BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistik atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga tidak atau menetapkan penelitiannya berdasarkan variabel penelitian, sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitian hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan **Situasi Sosial** yang diteliti yang meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial ini dalam konteks unit usaha Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur adalah tempat penjualan atau unit usaha Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur itu sendiri, orang yang ada dalam unit usaha Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur dan aktivitasnya.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. (Umi Narimawati, 2008 : 127).

Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistik atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga tidak atau menetapkan penelitiannya berdasarkan variabel penelitian, sehingga peneliti kualitatif tidak akan

menetapkan penelitian hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan **Situasi Sosial** yang diteliti yang meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis.

Dalam mempertajam penelitian, peneliti kualitatif menetapkan focus. Spradley menyatakan bahwa " *A focused refer to a single cultural domain or a few related domains* " maksudnya adalah bahwa, fokus itu merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi social. Dalam penelitian kualitatif, penentuan focus lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan).

Spradley dalam Sanapiah Faisal (1998) mengemukakan empat alternatif untuk menetapkan fokus yaitu :

1. Menetapkan fokus pada permasalahan yang disarankan oleh informan. Informan ini dalam lembaga bisnis, bisa manajer, supervisor, pelayan toko, pembeli, pakar ekonomi, tokoh masyarakat dan sebagainya.
2. Menetapkan fokus berdasarkan domain-domain tertentu *organizing domain*. Domain ini dalam bisnis bisa keuangan, modal, barang, jasa, proses, produksi, bahan mentah, system pemasaran, iklan, pembeli, kebijakan pemerintah, manajemen , dan sejenisnya.

3.2.1 Teori Dalam Penelitian Kualitatif

Dalam penelitian kualitatif, karena permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kualitatif juga masih bersifat sementara, dan akan berkembang

setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial. Dalam kaitannya dengan teori, jika dalam penelitian kuantitatif itu bersifat menguji hipotesis atau teori, sedangkan dalam penelitian kualitatif bersifat menemukan teori, atau dalam hal ini adalah menemukan strategi bisnis dalam meningkatkan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur.

Peneliti kualitatif harus bersifat "*perspetif emic*" artinya memperoleh data bukan "sebagai mana seharusnya", bukan berdasarkan apa yang difikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi dilapangan, yang dialami, dirasakan, dan difikirkan oleh partisipan atau sumber data.

3.3 Tempat Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan pada Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur. Penelitian ini dimulai pada bulan September 2011 sampai Desember 2011.

3.4 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri.

Selanjutnya Nasution (1988) menyatakan :

"Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai instrument penelitian utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan

sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak asti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya".

3.5 Sampel Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan "s*ocial situation*" atau situasi sosial yang terdiri dari aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial tersebut dalam hal ini berada di Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur. Situasi sosial tersebut dapat dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin difahami secara mendalam. "apa yang terjadi" didalamnya. Pada situasi sosial atau obyek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas, (*activity*) orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu.

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan sampel statistic tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif dalam hal ini untuk menghasilkan strategi yang tepat untuk Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur. Sampel dalam penelitian kualitatif juga disebut seagai sampel konstruktif, karena dengan sumber data dari sampel itu dapat dikonstruksikan fenomena yang semula belum jelas.

Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, yang dapat berupa lembaga bisnis tertentu, melakukan observasi dan wawancara

kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. hail penelitian tidak akan digeneralisasikan ke populasi karena pengambilan sampel tidak diambil secara random. Hasil penelitian kualitatif hanya berlaku untuk situasi sosial tersebut.

