

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Tingkat Pengambilan Kuesioner

Untuk mengetahui pengiriman dan respon dari responden mengenai kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 *Tingkat Pengambilan Kuesioner*

No	Keterangan	Σ Kuesioner
1	Kuesioner yang dibagikan	50
2	Kuesioner yang kembali	50
3	Kuesioner yang tidak kembali	-
4	Kuesioner yang rusak	-
5	Total kuesioner yang diolah	50

Sumber: *Data Primer yang diolah (2018)*

Jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu sebanyak 50 kuesioner, jumlah kuesioner yang dikembalikan sebanyak 50, sehingga kuesioner yang diolah dan dianalisis sesuai dengan kuesioner yang dikembalikan yaitu 50 kuesioner.

4.2. Karakteristik Responden

Tabel 4.2 *Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase %
1	Laki-laki	37	74
2	Perempuan	13	26
	Total	50	100

Sumber: *Data Primer Diolah (2018)*

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden dapat diketahui sebanyak 37 atau 74 % pada responden berjenis kelamin laki-laki dan sisanya sebanyak 26 % atau 13 responden berjenis kelamin perempuan. Dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah laki-laki.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Kategori Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase %
1	Remaja 16 tahun - 25 tahun	32	64
2	Dewasa 26 tahun - 45 tahun	14	28
3	Lansia 46 tahun - 65 tahun	4	8
	Total	50	100

Sumber: *Data Primer Diolah (2018)*

Pembagian responden dibagi menjadi berdasarkan kategori usia, dilakukan dengan mengacu pada pengelompokan yang dilakukan Depkes RI (Depkes 2009), Karakteristik responden dibagi menjadi berdasarkan kategori dan usia responden dapat diketahui sebanyak 64 % berada pada kategori Remaja usia 16 – 25 tahun, 28 % berada pada kategori Dewasa usia 26 – 45 tahun, dan sisanya sebanyak 8 % berada pada kategori Lansia usia 46 – 65 tahun. Seperti yang dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak 16 – 25 tahun.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase %
1	SMP	9	18
2	SMA	22	44
3	Diploma II (D2)	5	10
4	Strata I (S1)	14	28
	Total	50	100

Sumber: *Data Primer Diolah (2018)*

Pada tabel 4.4 diatas dapat dilihat jumlah responden beserta presentasinya. Sebanyak 9 % untuk lulusan SMP, lulusan SMA sebanyak 44 %, kemudian untuk lulusan DIPLOMA sebanyak 10 %, dan lulusan STRATA sebanyak 28 %. Dari hasil presentase tersebut dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir sebagian responden adalah lulusan SMA.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase %
1	Karyawan	11	22
2	Pelajar	17	34
3	Mahasiswa/i	14	28
4	Wiraswasta	8	16
	Total	50	100

Pada tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Bekerja beserta persentasinya. Sebanyak 22 % untuk Karyawan, Pelajar sebanyak 34 %, kemudian untuk Mahasiswa sebanyak 28 %, dan Wiraswasta sebanyak 16 %. Dari hasil persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa pelajar sebagian responden.

4.3. Pengumpulan Data

Faktor-faktor yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen di jelaskan pada poin-poin berikut :

1. RASA

- Apakah produk ini memiliki rasa yang enak maka digunakan bentuk pertanyaan berupa :

Apakah menurut anda rasa makanan itu penting?

2. HARGA

- Apakah produk ini termasuk makanan yang harganya murah maka digunakan bentuk pertanyaan berupa :

Apakah menurut anda harga itu penting?

3. KEBERSIHAN

- Kebersihan adalah salah satu faktor yang dipentingkan oleh konsumen, maka digunakan bentuk pertanyaan berupa:

Apakah menurut anda kebersihan kemasan/makanan itu penting?

4. KEMASAN

Dari observasi dan membandingkan produk sejenis maka perlu dipertanyakan dari melihat faktor kepentingan, maka digunakan pertanyaan-pertanyaan berupa:

- **Variasi Produk**
Apakah menurut anda variasi ukuran itu penting?
- **Variasi Makanan**
Apakah menurut anda variasi makanan ringan itu penting?
- **Variasi Kemasan**
Apakah menurut anda tanda BPOM di setiap kemasan itu penting?
Apakah deskripsi komposisi makanan tercantum kemasan itu adalah penting?

5. **PENJUALAN**

Apakah anda tertarik bisnis makanan ringan?

Apakah anda sering membeli makanan ringan di situs online?

6. **BISNIS MAKANAN RINGAN**

Apakah anda sering menemui makanan ringan di kantin-kantin sekolahan ataupun di warung-warung?

7. **TEMPAT PENJUALAN**

Tempat penjualan makanan sekarang ada di mana saja dari pasar,kantin sekolah, ataupun sosial media, maka digunakan pertanyaan berupa :

Apakah anda sering membeli makanan ringan di situs online?

Apakah anda sering menemui makanan ringan di kantin-kantin sekolahan ataupun di warung-warung?

4.3.1. **Pengumpulan Data Hasil Kuesioner**

Tabel 4.6 Data hasil kuesioner

FAKTOR	YA	TIDAK
Rasa	39	11
Harga	35	15
Kebersihan	40	10
Kemasan	33	17
Penjualan	13	37
Bisnis Makanan Ringan	14	36
Tempat Penjualan	42	8

a. Hasil data kuesioner pada gambar tabel dibawah ini :

Tabel 4.7 Data kuesioner makanan ringan

RESPONDEN		
FAKTOR	Rata-rata	Bobot
Rasa	4	0,20
Kemasan	3,82	0,19
Jenis Kemasan	2,58	0,13
Harga	3,28	0,16
BPOM	3,4	0,17
Komposisi	3,26	0,16
Jumlah	20,34	1,00

Berdasarkan tabel 4.9 bahwa Rasa memiliki bobot sebesar 0,20 dari faktor dinyatakan penting oleh responden.

Berdasarkan tabel 4.9 bahwa kesukaan konsumen terhadap produk makanan ringan “Si Bolang” nilai rata-rata tertinggi adalah rasa makanan ringan dengan nilai 4, kemasan menempati urutan kedua dengan nilai rata-rata 3,82, jenis kemasan menempati urutan ke tiga dengan nilai rata-rata 2,58, harga menempati urutan keempat dengan nilai rata-rata 3,28, BPOM menempati urutan ke lima dengan nilai rata-rata 3,4, dan komposisi menempati urutan ke enam dengan nilai rata-rata 3,26.

Tabel 4.8 Data tingkat kepentingan

FAKTOR	YA	TIDAK
Rasa	39	11
Harga	35	15
Kebersihan	40	10
Kemasan	33	17
Penjualan	13	37
Bisnis Makanan Ringan	14	36
Tempat Penjualan	42	8

Berdasarkan tabel 5.0 data tingkat kepentingan makanan ringan “Si Bolang” dari beberapa faktor terbilang bagus akan tetapi ada beberapa juga faktor-faktor yang berakibat kelemahan bagi Home Industri “Si Bolang”.

a. Pengumpulan Data Kepentingan

Dalam kuesioner untuk tingkat kepentingan maka ada pilihan didalam menjawab :

Keterangan :

- SP = Sangat Penting
- P = Penting
- CP= Cukup Penting
- TP= Tidak Penting

untuk melihat penilaian responden terhadap produk Si Bolang maka digunakan jawaban berupa **iya** atau **tidak** untuk melihat penilaian responden tentang produk Si Bolang.

4.4. Pengolahan Data

Data – data yang digunakan dalam pengolahan data SWOT ini adalah menentukan kekuatan, menentukan bobot, menentukan rating, pembuatan Matriks SWOT. Masing – masing dijelaskan sebagai berikut :

4.4.1. Menentukan Kekuatan (Strenght)

Berdasarkan tabel data makanan ringan dan tabel tingkat kepentingan dapat ditinjau bahwa kekuatan yang dimiliki oleh home industri ini sebagai berikut :

1. Rasa, karena 78% responden mengatakan bahwa rasa makanan Home Industri “Si Bolang” enak.
2. Harga, karena 70% responden mengatakan bahwa harga makanan ringan Si Bolang” murah.
3. Kebersihan, karena 80% responden mengatakan bahwa kebersihan di kemasan makanan Home Industri “Si Bolang” sangat penting dan harus dijaga kebersihannya.

4.4.2. Menentukan Kelemahan (Weakness)

1. Bisnis Makanan Ringan, karena 28% responden tidak berminat untuk berbisnis di makanan ringan.

4.4.3. Menentukan Peluang (Opportunity)

1. Penjualan, karena 26% responden mengatakan bahwa mereka tidak pernah membeli makanan di situs online.
2. Tempat penjualan, karena 28% responden mengatakan tidak mengetahui makanan ringan “Si Bolang” ada dikantin-kantin sekolah.
3. Kemasan, karena 66% responden mengatakan bahwa jenis-jenis atau ukuran kemasan sangat penting.

4.4.4. Mentukan Ancaman (Treath)

1. Pesaing, setiap tahun bertambahnya pesaing di Kota Sragen.
2. BPOM, karena 75% responden mengatakan sangat penting untuk kemasan yang ada label dari BPOM.

4.5. Menentukan Bobot

Setelah indikator-indikator SWOT ditentukan dan dibawah ini adalah langkah-langkah untuk menentukan bobot :

Langkah pertama

adalah menentukan bobot, rating, dan score. Bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau urgensi penanganan dengan skala 1 sampai 4 (1 = tidak penting, 4 = sangat penting).

Langkah kedua

adalah menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan. Kemudian dihitung bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan, sehingga total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100%. Dengan cara yang sama dihitung bobot dan bobot relatif untuk peluang dan ancaman.

4.6. Penentuan Rating

Nilai rating untuk Variabel Kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 jika indikator tersebut kinerjanya semakin menurun dibandingkan pesaing utama. Sebaliknya diberi nilai 4 kalau kekuatan indikator tyersebut semakin baik dibandingkan pesaing utama pada tahun depan.

Nilai Rating Variabel Kelemahan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 jika indikator tersebut semakin banyak kelemahannya dibandingkan pesaing utama. Sebaliknya diberi nilai 4 kalau kelemahan indikator tersebut semakin menurun

dibandingkan pesaing utama pada tahun depan. Artinya pemberian nilai rating untuk variabel kelemahan atau variabel Ancaman berkebalikan dengan pemberian nilai rating untuk variabel kekuatan dan variabel peluang.

4.7. Analisis SWOT

Analisi SWOT dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

A. Analisis Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

- a. Kekuatan (*Strenght*)
 - 1. Rasa Makanan
 - 2. Harga Makanan
 - 3. Kebersihan Makanan
 - 4. Kedekatan dengan pemasok
- b. Kelemahan (*Weakness*)
 - 1. Promosi yang kurang maksimal
 - 2. Tidak menampilkan komposisi dan BPOM dilabel
 - 3. Bagian marketing yang kurang handal
 - 4. Jumlah armada sedikit

B. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

- c. Peluang (*Opportunity*)
 - 1. Masyarakat yang gemar makanan ringan
 - 2. Kekuatan pemasok
 - 3. Kekuatan pembeli
 - 4. Pemberdayaan UKM oleh Pemerintah
 - 5. Berbisnis makanan ringan
- d. Threat (*Ancaman*)
 - 1. Tingginya tingkat persaingan
 - 2. Harga dari pemasok yang semakin naik
 - 3. Banyaknya jenis makanan ringan yang lebih menarik
 - 4. Semakin bertambahnya *Home Industri* baru

Tabel. 4.9. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan (<i>Strenght</i>):			
1). Rasa Makanan	0,20	4	0,80
2). Harga Makanan	0,16	3	0,48
3). Kebersihan Makanan	0,19	4	0,76
4). Kedekatan dengan pemasok	0,10	3	0,30
Sub total	0,60		2,34
Kelemahan (<i>Weakness</i>):			
1). Promosi yang kurang maksimal	0,05	2	0,10
2). Tidak Menampilkan Komposisi dan BPOM di Label	0,17	2	0,34
3). Bagian Marketing yang kurang handal	0,10	4	0,40
4). Jumlah Armada sedikit	0,08	2	0,16
Sub total	0,40		1,00
Total	1,00		3,34

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan (Rangkuti, 2014).

Tabel. 5.0 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang (<i>Opportunity</i>):			
1). Masyarakat yang gemar makan makanan ringan	0,10	4	0,40
2). Kekuatan Pemasok	0,05	2	0,10
3). Kekuatan Pembeli	0,15	3	0,45
4). Pemberdayaan UKM oleh Pemerintah	0,05	4	0,20
5). Berbisnis Makanan Ringan	0,05	2	0,10
Sub total	0,40		1,25
Treat (<i>Ancaman</i>):			
1). Tingginya tingkat persaingan	0,15	3	0,45
2). Harga dari pemasok yang semakin naik	0,20	4	0,80
3). Banyaknya jenis makanan ringan yang lebih menarik	0,15	3	0,45
4). Semakin bertambahnya <i>Home Industri</i> baru	0,10	3	0,30
Sub total	0,60		2,00

Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal. Data external dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan faktor external. Faktor external ini berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan (Rangkuti, 2014 dan Patang, 2012).

Dengan tersusunnya matriks IFAS dan EFAS tersebut dapat menghasilkan nilai skor pada masing-masing faktor internal dan eksternal berikut :

- Faktor Kekuatan (Strenghts) = 2,34
- Faktor Kelemahan (Weaknesses) = 1,00

- Faktor Peluang (Opportunities) = 1,25
- Faktor Ancaman (Threats) = 2,00

Tabel 5.1 Matrik SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO = 2,34 + 1,25 = 3,59	Strategi WO = 1,00 + 1,25 = 2,25
	THREATS (T)	Strategi ST = 2,34 + 2,00 = 4,34	Strategi WT = 1,00 + 2,00 = 3,00

Matrik dibawah ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Tabel 5.2 Matrik SWOT

Matrik SWOT Home Industri Si Bolang	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	1). Rasa Makanan 2). Harga Makanan 3). Kebersihan Makanan 4). Kedekatan dengan pemasok	1). Promosi yang kurang maksimal 2). Tidak Menampilkan Komposisi dan BPOM di Label 3). Bagian Marketing yang kurang handal 4). Jumlah Armada sedikit
	2,34	1,00
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi SO (<i>Strength dan Opportunities</i>)	Strategi WO (<i>Weakness dan Opportunity</i>)
1). Masyarakat yang gemar makan makanan ringan 2). Kekuatan Pemasok 3). Kekuatan Pembeli 4). Pemberdayaan UKM oleh Pemerintah 5).Berbisnis Makanan Ringan	1) Mempertahankan Rasa makanan 2) Mempertahankan harga produk yang kompetitif 3) Memaksimalkan kinerja dengan pemasok	1) Meningkatkan kegiatan promosi 2) Menampilkan tulisan komposisi dan BPOM dilabel 3) Meningkatkan koneksi atau kenalan dibagian pemasaran. 4) Mengembangkan jenis-jenis makanan ringan yang ditawarkan
1,25	2,34 + 1,25= 3,59	1,00 + 1,25= 2,25

Threats (<i>Ancaman</i>)	Strategi ST (<i>Strength dan Threats</i>)	Strategi WT (<i>Weakness dan Threats</i>)
1). Tingginya tingkat persaingan 2). Harga dari pemasok yang semakin naik 3). Banyaknya jenis makanan ringan yang lebih menarik 4). Semakin bertambahnya <i>Home Industri</i> baru	1) Menjalin kerjasama dengan pemasok 2) Menjaga kualitas rasa 3) Menjaga harga produk agar tetap bersaing dipasaran 4) Diversifikasi berupa kemasan	1) Memaksimalkan kegiatan promosi 2) Kurangnya tenaga ahli dibagian-bagian yang penting.
2,00	2,34 + 2,00 = 4,34	1,00 + 2,00= 3,00

Berdasarkan analisis SWOT terlihat bahwa strategi ST (*Strength dan Threats*) lebih tinggi dibanding dengan strategi yang lain.