sehingga dibulatkan menjadi 100 responden untuk penelitian ini.

3.5.1 Kuesioner *SWOT*

Brikut ini adalah contoh kuesioner analisis *SWOT* yang akan dibuat berdasarkan factor internal dan eksternal pada Café Yummy Yam Sieteh.

Keterangan skor penilaian:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

C : Cukup

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Pada tabel di bawah ini merupakan contoh kuesioner yang akan dibuat untuk dibagikan kepada responden.

Tabel 3.1 Contoh Kuesioner

No	Pertanyaan	STP	TP	C	P	SP
1	Berada di tempat yang strategis					

Sumber : Data diolah, (2025)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji di mana ditampilkan, terlepas dari apakah alat pengukuran valid (sahih) atau tidak valid. alat pengukur yang dijelaskan di sini adalah pertanyaan kuesioner. Survei harus valid jika dimungkinkan untuk mengidentifikasi apa yang diukur oleh kuesioner Janna dan Herianto (2021). Uji validitas ini akan dilakukan menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden yang ada di Café Yummy Yam Sieteh, dengan menggunakan rumus menghitung koefisien korelasi r hitung.

$$r \text{ hitung} = \frac{n\sum xy - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \dots \dots \dots (2)$$

r_{xy} : Koefisien Korelasi.

n : jumlah sampel yang digunakan.

$\sum xy$: Total hasil variable x dan y .

$\sum x$: Total nilai variabel x .

$\sum y$: Total nilai variabel y .

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat dari nilai variabel x .

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat dari nilai variabel y .

Uji validitas ini dilakukan menggunakan program *SPSS for Windows* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel.
2. Pernyataan dinyatakan tidak valid apabila nilai r hitung $< r$ tabel.

3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

3.6.1.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode untuk menilai konsistensi dan keandalan suatu instrumen pengukuran. Tujuannya adalah mengetahui sejauh mana pengukuran pada objek yang sama menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Data yang lolos uji validitas selanjutnya akan diuji reliabilitasnya. Proses uji ini dilakukan dengan program *SPSS for Windows*, dengan penentuan reliabilitas variabel berdasarkan kriteria berikut:

1. Pernyataan dianggap reliabel jika nilai r -alpha positif dan lebih besar dari r -tabel.
2. Pernyataan dianggap tidak reliabel jika nilai r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel.

Selain itu, variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, sedangkan jika nilainya $< 0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel.

3.6.2 Analisis SWOT

Penelitian ini menerapkan analisis *SWOT* sebagai metode pengolahan data. Analisis ini didasari oleh asumsi karena strategi yang efektif yaitu strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada, sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Pandangan tersebut berperan penting dalam keberhasilan perencanaan strategi serta dalam menentukan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam perusahaan (Ratnawati, 2020). Oleh karena itu, penyusunan strategi perlu mencakup analisis terhadap faktor strategis perusahaan, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis *SWOT* sendiri merupakan salah satu metode yang paling sering digunakan untuk tujuan ini.

Analisis *SWOT* sangat berguna untuk yang dipenuhi untuk merencanakan sesuatu dalam proyek atau perusahaan. Analisis *SWOT* dapat dengan mudah diartikan sebagai Metode Perencanaan Strategi mempertimbangkan sekaligus mengevaluasi 4 komponen utama, yaitu:

1. *Strengths*

Komponen pertama dari analisis *SWOT* adalah kekuatan atau kekuatan. Dari sini Anda dapat mengidentifikasi, yang sejauh mana ia dapat memberi daya pada perusahaan atau proyek yang dijalankan.

2. *Weaknesses*

Komponen kedua dari analisis *SWOT* yaitu kelemahan atau *Weaknesses* Ini adalah area di mana perusahaan mungkin tidak dapat melakukan atau memiliki kekurangan dibandingkan dengan pesaing yang perlu ditingkatkan.

3. *Oppoturnities*

Komponen ketiga dari analisis *SWOT* terdiri dari peluang atau *opportunities*. Dari analisis ini, kita dapat melihat seberapa tinggi faktor yang menjadi peluang dan dari perusahaan atau proyek yang sedang kerjakan.

4. *Threats*

Komponen keempat dari analisis *SWOT* adalah ancaman atau *threats*. Dari analisis ini, dapat diidentifikasi sampai batas tertentu sebagai ancaman bagi bisnis atau proyek di mana bekerja. Ancaman -ancaman ini dapat berubah dari berbagai sumber, termasuk kompetisi kekerasan, mengubah tren pasar, peraturan negara, fluktuasi harga bahan baku, atau situasi ekonomi yang mudah menguap.

