

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

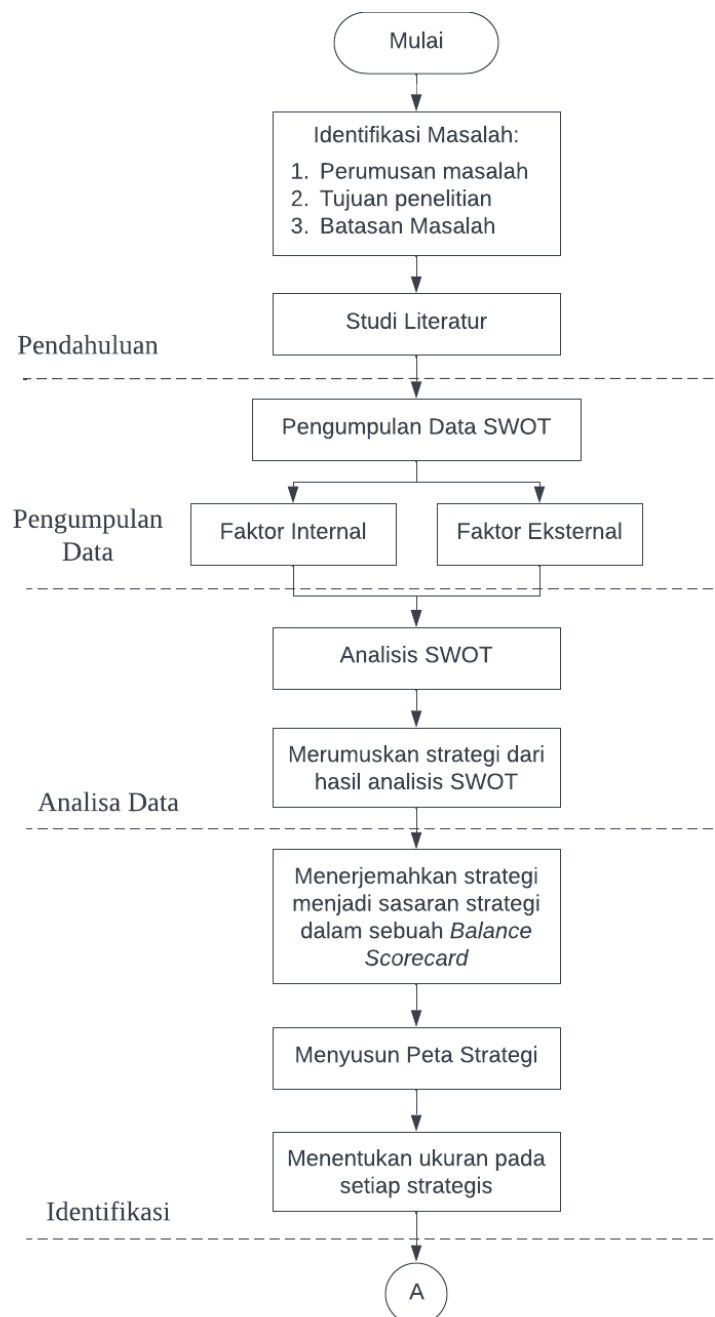
Objek dalam penelitian ini adalah strategi bisnis dari Rumah Makan Tirta Alam. Pemilihan lokasi penelitian ini, didasarkan pada rumah makan yang belum mampu mencapai target omset penjualannya dan perlu dilakukan pengembangan bisnis agar mampu bersaing dan meningkatkan penjualan. Sementara subjek dalam penelitian ini adalah UMKM Rumah Makan Tirta Alam yang berlokasi di Desa Karanggondang, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah. Adapun yang terlibat dalam penelitian ini yaitu pemilik, karyawan dan pelanggan.

