



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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1. Gambaran Umum Perusahaan J.Co

J.Co Indonesia didirikan oleh seorang pebisnis yang memiliki banyak bidang usaha di Indonesia, yakni Johnny Andrian. Ide untuk membangun bisnis yang berbasis *donut* tersebut muncul dari kebiasaan Johnny yang sering bepergian ke negeri paman sam, Amerika Serikat. Di sana beliau kerap kali mencoba berbagai macam *donut* sehingga terlintas ide untuk membangun bisnis tersebut di Indonesia.



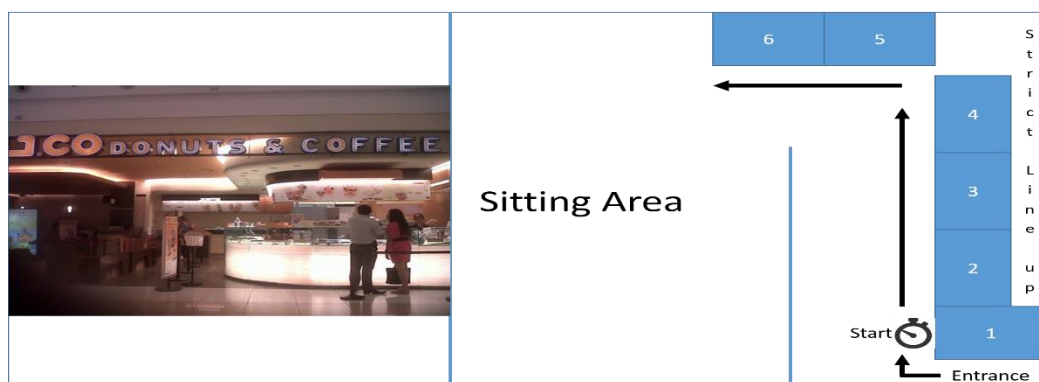
Sumber: <http://www.jcodonuts.com/id>

Gambar 3.1

Logo J.Co Indonesia

Awalnya Johnny ingin bekerja sama dengan perusahaan waralaba lokal setempat, namun keterbatasan varian produk dan pengawasan yang sulit membuat Johnny akhirnya memulai bisnisnya secara independen. Berbagai macam riset dilakukan oleh Johnny untuk mempelajari seperti apa pasar yang akan beliau hadapi, dan akhirnya Johnny mendapatkan bahwa sampai saat J.Co dibuka belum ada *outlet* yang menggunakan desain *open kitchen* sehingga hal tersebut menjadi salah satu keunggulan yang ditawarkan oleh *outlet* J.Co.

Outlet pertama J.Co dibuka pada tanggal 26 Juni 2005 di Supermal Karawaci, Tangerang. Dan berselang dua tahun, Johnny berupaya untuk menjadikan salah J.Co salah satu perusahaan donut yang *go internasional* dengan membuka *outlet* di Singapura, Hong Kong, dan juga Australia. Sampai tahun 2013 ini J.Co telah berhasil membuka lebih dari 245 *outlet* yang tersebar di seluruh kawasan Asia dan Australia.



Sumber: Diolah oleh penulis, 2016

Gambar 3.2

Layout J.Co Summarecon Mall Serpong

3.2.1. Gambaran Umum Perusahaan Bread Talk

Bread Talk merupakan perusahaan asal Singapura yang didirikan oleh George Quek yang sebelumnya juga sukses dalam mengelola *food court* yang sangat sukses di Singapura, *Food Junction*.