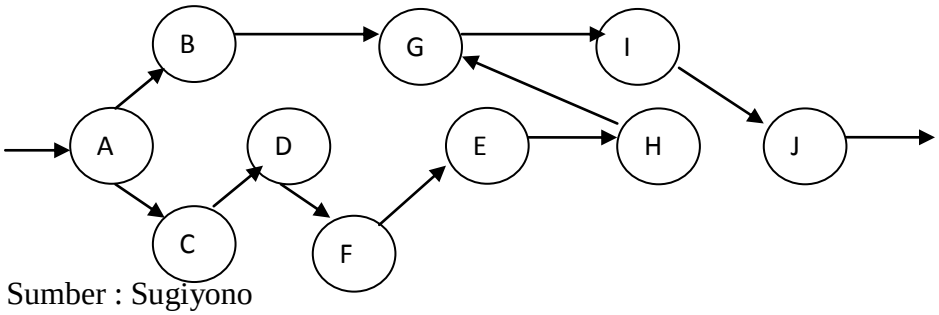
Dalam penelitian kualitatif ini, teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit , lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap dan pasti, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebvagai sumber data. Dengan demikian jumlah sampel sumber data akan semakin besar seperti bola salju yang menggelinding dan lama-lama menjadi besar.

Lincoln dan Guba (1985) mengemukakan bahwa " *Naturalistic sampling is, then, very different from conventional sampling. It is based on informational, not statistical, considerations. Its purpose is to maximize information, no to facilitate generalization"*. penentuan sampel dalam penelitian kualitatif (naturalistik) sangat berbeda dengan penentuan sampel konvensional (kuantitatif). Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif tidak didasarkan perhitungan statistic. Sampel yang dipilih berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, bukan untuk digeneralisasikan.

Oleh karena itu menurut Lincoln dan Guba (1985), dalam penelitian naturalistic, spesifikasi sampel tidak dapat ditentukan sebelumnya.

Jadi penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saaat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergent sampling design*).

Dalam penelitian kualitatif sampel sumber data yang dikemukakan masih bersifat sementara. namun demikian peneliti perlu menyebutkan siapa-siapa yang kemungkinan digunakan sebagai sumber data.



Sumber : Sugiyono

Gambar 3.1

Proses pengambilan sampel sumber data dalam penelitian kualitatif, *purposive* dan *snowball*

Sanafiah Faisal (1990) mengutip pendapat Spradley mengemukakan bahwa, situasi sosial untuk sampel awal sangat disarankan suatu situasi soasial yang didalamnya menjadi semacam muara dari banyak domain lainnya. Selanjutnya dinyatakan bahwa, sampel sumber data sebagai informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Mereka yang menguasai atau memahami melalui suatu proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya.

2. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
3. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi.
4. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil"keemasannya" sendiri.
5. Mereka yang mulanya tergolong "cukup asing" dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan sebagai narasumber.

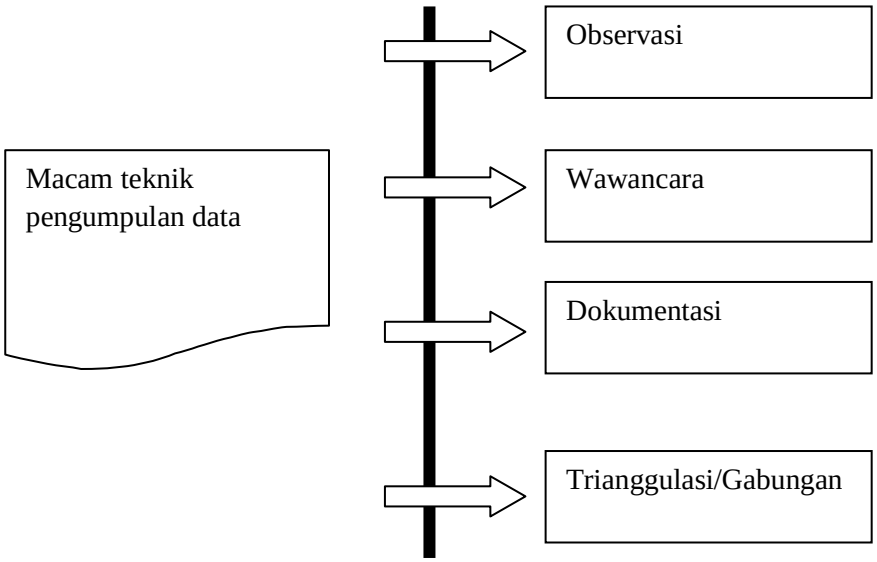
3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, narasumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di tempat pembelanjaaan, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, dijalan, dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan datanya menggunakan sumber primer dan sekunder.

