

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Karlin *wedding project* berlokasi di Ciawi Bogor bulan Maret sampai Agustus 2022 sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada Tabel 3.1 dibawah ini

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan Izin		■																						
3	Persiapan Penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan Data													■											
6	Analisis dan Evaluasi														■	■									
7	Penulisan Laporan																	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Seminar Hasil																								■

Sumber: Rencana penelitian (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang menggunakan tolak ukur. Analisis deskriptif kualitatif sejajar dengan penilaian karena mengarah pada predikat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan visi, misi dan tujuan perusahaan serta mengidentifikasi faktor - faktor internal dan eksternal perusahaan, Hikmawati (2017:88).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperlukan untuk mengetahui data - data yang berhubungan dengan pengembangan Usaha Jasa Karlin *Wedding Project*, sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap dari data primer yaitu data yang didapat dari literatur dan instansi terkait. Jenis metode dan instrumen pengumpulan yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

No	Tujuan Penelitian	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Analisis Data
1	Mengidentifikasi dan menganalisis faktor - faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Karlin <i>Wedding Project</i>	1. Primer 2. Sekunder	1. Kuesioner 2. Wawancara 3. Studi Kepustakaan 4. Laporan tahunan Karlin <i>Wedding Project</i>	Matriks IFE
2	Mengidentifikasi dan menganalisis faktor - faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman yang dihadapi Karlin <i>Wedding Project</i>	1. Primer 2. Sekunder	1. Kuesioner 2. Wawancara 3. Studi Kepustakaan	Matriks EFE
3	Merumuskan alternatif strategi dan prioritas strategi yang dapat dilakukan Karlin <i>Wedding Project</i>	1. Primer 2. Sekunder	1. Kuesioner 2. Wawancara 3. Studi Kepustakaan	Matriks IE, Matriks SWOT dan Matriks QSPM

Sumber : Penelitian (2022)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa: Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi

kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara – cara digunakan untuk mengumpulkan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

b. Studi literatur

Merupakan studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari dan menelaah literatur - literatur dokumen dan buku - buku teori yang berhubungan dengan teori manajemen strategi serta berkaitan dengan penelitian

3.5 Responden Penelitian

Responden yang digunakan dalam penelitian ini, saya memilih karyawan, vendor dan konsumen dari Karlin *Wedding Project* dengan kriteria diantaranya adalah :

Karyawan Karlin *Wedding Project*

- a. Setiawan sebagai Pimpinan Karlin *Wedding Project*
- b. Mulyana sebagai Kepala Administrasi
- c. Suci Nurbulan sebagai Asisten MUA
- d. Sopian sebagai *Wedding Crew*
- e. Erlan sebagai *Wedding Crew*
- f. Muhamad Jafar dari Jafarindo *Organizer*

3.6 Metode Pengolahan / Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data metode deskriptif dan metode perumusan strategi (Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan Matriks (QSPM)., Peneliti terlebih dahulu melakukan pengolahan data menggunakan alat ukur bantu *Software Microsoft Excel* untuk tabulasi data dan perhitungan nilai

bobot, nilai peringkat, nilai daya Tarik, Matriks IFE Matriks EFE, dan Matriks QSPM sebelum melakukan analisis data.

Strategi yang diusulkan dalam penelitian ini dihasilkan dari *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* dengan menggunakan tiga tahap pelaksanaan analisis data sebagai berikut:

1. Tahap Pemasukan (*The Input Stage*)

Matriks yang digunakan dalam tahap masukan ini adalah matriks *External Factor Evaluation (EFE)* dan *Internal Factor Evaluation (IFE)* dengan tahap:

a. Identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan

Tahap ini dilakukan dengan cara mendaftar semua faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap perusahaan. Identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan (wawancara) dengan pihak yang paling mengerti keadaan perusahaan.

b. Pemberian bobot setiap faktor

Penentuan bobot pada matriks EFE dan IFE dilakukan dengan cara memberikan kuisioner kepada karyawan Karlin *Wedding Project* yang berjumlah 5 orang. Masing – masing responden diminta untuk menentukan bobot pada masing – masing faktor internal dan eksternal perusahaan. Kemudian, bobot yang diberikan oleh 5 orang responden tersebut dianalisis dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan (*paired comparison*) sehingga menghasilkan nilai bobot untuk masing- masing faktor.