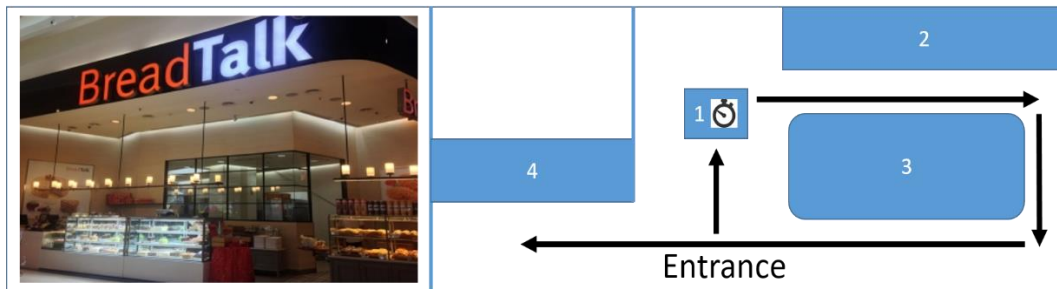


Sumber: <http://www.breadtalk.co.id/>

Gambar 3.3

Logo BreadTalk

Konsep Bread Talk menawarkan *open kitchen*, di mana konsumen yang ingin membeli roti mereka dapat terlebih dahulu melihat bagaimana proses pembuatan roti tersebut dari awal hingga selesai dan dapat dijual ke konsumen. Hal ini menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen karena wangi khasnya yang dapat menyebar di area mall. Bread Talk Indonesia sendiri dikelola oleh salah satu putra bangsa yang cukup sukses dalam mengepaskan sayap wirausahanya di Indonesia, yakni Johnny Andrean.



Sumber: Diolah oleh penulis, 2016

Gambar 3.4

Layout BreadTalk Supermall Karawaci

3.3. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dua lokasi yang berbeda untuk membandingkan sistem antrian yang terjadi pada kedua lokasi tersebut. Penelitian ini akan dilakukan dengan metode observasi selama satu minggu (Senin – Minggu) untuk masing-masing lokasi penelitian sehingga penulis akan melakukan observasi selama dua minggu yang dimulai pada tanggal 23 November 2014 – 6 Desember 2015. Objek penelitian yang pertama adalah J.Co Indonesia yang terletak di lantai dasar Summarecon Mall Serpong (dekat pintu lobby utama) dan objek penelitian kedua adalah di *outlet* BreadTalk Indonesia di Supermal Karawaci, Tangerang.

Dalam penelitian tersebut penulis akan mendata seberapa banyak konsumen yang datang setiap jamnya, dan berapa lama konsumen mengantri mulai dari dilayani (J.co) atau mulai mengangkat nampan (BreadTalk) hingga selesai melakukan transaksi. Dan pada akhirnya penulis akan melakukan pengolahan data berdasarkan data observasi yang kemudian akan menghasilkan *outlet* mana yang menggunakan sistem antrian yang lebih baik.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

a. Data Primer

Sekaran dan Bougie (2013:113) menyatakan bahwa data primer merupakan informasi yang diperoleh pertama kali oleh peneliti untuk keperluan tertentu khususnya keperluan pendidikan. Data primer dapat berasal dari beberapa sumber, seperti *focus group discussion* (FGD), *video conference*, *Panels*, dan lainnya.

b. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:113) juga menyebutkan 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, *websites*, *internet*, dan yang lainnya. Di bawah ini akan penulis cantumkan tabel yang berisi semua data detail mengenai sumber data, data yang diperoleh, teknik pengumpulan data selama penulis melakukan penelitian.

Tabel 3.1
Instrumen Pengukuran dan Definisi

| Jenis Data | Data yang diambil | Sumber data | Teknik pengumpulan data |
|-------------------|---|--|---------------------------------|
| Data primer | Waktu tunggu konsumen sejak melakukan pemesanan (memilih barang yang dibeli) sampai selesai dilayani (pembayaran) | Kegiatan pembelian yang terjadi pada <i>Outlet J.Co</i> dan Bread Talk | Observasi |
| Data sekunder | Sejarah dan profil perusahaan J.Co dan Bread Talk | Situs resmi J.Co dan Bread Talk | Studi literatur, media internet |

Sumber: Diolah oleh penulis, 2016

3.5. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulis dalam mengumpulkan data langsung kepada objek penelitian yang telah dipilih agar mendapatkan data primer yang dibutuhkan dengan metode pengumpulannya observasi atau pengamatan (*observation*). Sekaran dan Bougie (2013:102) menyatakan bahwa observasi melibatkan

diri ke dalam suatu lingkungan dan melakukan pengamatan atas apa yang mereka lakukan, menjelaskan, menganalisa, dan menginterpretasikan apa yang dilihat oleh pengamat. Di bawah ini akan dijelaskan empat karakteristik yang menentukan tipe observasi:

a. *Controlled versus uncontrolled observational studies*

Sekaran dan Bougie (2013:131) menyatakan bahwa *controlled observation* terjadi ketika observasi berlangsung dibawah situasi yang telah dikondisikan terlebih dahulu sebelumnya.

Sedangkan *uncontrolled observation* menurut Sekaran dan Bougie (2013:131) adalah teknik observasi yang terjadi tanpa adanya percobaan untuk mengendalikan, memanipulasi, ataupun mempengaruhi keadaan.