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder adaah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya cara lain seperti lewat dokumen. Selanjutnya jika dilihat dari segi cara teknik pengumpulan data, maka

teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.



Sumber : Sugiyono

Gambar 3.2

Macam-macam teknik pengumpulan data.

3.6.1 Observasi

Nasution (1998) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh dari observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan electron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.

Marshall (1995) menyatakan : ” *through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior*”. melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna perilaku tersebut.

1. Observasi Terus Terang atau Tersamar

Pada penelitian ini penulis melakukan observasi terus terang atau tersamar, observasi terus terang atau tersamar adalah dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir aktivitas peneliti. Tapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi hal ini untuk menghindarkan kalau suatu dta yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan jika terus terang peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi.

3.6.2 Wawancara

Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Esterberg (2002) mendefinisikan interview sebagai berikut : “*a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”.* Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan pemasalahan yang harus

diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Susan Stainback (1998) mengemukakan baha : ” *Interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding of how the participant interpret a situation or phenomenon than can be gained through observation alon”*. Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam mengintеprestasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam.

1. Wawancara Semi terstruktur

Pada penelitian ini peneliti melakukan jenis wawancara semi terstruktur karena jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in dept interview*, dimana dalam pelaksanaanya lebih bebas apabila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

3.6.3 Langkah-Langkah Wawancara

Lincoln dan Guba dalam Sanapiah Faisal mengemukakan tujuh langkah dalam wawancara dalam mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif:

1. Menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan

2. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan dijadikan bahan pembicaraan
3. Mengawali atau membuka alur wawancara.
4. Melangsungkan alur wawancara
5. Mengkonfirmasikan ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya.
6. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan.
7. Mengidentifikasikan tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh

3.6.4 Alat-Alat Wawancara

Agar hasil wawancara dapat terekam dengan baik maka diperlukan alat bantuan sebagai berikut:

1. Buku Catatan
2. Tape Recorder
3. Camera

3.6.5 Mencatat Hasil Wawancara

Karena wawancara dilakukan secara terbuka dan tidak terstruktur maka harus segera dicatat agar tidak hilang atau lupa, peneliti perlu membuat rangkuman yang lebih sistematis terhadap hasil wawancara.

3.6.6 Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumen

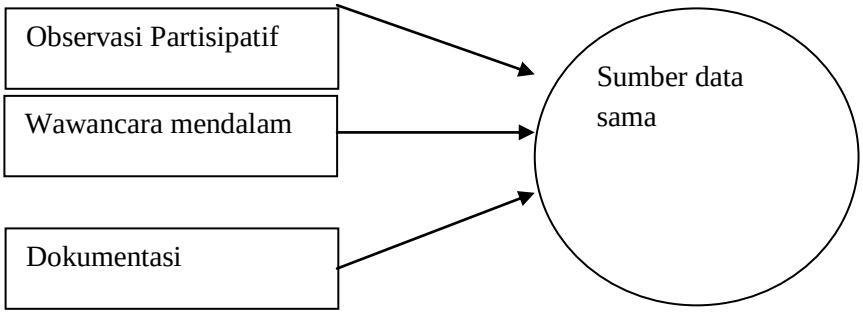
Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan, karya-karya monumental seseorang. Studi dokumen

merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

3.6.7 Trianggulasi

Triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengmpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan trianggulasi maka sebenarnya peneliti telah mengumpulkan data dan menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data.

Susan Stainback (1988) mengemukakan bahwa : ” *the aim is not to determine the truth about some social phenomenon, rather the purpose of triangulation is to increase one’s understanding of what ever is being investigated*”. Tujuan dari trianggulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang ditemukan.



Gambar 3.3

Tringgulasi “teknik” pengumpulan data (bermacam-macam pada sumber yang sama)

3.7 Teknik Analisis Data

Bogdan menyatakan bahwa "*Data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others".* Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

3.7.1 Data yang Terkumpul

Ada beberapa aspek permasalahan dan kekuatan pada Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur diantaranya adalah

1. Aspek Pemasaran
    - Berada di kawasan wisata dan banyak hotel-hotel di sekitar Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin
2. Aspek Keuangan
    - Perhitungan manual yang dilakukan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin.
3. Aspek SDM
    - Kurangnya kerapihan dalam bekerja.
    - Kurangnya disiplin dalam bekerja.
    - Kurang produktif dalam bekerja.

