BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini merupakan suatu permasalahan yang di jadikan sumber topik untuk penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang berjudul " Analisis Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Restoran BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung

" yang merupakan sub bab variabelnya yaitu :

1. Lokasi (*location*)
2. Barang dagangan (*merchandise*)
3. Harga (*price*)
4. Promosi (*promotion*)
5. Pelayanan (*service*)
6. Suasana dalam toko (*atmosfer*)

3.2 Metode Penelitian

Setiap peneliti harus menggunakan suatu metode tertentu untuk mempermudah pencapaian tujuan yag diharapkan dari penelitian. Dalam kegiatan apapun, metode dan teknik analisis harus selalu ada sebagai satu kesatuan yang keberadaannya tidak dapat dipisah–pisahkan karena metode dan teknik suatu

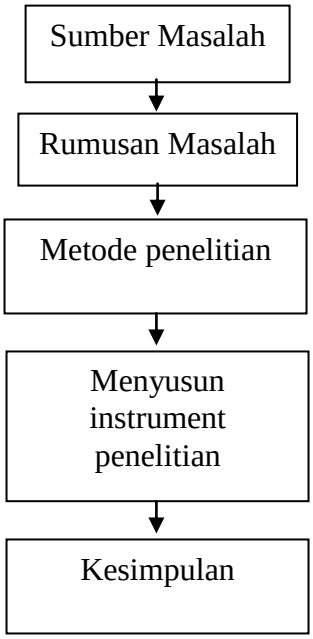
kegiatan penelitian ini, maka penulis menentukan metode tertentu yang disesuaikan dengan masalah dan tujuan yang telah dirumuskan.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu dengan cara menggambarkan dan membahas keadaan serta kegiatan perusahaan, berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian. Penelitian digunakan sebagai alat untuk mencari penyebab dari ketidaktahuan. Penelitian yang baik harus memenuhi syarat–syarat penelitian ilmiah yang ditujukan dengan bagaimana kepatuhan penelitian terhadap metode ilmiah atau *scientific method* yang memiliki pengertian penggunaan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam memprediksikan kejadian yang belum diketahui.

Menurut Sugiyono (2008:13) proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survei awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai sumber masalah sebagai dasar penelitian. Fenomena dalam penelitian ini adalah apakah pelaksanaan bauran eceran pada Restoran BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung dapat meningkatkan penjualan. Sedangkan dari segi promosi BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung belum melakukan

promosi secara besar-besaran atau berani memasang iklan di televisi atau iklan lainya sehingga masyarakat lebih mengetahui lagi keberadaan BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung

2. Rumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Masalah dalam penelitian ini meliputi :

   - Bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan bauran eceran pada Restoran BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung
   - Bagaimana pelaksanaan bauran eceran pada Restoran BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung dengan menggunakan analisis SWOT

3. Metode Penelitian

   Peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif.

4. Menyusun Instrumen Penelitian

Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen pada penelitian ini berbentuk kuesioner dan data dari perusahaan terkait. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah. Selanjutnya peneliti menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai: Analisis pelaksanaan bauran eceran yang diperoleh dari data kuesioner yang akan diisi oleh konsumen Restoran BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung

5. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan topik yang dibahas pada penyusunan usulan penelitian yaitu Analisis pelaksanaan Bauran Eceran Pada Restoran BMC (*bandoengsche melk central*) Bandung.