3.2 Alur Penelitian

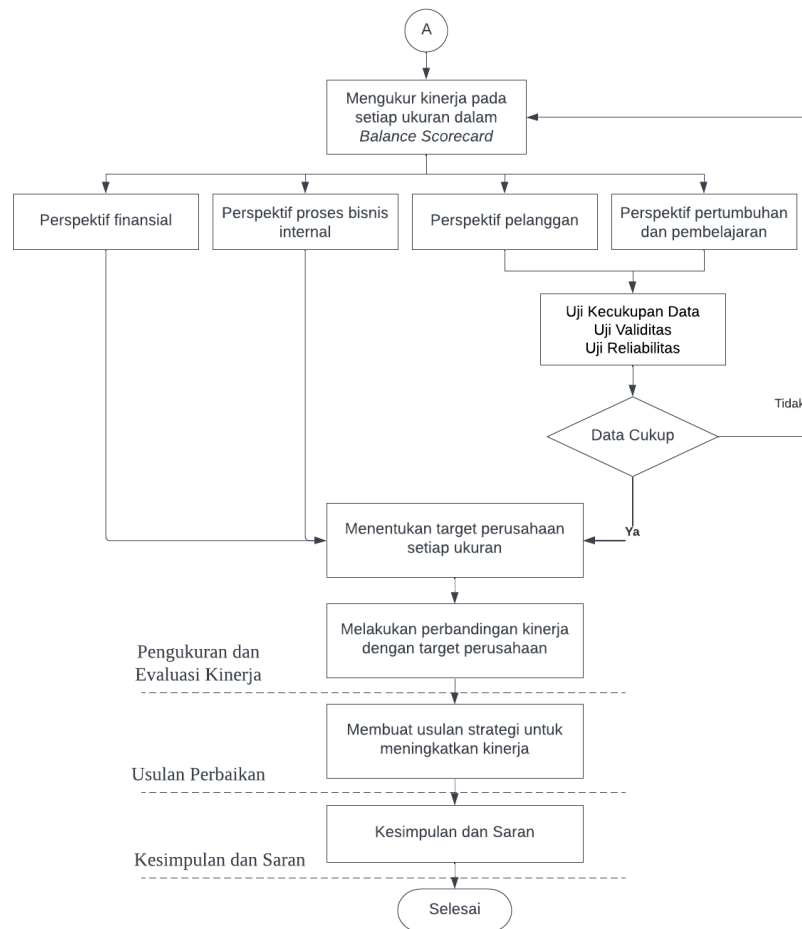
Pada tahap awal penelitian dimulai dengan melakukan *survey* lapangan secara langsung pada Rumah Makan Tirta Alam untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada objek penelitian. Setelah melaksanakan *survey* kemudian melakukan perumusan suatu masalah, tujuan dan batasan pada penelitian. Permasalahan yang diangkat yaitu mengenai strategi pengembangan bisnis pada Rumah Makan Tirta Alam untuk dapat mencapai omset yang ditargetkan. Setelah identifikasi masalah ditemukan, kemudian melakukan studi literatur terkait permasalahan melalui jurnal dan buku.

Tahap selanjutnya mengumpulkan data SWOT terdiri dari faktor internal dan eksternal yang menjadi data utama dalam penelitian ini. Kemudian, menganalisis data tersebut untuk membuat strategi pengembangan bisnis. Berdasarkan strategi tersebut, diolah ke dalam *Balance Scorecard* sebagai sasaran strategi dan dihasilkan peta strategi untuk memperlihatkan visual sasaran strategi. Setelah didapatkan sasaran strategi, kemudian dilakukan pengukuran kinerja pada setiap strateginya dengan berdasarkan empat perspektif, yaitu perspektif finansial, pelanggan, pelanggan, pertumbuhan dan pembelajaran. Selanjutnya, peneliti menginformasikan kepada pemilik terkait hasil pengukuran kinerja dan

membandingkannya dengan target kinerja yang seharusnya. Tahap terakhir yaitu usulan perbaikan strategi, melalui tahap ini peneliti akan menentukan usulan strategi guna meningkatkan kinerja perusahaan agar target yang ditentukan dapat tercapai. Diagram alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1 dan Gambar 3.2.



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian



Gambar 3.2 Diagram Alur Penelitian (lanjutan)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Alat dan Bahan

Pada proses pengambilan maupun pengolahan data dibutuhkan beberapa alat dan bahan yang dapat mempermudah proses penelitian berupa:

