

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan tujuan mengetahui strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat digunakan oleh *Endorfin Coffee* dalam menghadapi persaingan antar kedai kopi. Penelitian kuantitatif ialah penelitian berdasar pada filsafat positivisme guna meneliti populasi serta sampel tertentu untuk menguji hipotesis dimana sebelumnya sudah ditetapkan.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu strategi pemasaran pada *Endorfin Coffee* kegiatan ini dilakukan langsung di kedai kopi *Endorfin* di Kelurahan Iringmulyo Kecamatan Metro Timur.

C. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi berupa data yang diperoleh langsung dari obyek yang diteliti. Data primer pada penelitian ini yaitu berupa angket kuisioner yang nantinya diisi responden dari wawancara dengan pemilik.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi berupa data yang didapat dari lembaga tertentu. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari *Endorfin Coffee* di Kelurahan Iringmulyo Kecamatan Metro Timur berupa data penjualan dan dokumen yang sesuai dengan penelitian. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang diterapkan berupa wawancara yaitu peneliti mewawancarai langsung dengan pimpinan atau orang terpercaya guna mendapat informasi mengenai data-data yang dibutuhkan untuk penelitian, seperti data penjualan pada tahun tertentu, struktur organisasi, dan gambaran umum perusahaan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sebagaimana diindikasikan oleh Arikunto (2013) populasi adalah subjek eksplorasi secara keseluruhan. Maka yang dimaksud jumlah penduduk pada orang-orang yang mempunyai kesamaan sifat meskipun tingkat kedekatannya sedikit, atau semua orang yang akan dijadikan obyek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2019) populasi ialah suatu spekulasi terdiri dari barang/mata pelajaran yang jumlahnya tertentu tidak seluruhnya diselesaikan oleh para ahli untuk dipusatkan lalu kemudian ditarik ujungnya. Dari pendapat diatas maka dapat disintesis bahwa populasi ialah objek atau subjek yang memenuhi syarat tertentu yang berada pada suatu wilayah berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini populasi diambil dari pemilik, karyawan, dan pelanggan tetap di Endorfin *Coffee* sebanyak 7 orang.

2. Sampel

Sesuai dengan Arikunto (2013) sampel ialah sebagian populasi yang akan diteliti. Dari pendapat Sugiyono (2019) sampel ialah sebagian dari jumlah yang dipunyai oleh populasi yang ada. Maka sampel ialah sebagian populasi yang akan diteliti dan dianggap mampu mewakili dari populasi yang ada. Penetapan jumlah sampel penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sumber data informasi melalui pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini dapat dilakukan oleh orang yang dianggap paham mengenai apa yang diinginkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi tempat penelitian.

Menurut Arikunto jika populasinya <100, lebih baik menerima semuanya sebagai ujian sehingga eksplorasi ialah penelitian populasi. Dengan asumsi subjeknya lebih dari itu, dapat diambil sampel antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Maka pencipta mengambil 7 sampel yang diambil dari pemilik dan pekerja di Endorfin *Coffee*.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Berdasarkan Sugiyono (2019) observasi ialah metode pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan metode yang lain. Maka observasi tidak terlepas dengan orang tetapi juga objek-objek alam lain.

2. Wawancara

Berdasarkan Sugiyono (2019) wawancara ialah metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi dengan orang jika peneliti ingin melakukan penelitian guna menemukan inti masalah yang akan diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah proses mencari data tentang hal-hal yang diperlukan dalam penelitian berupa foto, notulen, catatan dan transkrip. Dokumentasi pada penelitian kali ini yaitu dengan pengambilan gambar berupa foto.

4. Kuisioner

Pada penelitian ini peneliti menggunakan angket kuisioner. Data tersebut didapatkan dengan memberi angket kuisioner pada sampel penelitian yang telah ditetapkan. Berdasarkan Sugiyono (2019) kuisioner ialah teknik pada pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pernyataan ataupun pertanyaan secara tertulis pada responden yang nantinya akan dijawab.

F. Metode Analisis Data

Informasi yang telah didapat, kemudian ditangani dan diselidiki. Efek samping dari penanganan dan pemeriksaan informasi digunakan untuk membentuk metodologi. Pemeriksaan informasi dibantu melalui penyelidikan ilustratif kuantitatif. Pemeriksaan khusus dilengkapi dengan mengumpulkan informasi untuk memberikan penyelidikan luar dan dalam. Perangkat ilmiah yang dapat digunakan mengacu pada ide-ide seperti berikut ini:

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan guna mengetahui mengenai gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan. Analisis deskriptif kuantitatif dapat dimanfaatkan guna mengetahui kondisi aktual suatu usaha.

2. Analisis Matriks EFE

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) dimanfaatkan sebagai menentukan elemen luar organisasi terkait dengan pintu terbuka dan bahaya yang dianggap signifikan. Informasi luar dikumpulkan untuk mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan masalah moneter, sosial, sosial, segmen, alam, politik, legislatif, hukum, mekanis, dan persaingan (Ningsih dan Hamamah, 2013)

Tahapan dalam mengenali faktor lingkungan eksternal pada kisi EFE ialah :

- a. Membentuk/membuat daftar dari faktor eksternal yang telah diidentifikasi pada proses audit eksternal.
- b. Memberikan bobot antara 1 - 5 untuk setiap faktor. signifikansi umum komponen terhadap hasil organisasi dalam bisnis. Jumlahnya, dengan mempertimbangkan semua hal, harus 1,0.
- c. Beri peringkat pada setiap faktor kunci di luar antara 1 dan 4 tentang seberapa layak teknik berkelanjutan organisasi dalam menjawab elemen tersebut, di mana 4 = reaksi sangat baik, 3 = reaksi lebih baik dari yang diharapkan, 2 = reaksi sangat baik normal, 1 = reaksi buruk. Peringkat tergantung pada kelangsungan metodologi organisasi, sedangkan bobot tergantung pada bisnis.
- d. Lalu tiap-tiap bobot dari faktor dengan peringkat dikalikan guna menentukan nilai tertimbang.
- e. Terakhir menjumlahkan nilai tertimbang dari setiap variabel guna menentukan nilai tertimbang lengkap untuk suatu bisnis.

Tabel 1. Matriks EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Ancaman			
• ...			
• ...			
• ...			
Peluang			
• ...			
• ...			
• ...			
Total			

3. Analisis Matriks IFE

Menurut David (dalam Latifa dan Rochdiani, 2019), analisis internal dilakukan untuk menentukan kualitas dan kekurangan organisasi. Kerangka kerja ini seperti grid EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang digunakan dalam pemeriksaan ekologi luar. Hal yang penting adalah unsur-unsur yang ditampilkan berada di dalam variabel alamiah sebagai kekurangan dan aset organisasi (Sulasih, 2019). Matriks IFE digunakan guna meringkas dan menilai di dalam

kualitas dan kekurangan mendasar di wilayah bisnis yang bermanfaat, serta alasan untuk mengenali dan menilai hubungan antara wilayah utilitarian bisnis ini (Mujahid et al., 2018).

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam pembuatan grid IFE, yaitu:

- a. Bedakan faktor pencapaian kunci dalam di atas 10-20 variabel. Elemen-elemen ini dipisahkan menjadi dua bagian, khususnya kekurangan dan kualitas organisasi.
- b. Beri bobot antara 1 sampai 5 untuk setiap variabel. Bobot menunjukkan signifikansi keseluruhan komponen terhadap kemajuan organisasi dalam bisnis. Jumlahnya, semuanya sama, harus 1,0.
- c. Lalu beri penilaian dengan kondisi berikut: angka 1 ialah kekurangan besar, angka 2 ialah kekurangan besar terbuka, angka 3 ialah kekuatan kecil, angka 4 ialah kekuatan besar.
- d. Sesudah mengisi bobot dan penilaian, maka kalikan antara keduanya dan meletakkan hasilnya di bagian skor tertimbang.
- e. Terakhir, sertakan skor tertimbang pada tiap variabel guna memastikan skor tertimbang semua organisasi

Tabel 2. Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan • ... • ... • ...			
Kelemahan • ... • ... • ...			
Total			

4. Analisis Matriks IE

Matriks IE dibuat berdasarkan konsekuensi dari jaringan EFE dan IFE. Grid IE berarti memutuskan situasi organisasi dalam kerangka IE sehingga prosedur yang harus dilakukan organisasi secara keseluruhan dapat dibedakan (Evelyn, 2018). Faktor internal meliputi SDM, kondisi keuangan, produksi, dan

pemasaran. Sedangkan variabel luar meliputi keadaan keuangan, sosial budaya, pengaturan pemerintah, penyedia, inovasi, pesaing, dan keadaan biasa (Atikah dan Moeliono, 2021). Perpaduan antara dua grid IFE dan EFE menghasilkan kerangka *inside-outside* yang terdapat 9 sel dengan kondisi (I Nengah Widiana Putra, 2019):