c. Pemberian Rating/Peringkat

Rating atau peringkat yang digunakan dalam matriks IFE dan EFE menggambarkan seberapa besar efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi. Penentuan rating dilakukan dengan cara memberikan kuisioner kepada pemilik Karlin *Wedding Project*. adapun kuisioner yang digunakan dalam penentuan bobot ini adalah sama dengan kuisioner penentuan bobot, yang membedakan hanyalah respondennya.

d. Penentuan Nilai Tertimbang

Nilai tertimbang dihitung dengan mengalikan bobot dengan rating dari setiap faktor. Kemudian, nilai tertimbang dari semua faktor dijumlahkan untuk memperoleh total nilai tertimbang bagi perusahaan.

2. Tahap Pencocokan (*The Matching Stage*)

a. Matrik IE (Internal Eksternal)

Matriks ini membantu mengetahui posisi perusahaan ke dalam 9 sel. Matriks ini terdiri dari 2 dimensi, yakni yaitu total skor matrik IFE pada sumbu X dan matriks EFE pada sumbu Y. Matrik ini dikelompokkan menjadi tiga sel strategi utama yaitu: tumbuh dan kembangkan (*growth and build*), pertahankan dan pelihara (*hold and maintain*), panen dan divestasi (*harvest and divest*)

b. Matrik SWOT

Matriks SWOT merupakan alat formulasi strategi yang digunakan untuk mencocokkan antara faktor internal dan eksternal perusahaan. Matriks ini memberikan 4 jenis alternatif strategi, yakni strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan dan ancaman), serta strategi WT (kelemahan-ancaman).

3. Tahap Keputusan (*The Decision Stage*)

Tahap keputusan dilakukan dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Adapun langkah penyusunan QSPM sebagai berikut:

a. Membuat daftar peluang /ancaman eksternal dan kekuatan / kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE.

b. Berikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal (bobot yang diberikan sama dengan bobot pada matriks EFE dan IFE).

c. Evaluasi matriks tahap 2 (pencocokkan) dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan.

d. Tentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores-AS*), yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing- masing strategi. Nilai Daya Tarik diperoleh dengan mengalikan bobot dengan *attractiveness scores*

Nilai 1 = tidak menarik

Nilai 2 = agak menarik

Nilai 3 = cukup menarik

Nilai 4 = sangat menarik

3.6.1 Matrik EFE (Matriks Evaluasi Faktor Eksternal)

Tabel 3.3 Faktor Strategi Eksternal/ Matriks EFE

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating/Peringkat	Skor
Kesempatan (<i>Oppotunities</i>)			
1.			
2.			
3.			
Ancaman (<i>Threaths</i>)			
1.			
2.			
3.			

Sumber : David(2016:66)

Matriks EFE dapat dikembangkan dalam lima langkah :

- a. Membuat daftar faktor - faktor eksternal kunci sebagaimana diidentifikasi dalam proses audit eksternal. Terdiri dari faktor yang meliputi peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industri. Selanjutnya dibuat daftar peluang terlebih dahulu kemudian ancaman.
- b. Pembobotan untuk setiap faktor, dengan kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot mengidentifikasikan kepentingan relatif bahwa faktor itu akses di industri perusahaan, kesempatan biasanya menerima bobot yang lebih tinggi dari ancaman, namun ancaman dapat memperoleh bobot yang lebih tinggi jika sangat parah. Jumlah dari semua bobot terhadap factor harus sama dengan 1,0.
- c. Tiap faktor diberikan peringkat antara 1 hingga 4 setiap faktor eksternal kunci untuk mengidentifikasikan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini merespon terhadap faktor itu, dimana 4 = responnya superior, 3 = responnya di atas rata -

rata, 2 = responnya rata - rata, 1 = responnya buruk. Peringkat didasarkan pada efektifitas strategi perusahaan, peringkat oleh karenanya berbasis perusahaan, sedangkan bobot dalam langkah 2 berbasis industri, baik ancaman maupun kesempatan dapat diberi peringkat 1,2,3, dan 4.