- Tidak memiliki pendidikan formal dalam food and beverage

4. Aspek Operasional dan Produksi
    - Penyajian menu / makanan yang menarik
    - Kurang cepat dalam proses memasak
    - Rasa memiliki ciri khas khusus terutama pada menu makanan soto dan bubur.
5. Aspek Kebijakan
    - Kenaikan harga bahan pokok yang meningkat secara terus-menerus.
    - Kenaikan pajak dari pemerintah

3.7.2 Pengklasifikasian Data

Tahap pengumpulan data dilaksanakan dengan cara melakukan kegiatan membedakan data eksternal yang diperoleh dari lingkungan dan diluar organisasi dengan data internal yang diperoleh dari dalam organisasi sendiri. Tahap tersebut dilakukan melalui Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) dan Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).

3.7.2.1 EFAS (Matriks Faktor Strategi Eksternal)

1. **Peluang**

    Aspek Pemasaran

    - Berada di kawasan wisata sehingga banyak konsumen yang datang setiap harinya

    Aspek Produksi

- Hasil produksi di rumah makan pak H.ihin masih sangat menjaga cita rasa dan ciri khas dari menu rumah makan ini

Aspek Keuangan

- Akan lebih efektif dan efisien apabila melakukan perhitungan keuangan dengan menggunakan komputerisasi

2. Ancaman

Aspek Kebijakan

- Kenaikan harga bahan pokok yang meningkat secara terus-menerus.
- Kebijakan pemerintah yng menaikan pajak

Aspek Pesaing

- Munculnya pesaing di sekitar Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin.

Sebelum dilakukan pembobotan yang dituangkan dalam matriks IFAS dari penjelasan faktor faktor diatas dilakukan perankingan. Dari ke lima pakar dibawah pakar yang ke 1 adalah karyawan (kasir), pakar yang ke 2 adalah karyawan (juru masak), pakar yang ke 3 adalah pemilik RM (manajer), pakar yang ke 4 adalah karyawan (pelayan) dan pakar yang ke 5 adalah konsumen RM. Alasan peneliti mengambil ke lima pakar tersebut adalah Dalam penelitian kualitatif ini, teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada

awalnya jumlahnya sedikit , lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap dan pasti, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Contoh perangkingan ada pada tabel dibawah ini

Tabel 3.1

Perangkingan Faktor Eksternal

No	Uraian	Nilai Pakar					Rata-rata skor	Rank
		1	2	3	4	5		
1	PELUANG/OPPORTUNITY							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	• Berada di kawasan wisata sehingga banyak konsumen yang datang setiap harinya							
	b. ASPEK PRODUKSI							
	• Hasil produksi di rumah makan pak H.ihin masih sangat menjaga cita rasa dan ciri khas dari menu rumah makan ini.							
	c. ASPEK KEUANGAN							
	• Akan lebih efektif dan efisien apabila melakukan perhitungan keuangan dengan menggunakan komputerisasi.							
2	ANCAMAN/THREAT							
	a. ASPEK PESAING							
	• Munculnya pesaing di sekitar rumah makan pak H.Ihin.							
	b. ASPEK KEBIJAKAN							
	• Kenaikan harga bahan pokok • Kenaikan pajak oleh pemerintah							

Dari hasil perangkingan diatas selanjutnya dilakukan pembobotan dan penskoran sehingga di dapat nilai dari masing-masing faktor eksternal yaitu peluang dan ancamannya.

Untuk lebih jelasnya berikut penyusunan perangkingan dan pembobotan pada Matriks EFAS:

a. Matriks EFAS

Penyusunan matriks EFAS terdiri dari 5 (lima) kolom dengan uraian tiap kolom sebagai berikut:

1) Kolom 1, melakukan inventarisasi dan menyusun 5 atau 10 peluang dan ancaman
2) Kolom 2, member bobot pada masing-masing faktor yang dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Besaran bobot berkisar antara 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting)
3) Kolom 3, hitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala dengan besaran 4 (*outstanding)* sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi yang ada, dengan ketentuan sebagai berikut:
    - 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* untuk faktor ancaman kebalikan dari nilai *rating* peluang yaitu jika ancamannya semakin besar diberi *rating* 1 dan jika kecil atau sedikit ancamannya diberikan *rating* 4.