Dalam penelitian ini operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber
Bauran eceran	Kombinasi dari faktor-faktor ritel yang diguanakan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli.	**1. Lokasi, meliputi :** - Kestrategisan lokasi restoran - Kemudahan lokasi restoran dilalui oleh kendaraan umum **2. Barang Dagangan, meliputi :** - Cita rasa makanan dan minuman - Keanekaragaman produk yang ditawarkan **3.Harga, meliputi :** - Harga produk makanan dan minuman yang ditawarkan - Bersaingnya	- Tingkat kestrategisan - Tingkat kemudahan - Tingkat keenakan makanan dan minuman yang ditawarkan - Tingkat keanekaragaman - Tingkat kesesuaian harga - Tingkat persaingan	Ordinal	BMC (*Bandoengsche Melk central*)Bandung

		harga makanan dan minuman **4.Promosi, meliputi :** - Promosi pemasaran langsung - Promosi iklan brosur, iklan media cetak, dan iklan radio **5.Pelayanan, meliputi :** - Pelayanan yang baik - Keramahan karyawan **6.Suasana toko, meliputi :** - Desain ruangan restoran - Fasilitas tambahan	harga - Tingkat kemenarikan - Tingkat keseringan dalam melakukan promosi - Tingkat Kecepatan - Tingkat keramahan - Tingkat kemenarikan - Tingkat kelengkapan		

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Jenis data merupakan data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian, untuk menunjang hasil penelitian, maka penulis melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan yaitu :

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder agar memudahkan dalam penelitian. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara denga responden antara lain pengurus,karyawan dan anggota.

“Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber yang biasanya melalui pertanyaan tulisan atau lisan” (Umi narimawati,2008:11)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari literatur-literatur dan laporan-laporan yang berhubungan dengan obyek penelitian. Menurut Umi Narimawati (2008:12):

“Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber pertama yang digunakan untuk memjawab masalah yang diteliti”

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115) mendefinisikan Populasi adalah sebagai berikut:

“ Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik ptertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan di pilih adalah konsumen yang datang ke restoran BMC. Konsumen yang datang ke Restoran BMC *(Bandoengshe Melk Centrale)* Bandung Jl. Aceh No. 30 Bandung adalah sebanyak 1346 orang per /3 bulanya hal ini dikarnakan laporan jumlah pengunjung di Restoran BMC dilakukan dalam tiga bulan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116), mendefinisikan Sampel adalah sebagai berikut:

“Sampel adalah sebagai dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Jenis sampel yang digunakan adalah teknik sampling yaitu non probability (pengambilan sampel tidak berdasarkan peluang). Dalam non probability sampling kemungkinan atau peluang seseorang untuk terpilih menjadi anggota sampel tidak diketahui. Dengan demikian, sampel yang diambil tidak dapat dikatakan sebagai sampel yang representative sehingga sukar untuk melakukan generalisasi diluar sampel yang diteliti.

Dalam menghitung sampel penulis menggunakan rumus slovin (Umar 2000 : 146), dengan derajat kepercayaan 90% dan tingkat kegagalan 10%. Rumus tersebut dapat dituliskan sebagai berikut :

$$N = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Jumlah Kesalahan

Maka N = 1346.46

$$n = \frac{1346.46}{(1+1346.46(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{1346.46}{(1+13,47)}$$

$$n = \frac{1346.46}{14,47}$$

n = 93 yang dibulatkan menjadi 100 orang

Maka jumlah sampel penelitian yang akan diambil adalah sebanyak 100 orang.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berasal dari sumber – sumber sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulisan melakukan penelitian dengan metode lapangan yaitu penulisan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan sebagai bahan bukti di tempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan cara sebagai berikut:

a. Obvervasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.
c. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku (literature) dan pemilihan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas. Cara yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang menjadi landasan teori guna mendukung data yang diperoleh selama penelitian:

a. Studi Dokumentasi

Yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang ada di perusahaan yang berkenan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen mengenai sejarah perkembangan

perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan sebagainya yang menunjang penelitian.

b. Studi Literatur

Yaitu mengumpulkan data dengan cara mempelajari buku-buku, makalah dan tugas akhir untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang sedang dibahas, yaitu tentang bauran pemasaran jasa.

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai *(scoring)* sesuai dengan sistem yang ditetapkan. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala likert yaitu 5, 4, 3, 2, 1.