- d. Setiap bobot factor dikaitkan dengan peringkatnya untuk menentukan skor tertimbang.
- e. Menjumlahkan skor tertimbang untuk setiap variabel untuk menentukan skor total tertimbang bagi organisasi itu.

Tanpa melihat sejumlah kesempatan dan ancaman dalam Matriks EFE, skor total rata - rata tertimbang tertinggi untuk organisasi adalah 4,0 dan total skor tertimbang rendah adalah 1,0. Skor total rata - rata tertimbanga dalah 2,5. Skor total terimbang mengindikasikan bahwa organisasi merespon dengan baik terhadap kesempatan dan ancaman yang ada dan meminimalisir dampak yang merusak dari ancaman eksternal. Total skor 1,0 mengindikasikan bahwa strategi perusahaan tidak memanfaatkan kesempatan atau menghindari ancaman eksternal.

3.6.2 Matrik IFE (Matriks Evaluasi Faktor Internal)

Tabel 3.4 Faktor Strategi Internal / Matriks IFE

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating/Peringkat	Skor
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
1.			
2.			
3.			
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1.			
2.			
3.			

Sumber : David(2016:112)

Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah :

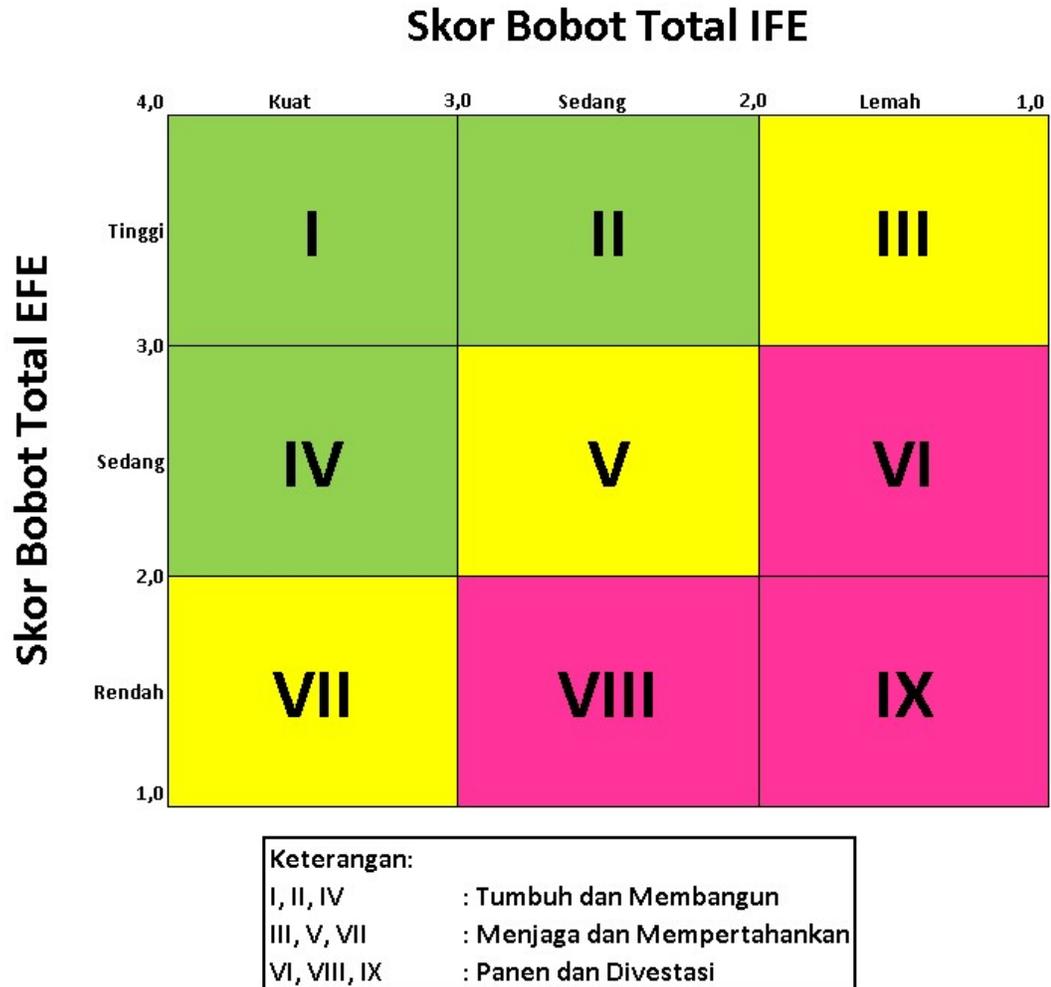
- a. Membuat daftar faktor - faktor internal kunci sebagaimana diidentifikasi dalam proses audit internal. Terdiri dari faktor yang meliputi peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industri. Selanjutnya dibuat daftar peluang terlebih dahulu kemudian ancaman.
- b. Pembobotan untuk setiap faktor, dengan kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot mengidentifikasi kepentingan relatif bahwa factor itu akses di industri perusahaan, kesempatan biasanya menerima bobot yang lebih tinggi dari ancaman, namun ancaman dapat memperoleh bobot yang lebih tinggi jika sangat parah. Jumlah dari semua bobot terhadap faktor harus sama dengan 1,0.
- c. Peringkat diberikan antara 1 hingga 4 setiap factor untuk mengidentifikasi apakah factor itu mempresentasikan kelemahan utama (peringkat - 1), kelemahan kecil (peringkat - 2), kekuatan kecil (peringkat - 3) dan kekuatan utama (peringkat - 4). Kekuatan harus menerima peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus menerima peringkat 1 atau 2. Peringkat tersebut berbasis perusahaan, sementara bobot dalam langkah 2 berbasis industri.
- d. Setiap bobot factor dikaitkan dengan peringkatnya untuk menentukan skor tertimbang untuk setiap variabel.
- e. Menjumlahkan skor tertimbang untuk setiap variabel untuk menentukan skor total tertimbang bagi organisasi.