1. Alat tulis
2. *Handphone*
3. Laptop
4. *Microsoft Word*
5. *Microsoft Excel*
6. *SPSS* versi 25

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa langkah-langkah penelitian diantaranya, melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik dan karyawan Rumah Makan Tirta Alam sebagai informan. Informasi yang diperoleh berupa gambaran mengenai proses bisnis keseluruhan, proses produksi, laporan kinerja tahunan serta laporan keuangan. Tahap selanjutnya yaitu tahap identifikasi pada faktor internal dan eksternal. Kemudian, dilakukan analisis SWOT yang akan diterjemahkan dalam empat perspektif dalam *Balance Scorecard*. Setiap perspektif dimasukan poin-poin yang menjadi pertimbangan diantaranya, objektif, matrik, target yang nantinya akan menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan *Key Performance Indicator* (KPI). Selanjutnya, tahap pengukuran kinerja pada empat perspektif *Balance Scorecard* dengan berdasarkan data perusahaan di dua tahun terakhir (2021-2022) dan hasil penyebaran kuesioner melalui pengukuran *skala likert* dalam rentang 1-5 dengan ketentuan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 *Skala Likert* Tanggapan Responden

Skala	Parameter
1	Sangat Tidak Puas (STP)
2	Tidak Puas (TP)
3	Cukup Puas (CP)
4	Puas (P)
5	Sangat Puas (SP)

3.3.3 Atribut Penelitian

Pada atribut penelitian berisi tentang pernyataan yang digunakan sebagai dasar untuk membuat kuesioner. Penelitian ini terbagi menjadi empat atribut penelitian, diantaranya:

1. Atribut Penelitian Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.2 Atribut Penelitian Kepuasan Pelanggan

Atribut	Kode	Pernyataan
Kualitas Produk (Mawuntu dan Aotama, 2022)	X1	Menu yang disajikan dalam kondisi segar dan bersih
	X2	Menu makanan dan minuman yang bervariasi
	X3	Produk yang ditawarkan memiliki rasa yang enak dan konsisten
	X4	Porsi yang disajikan sesuai standar
	X5	Penyajian makanan yang menarik

Atribut	Kode	Pernyataan
Harga dan Nilai (Rahayu, 2020)	X6	Daftar produk yang jelas
	X7	Harga produk yang terjangkau
	X8	Kesesuaian antara harga, kualitas, dan kuantitas produk yang ditawarkan
Fasilitas (Hermanto dkk., 2019)	X9	Ketersediaan fasilitas umum yang memadai, seperti area parkir, kamar mandi, dan tempat ibadah
	X10	Ketersediaan tempat yang memadai untuk melakukan proses pembelian
	X11	Ketersediaan layanan fasilitas untuk mendapatkan info produk rumah makan (sosial media)
	X12	Ketersediaan layanan untuk pesan antar makanan online
	X13	Pembayaran dengan tunai
	X14	Pembayaran dengan <i>E-Money</i>
Lingkungan (Wijaya dan Hidayati, 2020)	X15	Kebersihan ruangan, fasilitas dan lingkungan sekitar rumah makan
	X16	Tingkat kesejukan di ruangan
	X17	Tingkat kenyamanan ketika berada di rumah makan
Kenyamanan (Afsyah dan Santosa, 2022)	X18	Kemudahan dalam mencari rumah makan
	X19	Keamanan yang terjamin

2. Atribut Penelitian Citra dan Reputasi

Atribut penelitian citra dan reputasi berdasarkan dari penelitian Novitasari dan Hidayati (2020).

Tabel 3.3 Atribut Penelitian Citra dan Reputasi

Atribut	Kode	Pernyataan
Nilai	Y1	Rumah makan memiliki nilai yang baik
	Y2	Rumah makan memiliki kualitas yang baik
	Y3	Rumah makan memiliki sisi potensi yang baik
	Y4	Rumah makan memiliki keunggulan yang lebih dibandingkan dengan outlet lainnya
	Y5	Rumah makan layak direkomendasikan kepada orang lain
	Y6	Tanda loyalitas pelanggan dengan datang kembali
Identitas Perusahaan	Y7	Popularitas nama rumah makan sudah dikenal banyak orang
Reputasi	Y8	Rumah makan memiliki reputasi yang baik

Atribut	Kode	Pernyataan
	Y9	Rumah makan layak mendapatkan kepercayaan dari saya sebagai pelanggan
Kepribadian	Y10	Rumah makan selalu bertanggung jawab terhadap segala hal yang dihadapi oleh pelanggan

3. Atribut Penelitian Kualitas Pelayanan

Atribut penelitian kualitas pelayanan berdasarkan dari penelitian Setyawan (2018).

