Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

Kentucky Fried Chicken atau yang lebih di kenal dengan KFC adalah suatu merek dagang waralaba dari YUM! Brand, Inc. yang bertempat di Louisville, Kentucky, Amerika Serikat. Didirikan oleh Col. Harland Sanders, seorang wiraswasta yang mulai menjual ayam gorengnya pada tepi jalan di Corbin, Kentucky pada tahun 1939. Sanders melihat potensi akan konsep restoran waralaba dan pada tahun 1952 waralaba pertama dari KFC dibuka di Salt Lake City, Utah. Namun, ekspansi perusahaan yang begitu cepat yaitu memiliki lebih dari 600 gerai di Amerika, Kanada dan Inggris membuat Sanders kewalahan dan pada tahun 1964 ia menjualnya sebesar 2 juta dollar amerika kepada sekelompok investor John Y. Brown, Jr. dan Jack C. Massey. Pada tahun 1986, KFC dijual kepada PepsiCo, inc. dan dipegang oleh perusahaan divisi *fast food* dari PepsiCo hingga sekarang yaitu YUM! Brand, Inc.

Di Indonesia pemilik tunggal waralaba KFC adalah PT Fast Food Indonesia, Tbk., didirikan oleh Gelael Group pada tahun 1978 sebagai pihak pertama yang memperoleh waralaba KFC untuk Indonesia. Restoran KFC pertama di Indonesia dibuka pada bulan oktober 1979 di Jalan Melawai, Jakarta. Pembukaan gerai pertama terbukti sukses dan diikuti dengan pembukaan gerai-gerai selanjutnya di Jakarta dan ekspansi hingga ke sejumlah kota besar lainnya di Indonesia antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, dan Manado.

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

Salim Group bergabung pada tahun 1990 sebagai salah satu pemegang saham utama dan pada tahun 1993 perusahaan terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) sebagai satu langkah untuk meningkatkan pertumbuhannya. Kepemilikan saham mayoritas 80% pada saat ini terdistribusi 43,84% kepada PT Gelael Pratama dari Gelael Group dan 35,84% kepada PT Megah Eraraharja dari Salim Group, sementara saham minoritas (20%) terbagi kepada masyarakat dan koperasi karyawan (KFC Indonesia, 2015).

Perusahaan memperoleh hak untuk menggunakan merek KFC dari pemilik waralaba saat ini, Yum! Asia Franchise Pte Ltd, suatu bagian dari Yum! Restaurants International (YRI). YRI sendiri adalah sebuah badan usaha dari Yum! Brands Inc, sebuah perusahaan publik di Amerika Serikat dan pemilik waralaba dari empat merek ternama lainnya, yaitu : Pizza Hut, Taco Bell, A&W, dan Long John Silvers. Namun pada akhir 2011, dua merek lainnya yaitu : A&W dan Long John Silvers sudah tidak bergabung lagi dalam Yum! Brands Inc.

Sejak tahun 2008 perusahaan lebih berfokus pada pembukaan gerai bertipe *free-standing* (gerai yang berada di bangunan yang berdiri sendiri) yang memberikan fleksibilitas yang lebih dalam jam operasional dengan fasilitas lengkap untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Pada akhir 2011, perusahaan mengoperasikan total 421 gerai, yang tersebar di 32 dari 33 propinsi, di lebih dari 95 kota-kota di seluruh indonesia, dan mempekerjakan sekitar 16.365 karyawan dengan hasil penjualan lebih dari Rp 3,317 triliun (KFC Indonesia, 2015).

Pada bulan oktober 2012, untuk pertama kali sejak perusahaan terdaftar sebagai perusahaan publik, obligasi diterbitkan tanpa warkat berjangka waktu lima

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

tahun dengan bunga obligasi sebesar 9,5% per tahun yang dibayarkan setiap tiga bulan (KFC Indonesia, 2015), yang pada dasarnya akan digunakan untuk membiayai pendirian gerai-gerai baru, renovasi atas gerai-gerai yang sudah ada, perluasan gudang-gudang produksi, serta pembangunan gudang-gudang baru.

Produk utama perusahaan yaitu Colonel's Original Recipe dan Hot & Crispy Chicken yang keduanya merupakan ayam goreng. Produk-produk lainnya dikelompokkan dalam beberapa kategori antara lain:

- Menu goceng

  Menu dengan harga sebesar lima ribu rupiah untuk setiap produknya, antara lain Perkedel, KFC Soup, Burger Deluxe, Spaghetti Deluxe, KFC Puding, Ice Cream.

- Menu praktis

  Menu yang dapat dikonsumsi dengan mudah dalam perjalanan, seperti Chick'N Fillet, Twisty, Fish Fillet, Oriental Bento, O.R. Burger.

- Menu paket kombinasi

  Merupakan menu paket kombinasi nasi, ayam dan minum. Seperti Super Family, Super Mantap, Super Besar 1, Super Besar 2.

Selain itu pada 2011, perusahaan mulai terus menerus mengembangkan KFC Coffee, sebagai layanan baru di semua gerai KFC bertipe *free-standing* (gerai yang berada di bangunan yang berdiri sendiri), menyajikan rangkaian produk kopi, dilayani di *counter* terpisah dengan ruangan duduk tersendiri.

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

Sumber: google.com

Gambar 3.1 Logo KFC

3.2 Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dua lokasi untuk membandingkan proses antrian yang terjadi di masing-masing tempat. Penelitian ini dilakukan dengan metode observasi selama 3 hari untuk setiap objek yang mana hari tersebut adalah 2 hari biasa dan 1 hari akhir pekan (senin, selasa, sabtu) dan membutuhkan waktu selama 2 minggu untuk memperoleh data di 2 lokasi yang diimulai pada tanggal 21 November – 3 Desember 2016. Objek penelitiannya yaitu pada KFC tipe gerai *food-court* di Summarecon Mall Serpong dan Lippo Supermal Karawaci.

Dalam penelitian tersebut penulis akan mendata seberapa banyak konsumen yang datang selama periode waktu yang telah ditentukan, dan lama waktu pelayanan tiap konsumen mulai dari memesan, membayar, dipersiapkan dan diberi

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

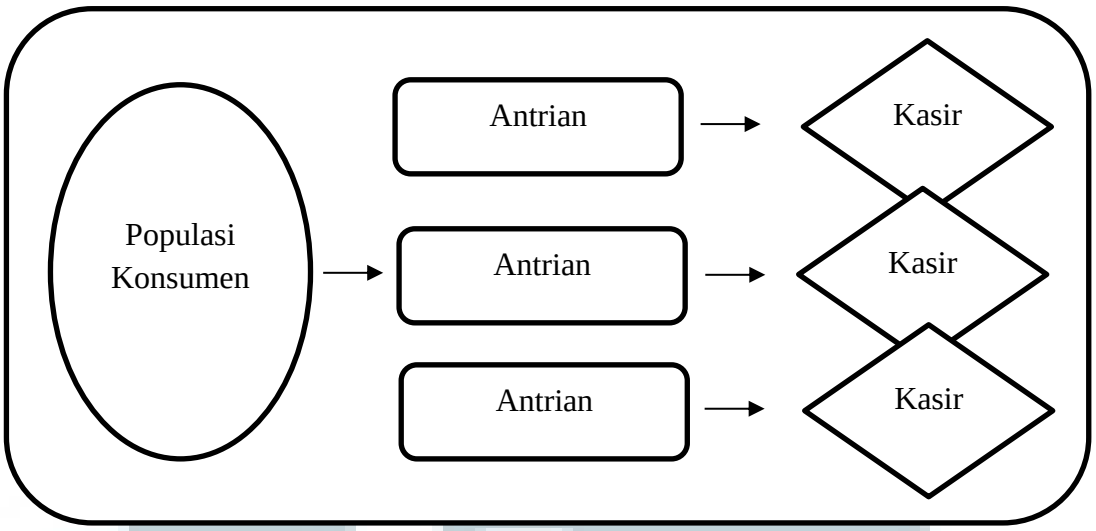
pesanannya. Dan setelah memperoleh data tersebut, penulis akan mengolah data hingga menghasilkan waktu tunggu dan tingkat antrian rata-rata untuk membandingkan dengan masing-masing objek.

Sumber: Dokumen penulis, 2016

Gambar 3.2 KFC Summarecon Mall Serpong

Sumber: Dokumen penulis, 2016

Gambar 3.3 KFC Lippo Supermal Karawaci



Sumber: Diolah penulis, 2016

Gambar 3.4

Bentuk Sistem Antrian KFC Summarecon Mall Serpong dan Lippo Supermal Karawaci

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dari mana data diperoleh.

a. Data Primer

Sekaran & Bougie (2013:113) mengatakan bahwa data primer merupakan informasi yang diperoleh pertama kali oleh penulis untuk keperluan tertentu khususnya keperluan penelitian. Data primer berasal dari beberapa sumber seperti *individuals, focus group, video conference, panels.*

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

b. Data Sekunder

Sekaran & Bougie (2013:113) juga mengatakan bahwa data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder dapat berupa data-data perusahaan, pengumuman dari pemerintah, analisis industri yang dilakukan oleh media, buku, majalah, *websites, internet.*

Berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian ini berikut penulis mencantumkan tabel yang berisi mengenai sumber data, data yang diperoleh dan teknik pengumpulan data.

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

Tabel 3.1

Instrumen Pengukuran dan Definisi

Jenis Data	**Data yang diambil**	**Sumber Data**	**Teknik Pengumpulan Data**
Data Primer	• Jumlah pengunjung yang terjadi selama penelitian • Lama waktu pelayanan mulai dari konsumen memesan, membayar, dipersiapkan, diberi pesanannya.	Pengamatan langsung di tempat penelitian yang memungkinkan menghitung antrian yang terjadi	Observasi
Data Sekunder	• Sejarah dan profil perusahaan • Teori dari buku yang berkaitan dengan penelitian • Artikel di internet	• Situs resmi perusahaan • *Textbook*	Studi literatur, media internet

Sumber: Diolah Penulis, 2016

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penulisan laporan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. **Studi Kepustakaan *(Library Research)***

   Pengumpulan data sekunder dengan membaca dan mempelajari materi ataupun pustaka yang diambil berdasarkan buku, pelajaran perkuliahan dan penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kaitannya dengan penelitian ini.

2. **Studi Lapangan *(Field Research)***

   Pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dimana menggunakan metode observasi yang merupakan teknik untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan tindakan dan perilaku (Sekaran & Bougie, 2013:129).

   Observasi berarti melibatkan diri ke dalam suatu lingkungan dan melakukan pengamatan atas apa yang mereka lakukan, menjelaskan, menganalisa dan mengintepretasikan apa yang dilihat oleh pengamat (Sekaran & Bougie, 2013:102).

   Berikut empat karakteristik yang menentukan tipe observasi:

a. *Controlled Versus Uncontrolled Observational Studies*

   Menurut Sekaran & Bougie (2013:131), *controlled observation* adalah observasi yang berlangsung dibawah situasi yang telah dikondisikan

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

terlebih dahulu atau dengan memanipulasi kondisi dan mengontrol situasi pada saat penelitian.

Sedangkan *uncontrolled observation* adalah observasi yang dilakukan tanpa adanya pengendalian, memanipulasi ataupun mempengaruhi keadaan penelitian, sehinggan penelitian dilakukan secara alami tanpa membuat suatu keadaan tertentu.

Karakteristik observasi yang penulis lakukan adalah *uncontrolled observation* karena penulis murni melakukan observasi terhadap objek penelitian tanpa adanya percobaan memanipulasi keadaan.

b. *Participant Versus Nonparticipant Observation*

Menurut Sekaran & Bougie (2013:131), *participant observation* adalah penulis mengumpulkan data dengan cara berpartisipasi dalam kegiatan sehari-hari objek penelitian yang sedang diteliti.

Sedangkan *nonparticipant observation* adalah metode observasi dimana penulis tidak pernah terlibat langsung dalam kegiatan yang sedang diteliti, namun mengamati objek diluar penglihatan objek.

Karakteristik observasi yang penulis lakukan adalah *nonparticipant observation* karena penulis hanya mengamati dari luar saja, tidak benar-benar berpartisipasi ke dalam kegiatan sehari-hari objek penelitian.

c. *Structured Versus Unstructured Observation*

Menurut Sekaran & Bougie (2013:132), *structured observation* terjadi ketika pengamat terlebih dahulu menentukan apa saja yang ingin diteliti berdasarkan kegiatan yang akan dipelajari.

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

Sedangkan *unstructured observation* terjadi apabila pengamat merekam atau mencatat segala hal yang sedang diamati.

Karakteristik observasi yang penulis lakukan adalah *structured observation* karena sebelum melakukan observasi, penulis sudah terlebih dahulu menentukan data apa saja yang diperlukan dalam proses pengumpulan data, sehingga observasi lebih terarah dan data yang dikumpulkan sesuai dengan harapan.

d. *Concealed Versus Unconcealed Observation*

Menurut Sekaran & Bougie (2013:133), *concealed observation* adalah penelitian dilakukan secara tersembunyi tanpa pemberitahuan terhadap objek penelitian bahwa mereka sedang menjadi objek penelitian.

Sedangkan *unconcealed observation* adalah penelitian dilakukan dimana objek penelitian menyadari dan mengetahui bahwa mereka sedang menjadi objek penelitian.

Karakteristik observasi yang penulis lakukan adalah *concealed observation*, karena penulis melakukan observasi tanpa sepengetahuan objek penelitian, sehingga data yang didapat tidak dipengaruhi oleh kesadaran bahwa mereka sedang diamati.

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data diawali dengan melakukan uji distribusi *poisson* dan distribusi *exponential.* Terdapat teori yang mengatakan bahwa antrian itu peluang kedatangannya adalah acak dan tidak dapat di prediksi, dan makna distribusi *poisson* dan *exponential* dalam hal antrian adalah probabilitas / peluang distribusi akan tingkat kedatangan dan waktu pelayanan yang terjadi secara murni dan acak. Sehingga tujuan dilakukan uji distribusi *poisson* dan *exponential* adalah untuk membuktikan bahwa data antrian yang diperoleh oleh penulis yaitu tingkat kedatangan dan waktu pelayanan sesuai dengan karakteristik antrian yaitu terdistribusi secara *poison* dan *exponential.*

Dalam uji distribusi *poisson* dan *exponential* langkah pertama adalah mencari nilai X^2, X^2 tersebut menjelaskan hasil angka yang bernama *chi-square,* hasil tersebut diterima jika lebih kecil dari angka pada tabel *chi square,* dan ditolak jika lebih besar dari angka pada tabel *chi-square*.

Berikut rumus untuk uji distribusi *poisson*:

$$x^2 = \sum \frac{(x_i - x)^2}{x}$$

Kriteria keputusan yang dilakukan dengan rata-rata kedatangan berdistribusi *poisson (poisson arrival),* dimana apabila $X^2_{hitung} \leq x^2_{table}$ maka data terbukti mengikuti karakteristik distribusi *poisson.* Selanjutnya untuk uji distribusi *exponential*, yaitu dengan menggunakan rumus:

$$x^2 = \sum \frac{\left(\mu_i - \mu_{harapan\ rata-rata}\right)^2}{\mu}$$

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017

Kriteria keputusan dilakukan dengan rata-rata waktu pelayanan berdistribusi *exponential (service time exponential),* dimana apabila $X^2_{hitung} \leq x^2_{table}$ maka data terbukti mengikuti distribusi *exponential.*

Selanjutnya teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah perhitungan dengan menggunakan model *Multiple-Server*.

The Basic Multiple-Server Model (M/M/S)

Dengan asumsi:

- *Poisson arrival rate*
- *Exponential service times*
- *Infinite calling population and queue length*
- *FIFO queue discipline*

λ = Tingkat kedatangan

μ = Tingkat pelayanan

- Probabilitas bahwa tidak ada konsumen di dalam sistem (semua server menganggur)

$$Po = \frac{1}{\left[\sum_{n=0}^{M-1} \frac{1}{n!}\left(\frac{\lambda}{\mu}\right)^n\right] + \frac{1}{M!}\left(\frac{\lambda}{\mu}\right)^M \frac{M\mu}{M\mu - \lambda}}$$

- Rata-rata banyak konsumen dalam sistem

$$Ls = \frac{\lambda\mu\left(\frac{\lambda}{\mu}\right)^M}{(M-1)!\,(M\mu - \lambda)^2}\, Po + \frac{\lambda}{\mu}$$

- Rata-rata banyak konsumen dalam antrian

$$Lq = Ls - \frac{\lambda}{\mu}$$

- Rata-rata waktu konsumen dalam sistem

$$Ws = \frac{Ls}{\lambda}$$

- Rata-rata waktu konsumen dalam antrian

$$Wq = \frac{Lq}{\lambda}$$

Selain menggunakan teknik analisa diatas, penulis juga menggunakan *software POM-QM for Windows V3* dalam pengolahan data hasil observasi.

3.6 Limitasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik observasi dalam pengumpulan datanya yaitu tingkat kedatangan dan waktu pelayanan, kemudian dilakukan olah data hingga menghasilkan waktu tunggu dan tingkat antrian. Lalu dilakukan analisis perbandingan antar objek dalam upaya menentukan model antrian sesuai dengan tingkat antrian yang terjadi saat itu..

Namun penulis menyadari adanya keterbatasan penelitian yakni bagi setiap konsumen yang sudah keluar sistem dan membawa makanan, penulis asumsikan telah selesai dilayani. Namun faktanya terdapat beberapa konsumen yang belum lengkap pesanannya dan kembali lagi untuk mengambilnya.

Analisis Perbandingan..., Sammy Sumarjono, FB UMN, 2017