3.6.3 Matrik IE (Matriks Internal - Eksternal)

Matriks IE (Matriks Internal - Eksternal) berguna untuk mengetahui posisi strategis perusahaan berdasarkan faktor eksternal dan internalnya. Selain itu, matriks ini juga digunakan untuk mengetahui strategi perusahaan secara umum yang tepat dilakukan perusahaan

Matriks IE dibentuk berdasarkan dua dimensi, dimana pertemuan dua skor tersebut akan menempatkan perusahaan di salah satu kuadran dari Sembilan kuadran yang adaya itu skor bobot. IFE total pada sumbu x dan skor bobot EFE total pada sumbu y. skor bobot total diperoleh dari berbagai divisi tersebut memungkinkan susunan matriks IE di tingkat perusahaan. Pada sumbu x dari matriks IE, skor bobot IFE total 1,0 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, skor 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang, dan

skor 3,0 sampai 4,0 adalah kuat. Serupa Dengannya, pada sumbu y, skor bobot EFE total 1,0 sampai 1,99 dipandang rendah, skor 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang, dan skor 3,0 hingga 4,0 adalah kuat. sesuai dengan posisi strategis perusahaan.



Gambar 3.1 Matrik Internal - Eksternal (IE)

Sumber : David (2016:183)

3.6.4 Matrik SWOT

Selain penggunaan matriks IE terdapat matriks lain yang digunakan pada tahap pencocokan itu matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan matriks yang digunakan untuk menyesuaikan kemampuan internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan kemungkinan eksternal perusahaan (peluang dan ancaman) yang dihadapi. Dengan menggunakan matriks ini perusahaan dapat mengembangkan empat jenis strategi yaitu: Strategi SO (kekuatan - peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST

(kekuatan - ancaman), dan strategi WT (kelemahan - ancaman). Mencocokkan faktor - faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik, serta tidak ada satu set pun pencocokan terbaik.

Matriks SWOT terdiri atas Sembilan sel. Seperti yang ditunjukkan, ada empat faktor kunci sel, dan satu sel selalu kosong (selatas - kiri). Empat Sel strategi yang dilabeli SO,WO,ST dan WT dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel kunci utama, yang dilabeli S,W,O,dan T. Ada delapan langkah yang terlibat dalam mengonstruksi matriks SWOT.