Tabel 3.4 Atribut Penelitian Kualitas Pelayanan

Atribut	Kode	Pernyataan
<i>Tangibles</i>	Z1	Rumah makan menyediakan fasilitas yang lengkap dan memadai
	Z2	Rumah makan memiliki lingkungan yang indah, sejuk, dan nyaman
	Z3	Karyawan memiliki penampilan yang sopan dan menarik
<i>Reliability</i>	Z4	Karyawan mencarikan dan menampilkan produk sesuai dengan permintaan pelanggan
	Z5	Karyawan mampu memberikan penjelasan yang detail tentang produk yang ditawarkan
	Z6	Karyawan selalu siap membantu jika ada masalah atau permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan
	Z7	Pengantaran makanan dengan waktu yang efektif
<i>Responsiveness</i>	Z8	Karyawan menerima dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang baru datang
	Z9	Karyawan memberikan respon yang cepat dan tanggap saat dipanggil atau dibutuhkan
	Z10	Karyawan maupun pihak pemilik mampu merespon dengan baik ketika ada keluhan dari pelanggan
<i>Assurance</i>	Z11	Karyawan dengan cekatan dan menghargai pelanggan dengan baik
	Z12	Karyawan memiliki keterampilan komunikasi yang baik
	Z13	Rumah makan memiliki kekonsistensian kualitas dan rasa pada produk makanan minuman mereka
<i>Empathy</i>	Z14	Karyawan dengan sigap membantu pelanggan dalam menemukan tempat duduk ketika sedang ramai
	Z15	Karyawan menunjukkan sikap ramah dan sopan kepada pelanggan
	Z16	Karyawan memberikan pelayanan sungguh-sungguh kepada pelanggan

4. Atribut Penelitian Kepuasan Karyawan

Tabel 3.5 Atribut Penelitian Kepuasan Karyawan

Atribut	Kode	Pernyataan
Dukungan organisasi (Wahyuni dan Lukito, 2019)	K1	Kepuasan terhadap kesempatan untuk bekerja secara mandiri dalam menyelesaikan tugas
	K2	Kepuasan terhadap kesempatan untuk menjadi kontributor penting dalam kerja tim
	K3	Kepuasan dengan pekerjaan yang memberikan jaminan kehidupan di masa depan
Pemenuhan hak (Zulkarnaen dan Herlina, 2018)	K4	Kepuasan dengan keseimbangan antara gaji yang diterima dan pekerjaan yang dilakukan
	K5	Kepuasan terhadap keterkaitan gaji yang terima dengan tingkat pendidikan
	K6	Kepuasan terhadap sistem penggajian yang diterapkan di tempat bekerja
	K7	Kepuasan terhadap penghargaan dan imbalan yang diberikan atas usaha keras
Kelangsungan Kerja (Wahyuni dan Lukito, 2019)	K8	Kepuasan terhadap kondisi dan fasilitas yang disediakan di area kerja terkait dengan kenyamanan
	K9	Kepuasan terhadap ketersediaan peralatan dan perlengkapan yang mendukung pelaksanaan pekerjaan
Orientasi Tim Kerja (Wahyuni dan Lukito, 2019)	K10	Kepuasan terhadap hubungan kerja yang harmonis dengan rekan kerja dan atasan
	K11	Kepuasan terhadap kemampuan kerjasama dan kekompakan dengan rekan kerja
	K12	Kepuasan terhadap kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku di tempat kerja
	K13	Kepuasan terhadap gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh atasan terhadap para pekerja
	K14	Kepuasan terhadap kompetensi dan kemampuan atasan Anda dalam mengambil keputusan
Keterampilan (Sadikin dkk., 2020)	K15	Kepuasan terhadap kesempatan untuk meningkatkan keterampilan dan

Atribut	Kode	Pernyataan
		kemampuan dalam pekerjaan yang dilakukan
	K16	Kepuasan terhadap kebebasan untuk memberikan saran atau penilaian sendiri kepada perusahaan
	K17	Kepuasan terhadap kesempatan untuk menggunakan kemampuan dalam melakukan sesuatu
	K18	Kepuasan terhadap kesempatan untuk menggunakan pendekatan pribadi dalam menyelesaikan pekerjaan
	K19	Kepuasan terhadap kesempatan untuk meningkatkan kemampuan kerja melalui pelatihan tambahan
	K20	Kepuasan terhadap rasa pencapaian yang diperoleh dari pekerjaan

3.4 Teknik Analisa Data

Berdasarkan keempat perspektif dari metode *Balance Scorecard* yang masing-masing perspektif memiliki tahapan analisa data atau *Key Performance Indicator*, diantaranya:

1. Perspektif Finansial

Pada perspektif finansial akan dilakukan perhitungan NPM dan ROE. Perspektif ini, peneliti menggunakan data historis penjualan di tahun 2021-2022. Perhitungan NPM dan ROE menggunakan persamaan (1) dan (2).

a. *Net Profit Margin* (NPM)

Perhitungan NPM menurut (Koesomowidjojo, 2017), sebagai berikut :

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

b. *Return On Equity* (ROE)

Perhitungan ROE menurut (Rangkuti, 2017), sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

2. Perspektif Pelanggan

Pada perspektif pelanggan peneliti melakukan penyebaran kuesioner terkait kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, citra reputasi perusahaan dan pemasaran. Kuesioner dapat dilihat pada lampiran 1. Setelah penyebaran

kuesioner dilakukan uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas dan persentase hasil.

1. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk menguji data yang tersedia telah mencukupi atau mewakili populasi untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan analisis yang ditetapkan. Pengukuran uji kecukupan data menggunakan persamaan slovin dengan tingkat signifikansi pada pengujian ini sebesar 5% atau 0.05 dan nilai $n = 212$, maka derajat kebebasan $(df) = n - 2 = 212 - 2 = 210$. Pengukuran uji kecukupan data menggunakan persamaan (3):

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (450 pengunjung dalam 1 bulan)

e = Tingkat signifikansi (5% atau 0.05)

Berikut perhitungan uji kecukupan data yang dilakukan untuk mengetahui sampel dari pengunjung Rumah Makan Tirta Alam dengan menggunakan persamaan (3) sebagai berikut:

$$n = \frac{450}{1+(450 \times (0.05)^2)} = 211,7 \approx 212$$

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan nilai $n = 212$. Maka, jumlah minimum kuesioner perspektif pelanggan yang dibutuhkan yaitu sebanyak 212 responden.

2. Uji Validitas

Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana keabsahan atau kevalidan pertanyaan kuesioner yang digunakan. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka r_{hitung} masing-masing atribut dengan r_{tabel} . Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan nilai $n = 212$, maka derajat kebebasan $(df) = n - 2 = 212 - 2 = 210$. Sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0.138.

Hipotesis yang digunakan yaitu:

a. Hipotesis Penelitian

H_0 : Hasil kuesioner valid.

H_1 : Hasil kuesioner tidak valid.

b. Daerah Kritis

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 diterima.

$r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 ditolak, atau H_1 diterima.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat dipercaya dan nyata. Uji ini untuk membandingkan nilai *Cronbach Alpha*, apabila *Cronbach's Alpha* > 0.60 dan nilai *Cronbach's Alpha* $> r_{tabel}$, maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel dan sebaliknya.

Hipotesis yang digunakan yaitu :

a. Hipotesis Penelitian

H_0 : Hasil kuesioner reliabel.

H_1 : Hasil kuesioner tidak reliabel.

b. Daerah Kritis

Jika $r_{alpha} > 0.60$, maka H_0 diterima.

Jika $r_{alpha} < 0.60$, maka H_0 ditolak, atau H_1 diterima

4. Persentase Hasil

Persentase hasil digunakan untuk memperoleh informasi tentang penyebaran data yang dihasilkan dengan melakukan perhitungan interval dan persentase dari hasil kuesioner. Selanjutnya, persentase hasil kuesioner akan dikelompokkan berdasarkan intervalnya dan dibandingkan dengan target yang ditetapkan oleh bisnis (Pratiwi dkk., 2019).

a. Persentase nilai maksimal

$$\begin{aligned} \text{Persentase nilai maksimal} &= \frac{\text{Skala maksimal}}{\text{Skala maksimal}} \times 100\% \\ &= \frac{5}{5} \times 100\% \\ &= 100\% \end{aligned}$$

b. Persentase nilai minimal

$$\text{Persentase nilai minimal} = \frac{\text{Skala minimal}}{\text{Skala maksimal}} \times 100\%$$

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

$$= 20\%$$

c. Menentukan range

$$\begin{aligned} \text{Menentukan range} &= \% \text{ maksimal} - \% \text{ minimal} \\ &= 100\% - 20\% \\ &= 80\% \end{aligned}$$

d. Lebar interval

$$\begin{aligned} \text{Lebar interval} &= \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah interval}} \\ &= \frac{80\%}{5} \\ &= 16\% \end{aligned}$$

e. Interval kategori tanggapan

Berikut ini adalah tabel interval kategori tanggapan dari kuesioner.