3.2.5 Metode Analisis

3.2.5.1 Analisis Kualitatif/Deskriptif

Menurut Sugiyono (2009:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen). Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik baik yang bersifat deskriptif yang digunakan dalam pemilihan ini untuk maksud mendeskrifsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penilaian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian.

Sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju (1995:45) “Bahwa untuk menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai Indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya” sebagai berikut :

Skor minimum dalam persentase $= \frac{skor\ \min imum}{skor\ maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor maksimum dalam persentase $= \frac{skor\ \min imum}{skor\ maksimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

= 100% - 20% = 80%

Panjang interval $= \frac{Interval}{Jenjang} = \frac{80\%}{5} = 16$

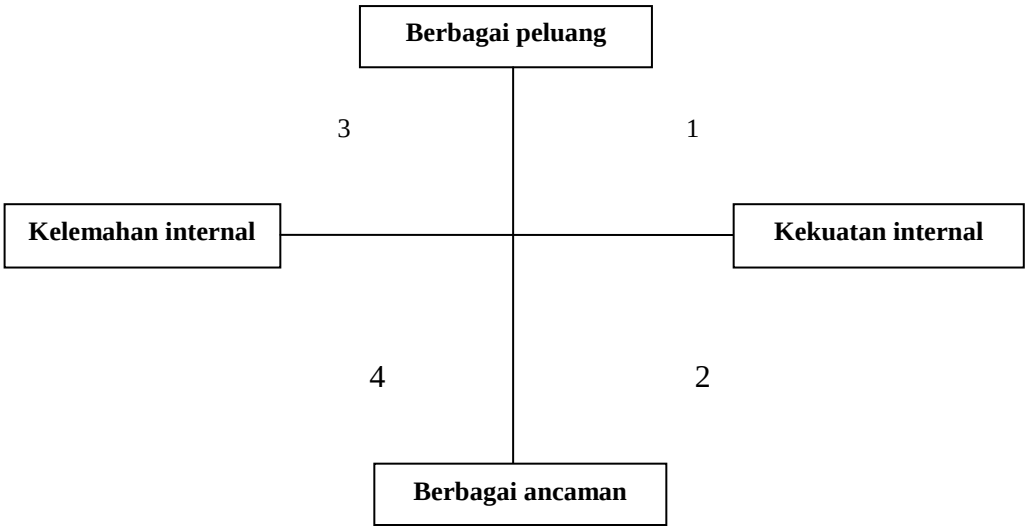
Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian sebagai berikut:

Table 3.2
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	Baik
84 % - < 100 %	Sangat Baik

3.2.5.2 Metode Alat Ukur SWOT

Selain analisis menggunakan analisis deskriptif penulis juga menggunakan metode analisis SWOT dari SWOT analysis perusahaan dapat menentukan strategi efektif yang sejauh mungkin memanfaatkan kesempatan yang berlandaskan pada kekuatan yang dimiliki perusahaan, mengatasi ancaman yang datang dari luar, serta memperbaiki kelemahan yang ada, SWOT analysis melaksanakan analisis dan diagnosis keunggulan strategis untuk mengidentifikasi dengan jelas kekuatan serta kelemahan perusahaan pada waktu saat ini. Analisa SWOT juga mengkaji kelemahan di masa datang yang paling mungkin terjadi. Dan adapula diagram analisis SWOT dan diagram matrik SWOT dapat terlihat pada table 3.3 dan 3.4



1. Mendukung strategi agresif
2. Mendukung strategi diversifikasi
3. Mendukung strategi turn-around
4. Mendukung strategi defensive

Gambar 3.2
Diagram anlisis SWOT

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy)

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan

adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)

Kuadran 3 : Perusahaanmenghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Tabel 3.3
Diagram Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT

Keterangan dari diagram matrik SWOT tabel 3.4 :

a. Strategi SO

   Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

b. Strategi ST

   Ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan cara menghindari ancaman

c. Strategi WO

   Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

d. Strategi WT

   Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensifdan ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman