

III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palembang Sumatera Selatan. Lokasi dipilih dengan sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa tempat ini memiliki usaha Mie Aceh dan usaha ini relevan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2025 sampai Juni 2025.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi langsung. Penelitian ini akan diperdalam dan dipertajam hingga dapat memahami permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kuliner Mie Aceh di Palembang.

C. Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Untuk rumusan pertama faktor mempengaruhi pembelian Mie Aceh di Palembang menggunakan sampel 50 orang konsumen yang membeli di 5 usaha Mie Aceh. Sedangkan untuk sampel strategi pemasaran menggunakan 5 pemilik usaha mie aceh.

D. Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data

Data yang dikumpulkan yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan pada pengamatan langsung di lapangan atau objek penelitian melalui wawancara dengan responden, yaitu pemilik usaha Mie Aceh dengan menggunakan kuisisioner (daftar pertanyaan tertulis).

Untuk menjawab masalah pertama dalam penelitian ini digunakan metode analisis regresi linear berganda melalui program SPSS (*Statistical product and services solution*). Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel bebas (*Independent*) terhadap variabel terikat (*Dependent*). Adapun metode persamaan umum dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2D_1 + b_3D_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Pembelian (Porsi)
a	= Konstanta
b	= Koefisien Variabel
b ₁₋₆	= koefisiensi
X ₁	= Harga Mie Aceh (Rupiah)
D ₁	= Kualitas
	1 = Baik
	0 = Buruk
D ₂	= Rasa
	1 = Enak
	0 = Tidak Enak
E	= Error

Untuk menguji hipotesis diterima atau ditolak digunakan uji T (uji Parsial) dan Uji F (uji simultan). Adapun penjelesannya sebagai berikut

1. Uji T (uji parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian pada penelitian ini digunakan uji satu pihak kanan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% rumus yang digunakan untuk uji T ini adalah sebagai berikut:

$$t\text{-hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

Dimana = $T_i = t\text{-hitung}$

B_i = Koefisien regresi variabel ke-1

S_{b_i} = Standar error masing-masing variabel ke-1

Jika $t\text{ hitung} < t_{table}$ berarti H_1 ditolak, dan

Jika $t\text{ hitung} > t_{table}$ berarti H_1 diterima.

2. Uji F (uji simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

Adapun rumus yang digunakan pada uji F adalah:

$$f\text{-hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinan

n = Jumlah data

k = Jumlah variabel independent

- a. Analisis SWOT merupakan kajian terhadap kondisi internal dan eksternal UMKM Mie Aceh di Kota Palembang Sumatera Selatan yang kemudian akan dijadikan landasan dalam merumuskan strategi atau penyusunan program kerja
- b. Strategi adalah proses penyusunan rencana oleh pelaku usaha UMKM Mie Aceh di Kota Palembang Sumatera Selatan yang berorientasi pada pencapaian tujuan jangka panjang, serta mencakup perumusan langkah-langkah dan upaya yang perlu dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.
- c. Faktor internal dalam analisis SWOT adalah kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang diperoleh dari bagian internal UMKM Mie Aceh di Kota Palembang Sumatera Selatan.
- d. Faktor eksternal dalam analisis SWOT adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang umumnya diperoleh dari pihak-pihak eksternal
- e. *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) ATAU Analisis Faktor Strategi Internal adalah rangkuman yang mencakup kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UMKM Mie Aceh di Kota Palembang Sumatera Selatan
- f. *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS) atau Analisis Faktor Strategi Eksternal merupakan rangkuman yang mencakup peluang serta ancaman yang dihadapi oleh UMKM Mie Aceh di Kota Palembang Sumatera Selatan

Tabel 2. Matriks SWOT

		KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
		Faktor-faktor kekuatan	Faktor-faktor kelemahan
PELUANG (O)	Strategi SO	Strategi WO	
	Faktor-faktor peluang	Ciptakan strategi yang Menggunakan kekuatan Dan memanfaatkan Peluang	Ciptakan strategi Meminimalkan kelemahan untuk Memanfaatkan peluang
ANCAMAN (T)	Strategi ST	Strategi WT	
	Faktor-faktor ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi Meminimalkan Kelemahan dan Menghindari

Kuadran SWOT:

- 1) Kuadran I (SO): Strategi memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang.
- 2) Kuadran II (ST): Strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- 3) Kuadran III (WO): Strategi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
- 4) Kuadran IV (WT): Strategi defensif untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman.

Tabel 3. Hasil Matriks IFAS dan EFAS

INTERNAL

No	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1	Harga Mie terjangkau	Sulit menaikkan harga jika harga bahan baku meningkat
2	Variasi makanan dan minuman	Tidak tercapainya target membuat pendapatan berkurang
3	Gaya makanan dan minuman yang otentik	Tidak adanya bonus pegawai
4	Pelayanan yang memuaskan	Pengeluaran bahan baku terlalu tinggi dan terjadinya pemborosan atau tidak adanya system inventaris yang baik
5	Pemasaran yang mengikuti mode dan perkembangan zaman	Kurangnya promosi digital membuat restoran kurang dikenal oleh masyarakat luas

EKSTERNAL

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1	Mie Aceh disukai semua orang	Persaingan terhadap UMKM lainnya sangat tinggi
2	Berkembangnya Aplikasi online memudahkan pesan antar	Kenaikan bahan baku mempengaruhi kelangsungan usaha restoran
3	Adanya program televise atau viralnya tren kuliner yang sesuai dengan menu restoran	Tren makanan yang cepat berubah membuat restoran sulit untuk beradaptasi
4	Minat terhadap Mie Aceh dan variannya masih menjadi kesukaan konsumen sekarang	Krisis ekonomi mengakibatkan daya beli menurun
5	Mngadakan bazaar atau booth festival makanan di mall dan lapangan terbuka	Ulasan negativ di media sosial dan platform <i>review</i> mengakibatkan daya beli menurun
6	Dukungan <i>influencer</i> local merekomendasikan restoran dengan sukarela	Menigkatnya biaya sewa dan operasional