Berdasarkan karakteristik yang telah dijabarkan di atas karakteristik observasi yang dipilih penulis adalah *uncontrolled observation*, karena penulis murni melakukan observasi terhadap objek penelitian tanpa adanya percobaan untuk memanipulasi keadaan.

b. *Participant versus nonparticipant observation*

Sekaran dan Bougie (2011:131) menyebutkan bahwa *participant observation* terjadi ketika peneliti mengumpulkan data dengan cara berpartisipasi dalam kegiatan sehari-hari objek penelitian yang sedang diteliti.

Adapun pengertian *nonparticipant observation* menurut Sekaran dan Bougie (2011:131) adalah metode observasi di mana peneliti tidak pernah terlibat langsung dalam kegiatan yang sedang diteliti, namun mengamati objek di luar penglihatan objek.

Berdasarkan karakteristik yang telah dijabarkan di atas karakteristik observasi yang dipilih penulis adalah *nonparticipant observation*, karena tanpa ikut serta dalam kegiatan yang diobservasi penulis sudah dapat mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian.

c. *Structured versus nonstructured observation*

Sekaran dan Bougie (2011:132) menyatakan bahwa *structured observation* terjadi ketika pengamat terlebih dahulu menentukan apa saja yang ingin diteliti berdasarkan kegiatan atau fenomena yang berencana akan dipelajari.

Adapun Sekaran dan Bougie (2011:133) juga menyebutkan bahwa *unstructured observation* bisa terjadi apabila pengamat merekam atau mencatat segala hal yang sedang diamati.

Berdasarkan karakteristik yang telah dijabarkan di atas karakteristik observasi yang dipilih penulis adalah *structured observation*. Penulis memilih karakteristik

observasi tersebut karena sebelum penulis melakukan observasi penulis sudah terlebih dahulu menentukan data apa saja yang diperlukan selama melakukan observasi, sehingga observasi lebih terarah dan data yang dikumpulkan sesuai dengan yang diharapkan.

d. *Concealed versus unconcealed observation*

Sekaran dan Bougie (2011:133) mendefinisikan *concealed observation* sebagai observasi yang dilakukan secara sembunyi-sembunyi tanpa memberitahu objek yang sedang diteliti bahwa mereka sedang menjadi objek penelitian oleh peneliti.

Adapun Sekaran dan Bougie (2011:133) menyatakan bahwa *unconcealed observation* sebagai observasi yang dilakukan tanpa sembunyi-sembunyi, di mana objek penelitian tahu dan sadar bahwa mereka sedang menjadi objek penelitian oleh peneliti.

Berdasarkan karakteristik yang telah dijabarkan di atas karakteristik observasi yang dipilih penulis adalah *concealed observation*. Penulis memilih karakteristik observasi tersebut karena data-data yang dikumpulkan oleh penulis tidak bersifat rahasia (*confidential*) sehingga tidak merugikan pihak manapun apabila penulis melakukan observasi secara sembunyi-sembunyi.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data sekunder dengan membaca dan mempelajari materi ataupun pustaka yang ada kaitannya dengan objek penelitian yang sedang diteliti.

3.6. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah *Single-Server, Single-Phase* (M/M1/FCFS).

Single-Server, Single-Phase (M/M1/FCFS)

λ = jumlah kedatangan

μ = jumlah orang yang dilayani

Rata-rata dari konsumen di sistem antrian termasuk yang sedang dilayani dan yang sedang menunggu di sistem antrian (L_s):

$$L_s = \frac{\lambda}{\mu - \lambda}$$

Rata-rata dari konsumen yang sedang mengantri (L_q):

$$L_q = \frac{\lambda^2}{\mu(\mu - \lambda)}$$

Rata-rata konsumen menunggu waktu di sistem antrian termasuk saat waktu tunggu dan waktu pelayanan (W_s):

$$W_s = \frac{1}{\mu - \lambda}$$

$$W_s = \frac{L_s}{\lambda}$$

Rata-rata konsumen menunggu waktu di antrian untuk dilayani (W_q):

$$W_q = \frac{\lambda}{\mu(\mu - \lambda)} = \frac{L_q}{\lambda}$$

Faktor utilisasi (ρ):

$$\rho = \frac{\lambda}{\mu}$$

Selain menggunakan teknik analisa di atas, penulis menggunakan aplikasi dari Microsoft Excel 2013 dan POM-QM for Windows V3 untuk melakukan pengolahan data observasi yang telah dilakukan pada J.Co Summarecon Mall Serpong dan juga Bread Talk Supermal Karawaci.