4) Kolom 4, hasil berupa skor pembobotan yaitu dari perkalian kolom 2 (bobot) dengan kolom 3(*rating*) menunjukan nilai skor yang bervariasi antara 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*)
5) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk mendapatkan total skor pembobotan yang menunjukan adanya reaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal.

Tabel 3.2

MATRIKS EFAS

Faktor-Faktor Strategis Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Bobot x Rating (4)	Keterangan (5)
PELUANG:				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
ANCAMAN				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
TOTAL	0,00	0	0,00	

Kriteria dan Angka Penilaian:

Kriteria Bobot:

Paling Penting = 1,00

Penting = 0,66-0,99

Cukup Penting = 0,33-0,66

Kriteria *Rating*

Sangat Baik = 4

Baik = 3

Kurang Penting = 0,01-0,33 Cukup Baik = 2

Tidak Penting = 0,00 Kurang Baik
= 1

Sumber: Fredy Rangkuti

3.7.2.2 IFAS (Matriks Faktor Strategi Internal)

1. Kekuatan

Aspek pemasaran

- Mempunyai lokasi yang sangat strategis karena berada tepat di jalan raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur.
- Fasilitas rumah makan khas sunda Pak H.ihin yang cukup baik.
- Tempat parkir yang cukup luas.
- Sangat menjaga kebersihan.

Aspek produksi

- Hasil dari olahan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin sangat berbeda dari rumah makan yang lain yang mempunyai ciri khas sendiri.

Aspek Sumber Daya Manusia

- Hasil olahan juru masak yang sangat menjaga ciri khas menu di rumah makan ini

2. Kelemahan

Aspek SDM

- Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.

- Kurangnya disiplin dalam bekerja..
- Kurang produktif dalam bekerja
- Kurangnya keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan
- Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen
- Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen

Aspek pemasaran

- Dalam hal pemasaran maih mengandalkan lokasi,belum memanfaatkan media-media lain seperti jejaring sosial atau media-media lainnya

Aspek keuangan

- Masih melakukan perhitungan manual sehingga kurang efektf dan efisien.

Sebelum dilakukan pembobotan yang dituangkan dalam matriks IFAS dari penjelasan faktor faktor diatas dilakukan perankingan. Dari ke lima pakar dibawah pakar yang ke 1 adalah karyawan (kasir), pakar yang ke 2 adalah karyawan (juru masak), pakar yang ke 3 adalah pemilik RM (manajer), pakar yang ke 4 adalah karyawan (pelayan) dan pakar yang ke 5 adalah konsumen RM. Alasan peneliti mengambil ke lima pakar tersebut adalah Dalam penelitian kualitatif ini, teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit , lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap dan pasti, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data Contoh perangkingan ada pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.3
Perankingan Faktor Internal

No	Uraian	Nilai Pakar					Rata-rata skor	*Rank*
		1	2	3	4	5		
1	KEKUATAN/STRENGTH							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	• Lokasi yang sangat strategis karena berada tepat di jalan raya Puncak Cipanas Cianjur • Fasilits rumah makan pak H.Ihin yang baik • Tempat parkir yang cukup luas • Sangat menjaga kebersihan							
	b. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA							
	• Hasil olahan juru masak yang sangat menjaga ciri khas menu di rumah makan ini							
	d. ASPEK PRODUKSI							
	• Hasil dari olahan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin sangat berbeda dari rumah makan yang lain yang mempunyai ciri khas sendiri.							
2	KELEMAHAN/WEAKNESS							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	• Dalam hal pemasaran maih mengandalkan lokasi,belum memanfaatkan media-media lain seperti jejaring sosial atau media-media lainnya.							
	b. ASPEK KEUANGAN							
	• Masih menggunakan perhitungan manual							
	c. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA							
	• Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja. • Kurangnya disiplin dalam bekerja.. • Kurang produktif dalam bekerja • Kurangnya keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan • Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen • Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen • Tidak memiliki pendidikan formal dalam hal food and beverage							