Dari empat komponen analisis *SWOT*, jelas bahwa metode efektif dan memungkinkan pengusaha untuk memungkinkan perencanaan bisnis untuk memahami tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin muncul secara struktural dan sistematis. Oleh karena itu, pihak yang terlibat dalam perusahaan yang dikelola dapat memfasilitasi mencerna, pemahaman, dan pengakuan lebih dari di dekat proyek atau perusahaan (Nurpratama dan Yudianto. 2023).

3.6.3 Analisis Faktor-Faktor Internal (*IFAS*)

Strategi Faktor Internal – *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor-faktor internal yang berperan dalam memengaruhi kinerja organisasi. Proses *IFAS* termasuk mengidentifikasi faktor -faktor internal, menilai dampak masing-masing faktor pada kinerja organisasi, prioritas berdasarkan penggunaan kekuatan dan tingkat kepentingan dan pengembangan strategi untuk mengatasi kelemahan. Dalam penggunaan *IFAS* memungkinkan untuk membantu menentukan kekuatan dan kelemahan suatu organisasi dan kemudian digunakan untuk mengembangkan strategi yang efektif.

Tabel 3.2 Matriks *IFAS (Internal Factors Analysis Summary)*

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobot
Kelebihan			
1.			
2.			
dst			
Kekurangan			
1.			
2.			
dst			
Total	1.00		

Sumber : Malonda dan Moniharapon. (2019)

Faktor internal matriks evaluasi berada dalam lima langkah:

1. Pada kolom faktor internal masukkan 1-20 faktor internal, termasuk kelebihan dan kekurangannya.
2. Setiap faktor menerima berat hingga 1,0 (sangat penting) sekitar 0,0 (tidak penting). Faktor yang dianggap penting untuk mempertahankan bobot tertinggi, dengan total berat semua bobot 1,00.
3. memberikan peringkat 1 sampai 5
4. Bobot untuk setiap faktor telah diperbaiki setiap peringkatnya.
5. Jumlah skor rata-rata untuk setiap variabel.

3.6.4 Analisis faktor-faktor Eksternal (*EFAS*)

EFAS (External Factors Analysis Summary) adalah instrumen analitik yang digunakan dalam manajemen strategis untuk menilai faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Proses *EFAS* melibatkan mengidentifikasi faktor-faktor eksternal, menilai prioritas berdasarkan efek dari masing-masing faktor, mengatasi tingkat kepentingan dan peluang, dan mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman. Tujuan utama dari analisis *EFAS* adalah untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan faktor-faktor eksternal paling penting yang akan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi yang efektif ketika menanggapi dinamika pasar dan persaingan.

Tabel 3.3 Matriks *EFAS* (*External Factors Analysis Summary*)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobot
Peluang			
1.			
2.			
dst			
Ancaman			
1.			
2.			
dst			
Total	1.00		

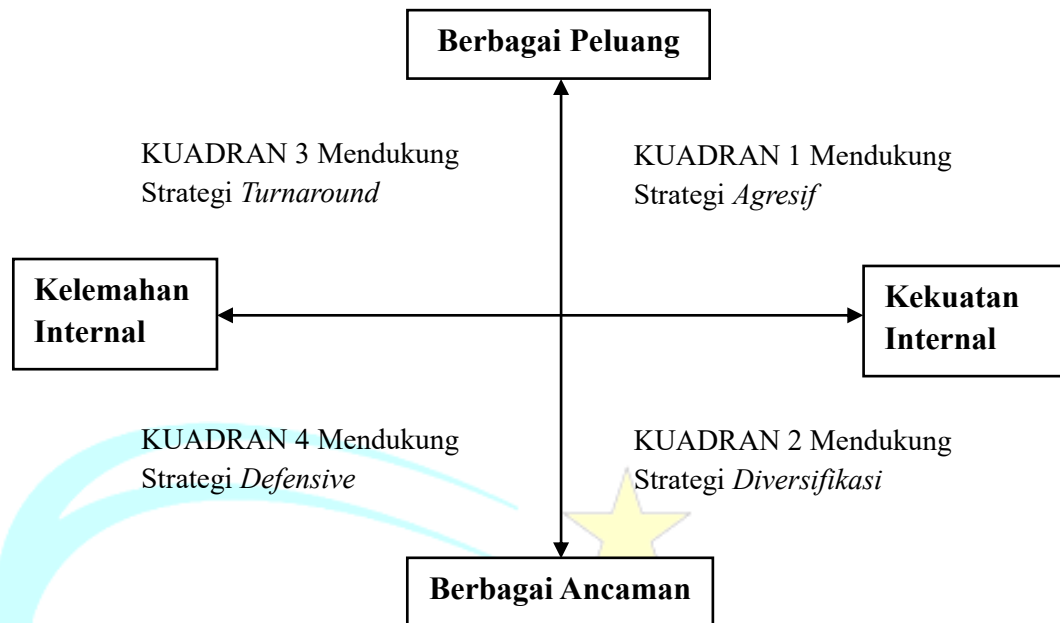
Sumber : Malonda dan Moniharapon. (2019)