- a. Sel I, II, dan IV memaparkan keadaan organisasi guna mengembangkan dan membangun ataupun mengembangkan serta mengarang. Prosedur yang layak untuk diterapkan meliputi, pengembangan pasar, penetrasi pasar, dan perbaikan produk ataupun metodologi penggabungan yang mencakup rekonsiliasi ke depan, dalam koordinasi terbalik dan bahkan campuran.
- b. Sel III, V, dan VII memaparkan keadaan organisasi untuk bertahan dan mengikuti. Sistem yang digunakan ialah penetrasii pasar dan pengembangan barang.
- c. Sel VI, VIII, dan IX dapat memakai teknik kumpul dan divestasi atau kumpul dan divestasi. Sistem standarnya adalah metodologi divestasi, ekspansi agregat, dan likuidasi.

Situasi organisasi dalam sel dapat dimanfaatkan untuk menentukan rencana metodologi elektif yang masuk akal. Selain itu, konsekuensi dari grid ini dapat dimanfaatkan sebagai semacam perspektif dalam sistem perencanaan dalam kerangka SWOT dengan menggabungkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terkait (Qanita, 2020).

SKOR TOTAL IFE

		Kuat	Sedang	Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0
SKOR TOTAL EFE	Kuat	I	II	III	
	Sedang	IV	V	VI	
	Lemah	VII	VIII	IX	
		3,0	2,0	1,0	

Gambar 1. Matriks IE

5. Analisis SWOT

Rangkuti dalam (Novitasari dan Samanhudi, 2021) memahami bahwa analisis SWOT adalah teknik ilmiah yang digunakan untuk mengenali variabel yang berbeda secara efisien dengan tujuan akhir untuk menentukan prosedur yang sesuai. Teknik analisis menggunakan analisis kecukupan dan analisis SWOT atau analisis situasional untuk mengenali variabel ekologi batin sebagai kualitas dan kekurangan serta faktor luar sebagai peluang dan ancaman secara efisien.

Salah satu dari alat analisis yang paling gigih serta paling banyak dipakai oleh perusahaan yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT ialah tindakan untuk melihat pergaulan dari sudut pandang dalam dan luar. *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) dipakai untuk bekerja dengan metode analisis eksternal di SWOT. Sedangkan analisis internal akan memberi gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan organisasi. *Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk bekerja dengan metode analisis internal di SWOT. (Hasibuan dan Amela, 2019).

Tabel 3. Analisis SWOT

Lingkungan Internal Lingkungan Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
Oppurtinity (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Threats (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)

Informasi SWOT secara kuantitatif dapat dibuat melalui estimasi pemeriksaan SWOT sehingga diketahui tempat sebenarnya dari asosiasi tersebut dengan keyakinan.

Perhitungan dikerjakan dengan tiga tahap, khususnya:

- a. Mengerjakan skor (a) serta memuat (b) faktor poin menetapkan jumlah dari total skor dan beban duplikasi ($c = a \times b$) (dari setiap faktor S-W-O-T, mengerjakan skor (a) untuk setiap poin variabel dilakukan secara bebas dari evaluasi fokus elemen lainnya. Pilihan lingkup ukuran skor sangat menentukan ketepatan penilaian namun yang biasanya digunakan ialah dari 1 - 10 mengharapkan nilai 1 dengan skor minimal dan 10 dengan skor tertinggi. Estimasi bobot (b) dari setiap titik variabel dilakukan dengan cara yang terkait, dan itu menyiratkan bahwa satu titik komponen adalah untuk membandingkan tingkat signifikansi dan fokus elemen lainnya sehingga rencana perhitungan ialah nilai yang sudah didapat (lingkup nilai setara dengan jumlah tempat variabel, dipisahkan oleh jumlah fokus elemen).
- b. Lakukan pengurangan antara jumlah lengkap variabel S dengan W(d) dan komponen O dengan T(e) mendapatkan angka ($d = x$) kemudian, pada titik itu, berubah menjadi nilai ataupun titik pada hub X. Lalu, mendapatkan angka ($e = Y$) kemudian, pada saat itu, berubah menjadi nilai ataupun titik pada pivot Y.
- c. Cari letak hierarkis yang ditunjukkan berdasarkan titik (x.y) di kuadran SWOT.