Setelah pengklasifikasian peluang dan ancaman dari dalam atau faktor interternal maka dilakukan perangkingan dan pembobotan. Berikut penyusunan perangkingan dan pembobotan pada Matriks IFAS :

1) Kolom 1, melakukan inventarisasi dan menyusun 5 atau 10 kekuatan dan kelemahan
2) Kolom 2, member bobot pada masing-masing faktor dengan besaran antara 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis yang dinilai.
3) Kolom 3, hitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala dengan besaran antara 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi yang ada sebagai berikut:
    - Pemberian nilai *rating* untuk kekuatan bersifat positif yaitu membandingkan dengan faktor strategis lain untuk menunjukan besar atau kecilnya kekuatan sehingga dapat diberi *rating* antara +1 sampai dengan +4.
    - Pemberian nilai *rating* untuk faktor kelemahan kebalikan dari nilai *rating* kekuatan yaitu jika kelemahannya dibawah rata-rata pembanding nilainya adalah 4, tetapi jika kelemahannya diatas rata-rata pembandingnya diberi nilai 1.

4) Kolom4, hasil berupa skor pembobotan yang diperoleh dari perkalian kolom 2 (bobot) dengan kolom (*rating*), mennjukan nilai skor yang bervariasi antara 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor)*
5) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk menunjukan adanya reaksi terhadap faktor-faktor strategis internal.

Tabel 3.4

Matriks IFAS

Faktor-Faktor Strategis Internal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Bobot x Rating (4)	Keterangan (5)
PELUANG:				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
ANCAMAN:				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
TOTAL	0,00	0	0,00	

Sumber: Fredy Rangkuti

Kriteria dan Angka Penilaian:

Kriteria Bobot:

Paling Penting = 1,00

Penting = 0,66-0,99

Cukup Penting = 0,33-0,66

Kurang Penting = 0,01-0,33

Tidak Penting = 0,00

Kriteria *Rating*

Sangat Baik = 4

Baik = 3

Cukup Baik = 2

Kurang Baik = 1

3.7.2.3 Tahapan Analisis

Tahapan analisis dilakukan dengan menggunakan matriks penggabungan EFAS+IFAS dan dilanjutkan dengan matriks alternating strategi.

a. Matriks Penggabungan EFAS + IFAS

Memindahkan hasil pada matriks EFAS dan IFAS ke dalam matriks penggabungan bertujuan untuk melihat hasil sub total EFAS dan sub total IFAS. Bila dijumlahkan dan dibandingkan akan memberikan suatu alternative bahwa analisis atau diagnosis ini benar terkait dengan permasalahan yang terjadi

Tabel 3.5

Analisis SWOT (EFAS + IFAS)

VARIABEL	***STRENGTH*** **KEKUATAN**	**BOBOT**	***WEAKNESS*** **KELEMAHAN**	**BOBOT**
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
	SUB TOTAL (A)	0,00	**SUB TOTAL (B)**	0,00
VARIABEL	***OPPORTUNITY*** **PELUANG**	**BOBOT**	***THREAT*** **ANCAMAN**	**BOBOT**
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
	SUB TOTAL (C)	0,00	**SUB TOTAL (D)**	0,00
	TOTAL S + O Atau (A) + (C)	**0,00**	**TOTAL W + T Atau (B) + (D)**	**0,00**

Sumber: Freddy Rangkuti

Hasil akhir yang diperoleh adalah :

- Bila **S (A) + O (C) > W (B) + T (D)** maka faktor strategis kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan ke luar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan.

Bila **S (A) + O (C) < W (B) + T (D)** maka pokok masalah dalah kenyatan sebenarnya yang terjadi, yang memiliki kelemahan besar disamping tantangan atau ancaman yang dihadapi sangat besar. Tindak lanjut yang dilakukan adalah mencari alternative lain untuk memperkuat variabel pengamatan atau strategi lainnya.