Faktor internal matriks evaluasi berada dalam lima langkah:

1. Pada kolom eksternal masukkan 1-20 faktor eksternal, termasuk peluang dan ancaman.
2. Setiap faktor menerima berat hingga 1,0 (sangat penting) sekitar 0,0 (tidak penting). Faktor yang dianggap penting untuk mempertahankan bobot tertinggi, dengan total berat semua bobot 1,00.
3. memberikan peringkat 1 sampai 5
4. Bobot untuk setiap faktor telah diperbaiki setiap peringkatnya.
5. Jumlah skor rata-rata untuk setiap variabel.

3.6.5 Diagram Analisis *SWOT*

Diagram analisis SWOT disusun setelah menghitung selisih skor antara faktor internal, yakni kekuatan dan kelemahan, dengan faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman yang berpotensi dihadapi perusahaan atau organisasi. Langkah ini penting untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tiap faktor terhadap posisi strategis organisasi. Hasil perhitungan tersebut kemudian digambarkan dalam diagram *SWOT* agar posisi perusahaan dapat terlihat dengan jelas berdasarkan skor total kekuatan dikurangi kelemahan (*Strength – Weakness*) dan peluang dikurangi ancaman (*Opportunity – Threat*). Dengan ini, perusahaan atau organisasi dapat mengetahui kuadran strategi mana yang paling sesuai, apakah strategi *agresif*, *diversifikasi*, *defensif*, atau *turn around*. Penempatan pada kuadran tersebut menjadi dasar dalam menyusun strategi yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif (Suryatman et al. 2021).



Gambar 3.2 Diagram Analisi *SWOT*

Sumber : Suryatman et al. (2021)

Berikut adalah penjelasan mengenai diagram nalalisis *SWOT*:

1. Kuadran 1: Posisi tersebut dianggap strategis karena perusahaan didukung oleh kekuatan internal yang signifikan serta peluang eksternal yang besar. sehingga dapat memanfaatkannya secara optimal. Strategi yang sesuai dalam kondisi tersebut adalah penerapan kebijakan pertumbuhan yang bersifat agresif.
2. Kuadran 2: Meskipun perusahaan menghadapi beragam ancaman, masih terdapat kekuatan internal yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, strategi yang disarankan adalah mengoptimalkan kekuatan tersebut guna memanfaatkan peluang yang tersedia, serta menerapkan *diversifikasi* produk dan pasar demi keberlanjutan jangka panjang.
3. Kuadran 3: Perusahaan mempunyai peluang pasar yang luas, namun menghadapi sejumlah kelemahan internal. Strategi yang tepat adalah meminimalkan kelemahan tersebut agar dapat memaksimalkan peluang pasar yang ada.
4. Kuadran 4: Kondisi ini sangat tidak menguntungkan karena perusahaan menghadapi ancaman sekaligus kelemahan internal.

3.6.6 Matriks *SWOT*

Matriks *SWOT* merupakan alat pengambilan keputusan yang digunakan untuk merumuskan strategi secara logis, dengan tujuan memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan serta ancaman yang dihadapi perusahaan Dori (2020). Analisis *SWOT* diungkapkan oleh suatu instrumen, secara sistematis dibentuk dalam bahasa strategi Perusahaan dan mengidentifikasi berbagai faktor yang digunakan Ardiansyah dan Silmi (2022).

1. Strategi S-O (*Strength – Opportunity*)

Strategi S O merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal pada perusahaan untuk meraih peluang yang tersedia di lingkungan eksternal.

2. Strategi W-O (*Weakness – Opportunity*)

Strategi w O merupakan strategi yang berfokus pada pengurangan kelemahan internal agar dapat memanfaatkan peluang yang ada.

3. Strategi S-T (*Strength – Threat*)

Strategi yang memanfaatkan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

4. Strategi W-T (*Weakness – Threat*)

Strategi yang bertujuan mengurangi kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman dari luar.

Tabel 3.4 Matriks *SWOT*

Internal/	Kekuatan S	Kelemahan W
Eksternal	Daftar Kekuatan	Daftar Kelemahan
Peluang O	S-O Strategi	W-O Strategi
Daftar Peluang	Memaksimalkan kekuatan untuk meraih peluang	Mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman T	S=T Strategi	W-T Strategi
Daftar Ancaman	Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Mengurangi kelemahan dengan cara menghindari risiko.

Sumber: Ardiansyah dan Silmi (2022)