- a. Membuat daftar peluang eksternal kunci perusahaan.
- b. Membuat daftar ancaman eksternal kunci perusahaan.
- c. Membuat daftar kelemahan internal kunci perusahaan.
- d. Membuat daftar kekuatan internal kunci perusahaan.
- e. Mencocokkan Kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang sesuai.
- f. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat strategi resultan WO.
- g. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat strategi resultan ST.
- h. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat strategi resultan strategi WT.

3.6.5 Matrik QSPM

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Pada tahap keputusan ini peneliti menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) sebagai alat analisis. QSPM menggunakan informasi input dari tahap 1 untuk secara sasaran mengevaluasi strategi alternatif layak yang diidentifikasi alam tahap 2. QSPM mengungkapkan daya Tarik relatif dari strategi alternatif dan oleh karena itu menjadi dasar sasaran untuk memilih strategi spesifik.

Tabel 3.5 QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*)

Faktor Kunci	Bobot	Strategi Alternatif		
		Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3
Faktor Kunci Eksternal Ekonomi Politik/Hukum/Pemerintah Sosial/Kultural/Demografis/Lingkungan Teknologi Kompetitif Faktor Kunci Internal Manajemen Pemasaran Keuangan/Akuntansi Produksi/Operasi Penelitian dan Pengembangan Sistem Informasi Manajemen				

Sumber : David (2016:185)

1. Membuat dan kesempatan dan ancaman perusahaan kunci, juga kelemahan serta kekuatan internal di kolom kiri QSPM. Informasi ini sebaiknya diambil secara langsung dari Matriks EFE dan Matriks IFE.
2. Bobot untuk setiap faktor kunci internal dan eksternal dimasukkan ke tabel. Bobot ini identik dengan yang ada dalam matrik EFE dan Matriks IFE. Bobot disajikan dalam kolom di sebelah kanan kolom faktor kesuksesan internal dan eksternal penting.
3. Menguji matriks - matriks tahap 2 (pencocokan) dan mengidentifikasi strategi alternatif yang sebaiknya organisasi mempertimbangkan implementasinya. Strategi - strategi ini diletakkan dalam baris teratas QSPM
4. Menentukan skor daya Tarik, didefinisikan sebagai nilai numerik yang mengidentifikasi daya Tarik relatif dari setiap strategi dalam alternatif. Skor daya Tarik (AS) ditentukan dengan menguji setiap faktor internal dan eksternal kunci, pada suatu waktu, dan mengajukan pernyataan “apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang 32 dibuat?” jika jawaban untuk pertanyaan ini “ya” maka strategi sebaiknya dibandingkan secara relatif untuk faktor kunci tersebut. Secara spesifik, AS sebaiknya diberikan dalam setiap strategi lainnya, dengan memperhitungkan faktor tertentu. Kisaran untuk AS adalah = 1 tidak

menarik, = 2 kurang menarik, =3 cukup menarik, = 4 sangat menarik. Berdasarkan daya tariknya, maksudnya sejauh mana suatu strategi dibandingkan dengan strategi lain, memungkinkan perusahaan untuk mengkapitalisasikan kekuatan, memperbaiki kelemahan, mengeksploitasi peluang atau menghindari ancaman. Jika jawaban pertanyaan sebelumnya “tidak” yang mengindikasikan faktor kunci masing - masing tidak memiliki dampak terhadap pilihan khusus yang dibuat, maka jangan berikan AS pada strategi dalam perangkat tersebut.

5. Menghitung skor daya tarik total (TAS) didefinisikan sebagai hasil dari perkalian bobot (Langkah 2) dengan AS (Langkah 4) di setiap baris. TAS mengindikasikan daya Tarik dari setiap strategi alternatif, mempertimbangkan hanya dampak faktor pembatas kesuksesan internal dan eksternal yang penting. Semakin Tinggi TAS semakin menarik alternatif strategi (mempertimbangkan hanya factor kesuksesan pembatas yang penting).
6. Menghitung jumlah skor daya tarik total dengan cara menambahkan TAS dalam setiap kolom strategi QSPM. Jumlah skor daya tarik total TAS mengungkapkan strategi yang paling menarik dalam setiap perangkat alternatif. Skor yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan strategi, besarnya perbedaan antara TAS dalam seperangkat set alternatif strategi mengindikasikan keinginan relatif satu strategi dibandingkan strategi lain.