Setelah dilakukan perangkingan lalu diikuti dengan pembobotan dan juga melalui tahapan analisis dengan menggabungkan matriks EFAS dan IFAS maka akan didapat strategi yang tepat. Strategi itu lalu dituangkan kedalam Kuadran Swot untuk lebih mengtahui strategi apa yang akan diterapkan pada Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin.

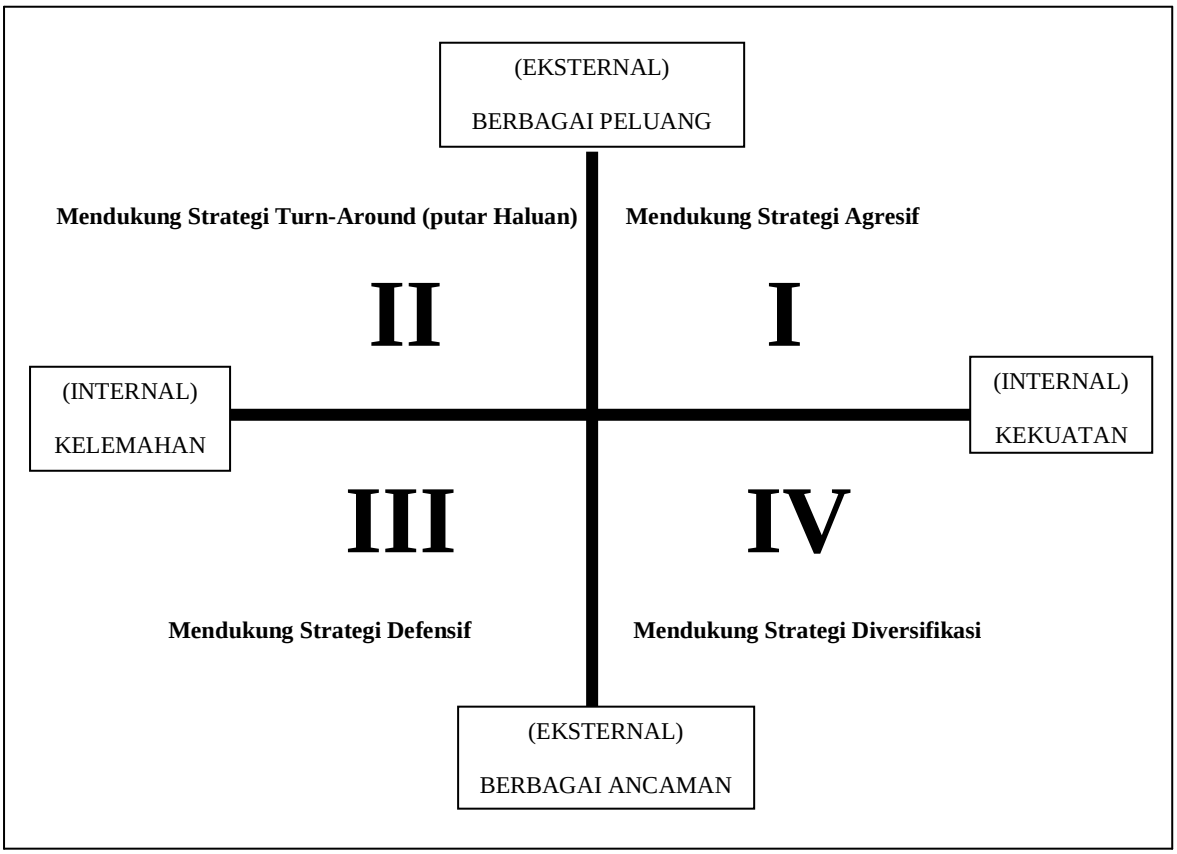
Untuk lebih jelasnya berikut **Gambar 3.5** mengenai Kuadran SWOT :

Kuadran I : Situasi yang sangat menguntungkan, memiliki peluang, dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran II : Menghadapi peluang pasar yang sangat esar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala atau kesalahan internal. Fokus strategi yang dilakukan adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran III : Situasi yang sangat tidak menguntungkan yaitu menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal.

Kuadran IV : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversivikasi, baik produk maupun pasar.



Gambar 3.4

Kuadran SWOT