Empat Kuadran SWOT dapat menentukan posisi hirarkis organisasi :

1) Kuadran I (Positif, Positif)

Pada kuadran I menunjukkan bidang kekuatan untuk suatu dan memiliki peluang potensial untuk menyarankan metodologi yang dinamis, yang menyiratkan bahwa asosiasi tampak hebat sehingga layak untuk meningkatkan pertumbuhan dan mencapai kemajuan yang paling ekstrim.

2) Kuadran II (Positif, Negatif)

Posisi ini berarti bidang kekuatan untuk menghadapi kesulitan yang luar biasa. Usulan-usulan proses yang diberikan adalah metodologi yang terkonfirmasi, artinya asosiasi dalam kondisi prima namun menghadapi berbagai kesulitan yang ekstrim maka diperkirakan roda asosiasi akan mengalami hal-hal yang terus berputar jika oleh suatu keberuntungan bergantung dengan sistem masa lalu. Dengan cara ini asosiasi dididik untuk dengan cepat memperluas jangkauan tentang metodologi strategis.

3) Kuadran III (Negatif, Positif)

Posisi ini berarti hubungan yang lemah tetapi banyak peluang. Proposal prosedur yang diberikan adalah perbedaan metodologi, menyiratkan bahwa organisasi didorong untuk mengubah teknik masa lalu. Karena metodologi lama dikhawatirkan akan menantang untuk menangkap potensi peluang yang ada saat mengerjakan eksekusi yang otoritatif.

4) Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Posisi ini berarti asosiasi lemah serta menghadapi kesulitan. Prosedur yang disarankan diberikan ialah metode untuk bertahan, menyiratkan bahwa keadaan internal dari organisasi didorong untuk menggunakan proses langkah demi langkah untuk bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak tenggelam lebih jauh. Prosedur ini terus dilakukan sambil terus mengerjakan organisasi.

6. Tahap pengambilan keputusan Matriks QSP

Menurut David (dalam Sabita, et al. 2021), pendekatan *Quantitative Strategies Planning Matriks* (QSPM) adalah perincian mendasar. Eksplorasi ini merupakan kajian tersendiri, khususnya untuk melakukan estimasi secara hati-hati terhadap isu-isu yang ada tanpa perlu menguji spekulasi. QSPM juga bertujuan untuk menentukan teknik yang paling sesuai dari berbagai metodologi elektif yang direncanakan pada tahap sebelumnya.

Quantitative Strategies Planning Matriks (QSPM) adalah instrumen estimasi terakhir yang digunakan oleh para ilmuwan untuk menilai pilihan vital elektif secara adil, mengingat tahapan yang baru dibedakan. Alasan QSPM adalah untuk memutuskan daya tarik keseluruhan dari berbagai metodologi yang telah dipilih, guna mengetahui metode mana yang dirasa terbaik untuk dijalankan. Keuntungan menggunakan teknik QSPM adalah bahwa perkembangan prosedur dalam strategi QSPM dapat diamati secara berurutan dan pada saat yang sama dan membatasi kemungkinan bahwa variabel utama akan diingat dengan baik namun membutuhkan penilaian alami dan kecurigaan yang didasarkan (Putri et al. , 2014)

Tahapan QSPM adalah sebagai berikut:

- a. Catat efek samping dari pemeriksaan faktor-faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (Peluang dan Ancaman).
- b. Masukkan prosedur elektif
- c. Mintalah responden yang serupa di tahap 1 guna menentukan Skor kualitas Menarik (AS) atau penghargaan daya tarik, untuk lebih spesifik dengan melihat setiap variabel dalam dan luar dan memutuskan tugas elemen-elemen ini dalam memilih metodologi. harga diri AS
 - 1 = Jelek,
 - 2 = sedikit menarik,
 - 3 = cukup menarik
 - 4 = sangat menarik.
- d. Kerjakan AS (TAS) atau nilai yang sudah diperoleh melalui peningkatan beban dengan insentif AS normal untuk setiap kolom. Penghargaan TAS menunjukkan daya pikat umum sehubungan dengan prosedur elektif
- e. Sertakan nilai TAS di setiap segmen QSPM. Metodologi pilihan terbaik adalah pilihan yang memiliki nilai TAS terbaik. Jenis kisi QSPM dapat ditampilkan pada tabel terlampir:

Tabel 4. Matriks .QSP (Quantitative Strategic Planning)

Faktor utama	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal							
1							
2							
Faktor Eksternal							
1							
2							
Jumlah TAS							