Tabel 3.6 Interval Kategori Tanggapan dari Kuesioner Rumah Makan Tirta Alam

Persentase	Kategori
20% < skor < 36%	Sangat Tidak Puas (STP)
36% < skor < 52%	Tidak Puas (TP)
52% < skor < 68%	Cukup Puas (CP)
68% < skor < 84%	Puas (P)
84% < skor < 100%	Sangat Puas (SP)

f. Persentase kuesioner

Persentase kuesioner adalah ukuran yang digunakan untuk menggambarkan proporsi atau persentase yang diterima dalam suatu kuesioner. Perhitungan ini untuk memberikan gambaran seberapa representatif atau signifikan data yang diperoleh dari kuesioner tersebut. Adapun persamaan yang digunakan untuk menghitung persentase kuesioner (4):

$$\text{Persentase kuesioner} = \frac{\text{skor yang diterima}}{\text{Jumlah item} \times \text{skor ideal} \times \text{Jumlah responden}} \times 100\% \dots (4)$$

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

a. Inovasi

Pada indikator inovasi dilakukan wawancara kepada pemilik untuk mendapatkan informasi terkait inovasi apa saja yang dilakukan Rumah Makan Tirta Alam pada tahun 2021-2022.

b. Pemasaran

Pada indikator pemasaran peneliti mengambil hasil dari butir pertanyaan kuesioner terkait strategi pemasaran 9P pada kuesioner kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Pada indikator ini juga dilakukan uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas dan persentase hasil.

c. Operasional Sistem

Pada indikator ini dilakukan wawancara kepada pemilik untuk mendapatkan informasi tentang kesesuaian pelaksanaan sistem operasional terkait kesesuaian antara perencanaan dan pencapaiannya. Contohnya, kejelasan tugas dan wewenang,

d. Pelayanan

Pada indikator pelayanan dilakukan wawancara kepada pemilik untuk mendapatkan informasi SOP pelayanan. Kemudian dari SOP tersebut, dilakukan pengukuran waktu dari masing-masing jenis SOP, terkait kenyataan dan waktu target yang diharapkan. Pengukuran tingkat SOP menggunakan persamaan (5):

$$\text{Tingkat Keefisienan SOP} = \frac{\text{Jumlah Kesesuaian}}{\text{Total Kesesuaian}} \dots\dots\dots (5)$$

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

a. Tingkat Produktivitas Karyawan

Pengukuran tingkat produktivitas karyawan menurut (Kaplan, A dan Norton, 2000) menggunakan persamaan (6):

$$\text{Produktivitas karyawan} = \frac{\text{Laba operasi setelah pajak}}{\text{Jumlah karyawan}} \times 100\% \dots (6)$$

b. Tingkat Retensi Karyawan

Pengukuran tingkat retensi karyawan menurut (Yuwono, 2002) menggunakan persamaan (7):

$$\text{Retensi Karyawan} = \frac{\text{Jumlah karyawan bertahan}}{\text{Jumlah karyawan awal}} \times 100\% \dots\dots\dots (7)$$

c. Tingkat Kepuasan Karyawan

Pada indikator ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada karyawan terkait kepuasan karyawan. Kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 2. Setelah penyebaran kuesioner dilakukan uji kecukupan data, uji validitas dan uji reliabilitas.

d. Pelatihan karyawan

Pada pelatihan karyawan peneliti melakukan wawancara kepada pemilik terkait seberapa sering pelatihan yang dilakukan kepada karyawan. Kemudian, dilakukan pengukuran skor dengan indikator kompetensi yang terdapat pada Tabel 2.2.

3.5 Jadwal Kegiatan

Tabel 3.7 Jadwal kegiatan

No	Kegiatan	2022			2023						
		Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Observasi dan Wawancara										
2	Studi literatur										
3	Perencanaan										
4	Ujian proposal										
5	Revisi proposal										
6	Pengumpulan data										
7	Pengolahan data										
8	Penyusunan laporan Tugas Akhir										
9	Penyusunan <i>paper</i>										
10	<i>Submit paper</i>										
11	Ujian laporan Tugas Akhir										
12	Revisi laporan Tugas Akhir										