

BAB III
METEDOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan suku cadang mesin industry PT. Astindo Jaya Sakti yang beralamat di Rancamaya Balcony Grande 1 No. 21 Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor. Dengan melibatkan lingkungan internal perusahaan tersebut, penelitian ini berlangsung selama kurun waktu 6 (Enam) bulan, Dimulai dengan kegiatan awal melakukan observasi lapangan pada bulan Maret 2024, dilanjutkan dengan pengajuan perizinan penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan mulai April sampai Agustus 2024. Tahapan tersebut penulis lakukan secara bertahap dan selalu dilakukan evaluasi pada setiap tahapannya. Adapun agenda kegiatan penelitian secara lengkap mulai dari awal hingga akhir dapat dilihat pada tabel di bawah 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																								
8	Seminar Hasil																								

Sumber: Penelitian (2024)

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, menurut Nasution dalam Rukajat (2018:1) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami Bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman tentang suatu peristiwa atau perilaku manusia dalam suatu organisasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada di PT. Astindo Jaya Sakti dan hasil dari Analisa tersebut akan menghasilkan alternatif stratgi dalam upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan serta peningkatan-peningkatan dalam strategi bisnis yang dianggap perlu adanya evaluasi.

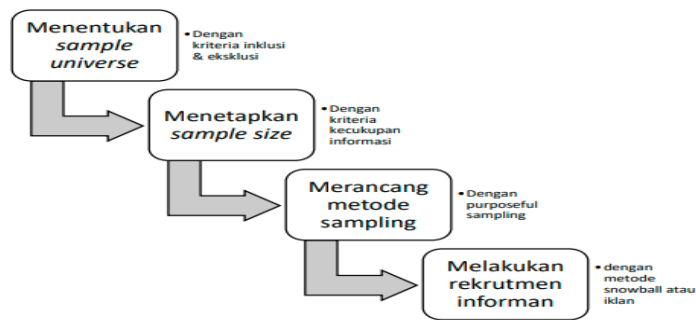
Menurut Creswell dalam Kusumastuti dan Ahmad (2019:2-3) menjelaskan bahwa proses penelitian kualitatif ini melibatkan upayaupaya penting, seperti mengajukan pertanyaanpertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data.

3.3 Informan Penelitian

Pengertian informan menurut Heryana (2018:4) adalah subyek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, informan terbagi menjadi tiga yaitu:

1. Informan kunci
2. Informan utama
3. Informan Pendukung

Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada masyarakat secara garis besar, juga memahami informasi tentang informan utama. Dalam pemilihan informan kunci tergantung dari unit analisis yang akan diteliti. Misalnya pada unit sebuah organisasi, informan kuncinya adalah pimpinan organisasi tersebut.



Gambar 3.3 Tahap Pemilihan Informan dalam penelitian kuisioner

Sumber Robinson d alam Heryana (2018:5)

Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dinilai berkompeten dan memahami secara detail keadaan PT. Astindo Jaya Sakti ada beberapa informan diantaranya:

A. Informan Kunci

1. Direktur Utama PT. Astindo Jaya Sakti.

B. Informan Utama

1. PIC Sales drafter PT. Astindo Jaya Sakti.
2. PIC Administrasi.
3. Purchasing PT. Kalbe Milko Indonesia
4. Purchasing PT. Argha Karya Prima Industry
5. User Pabrik PT. Asianagro Agungjaya Marunda
6. User pabrik PT. Indomasusemi

C. Informan Pendukung

1. Sales Kompetitor PT. Watika Teknik Bogor.
2. Kepala bengkel PT. Astindo Jaya Sakti.

Jumlah keseluruhan informan: 9 Orang

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan penulis untuk melengkapi pembahasan penelitian skripsi ini adalah jenis data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata-kata atau verbal. Cara memperoleh data kualitatif dapat di lakukan melalui wawancara.

Sedangkan sumber data yang digunakan adalah:

- 1) Data Primer Data Primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok. Jadi data yang di dapatkan secara langsung. Data primer secara khusus di lakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan metode survey dan juga metode observasi. Metode survey ialah metode yang pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Penulis melakukan wawancara kepada direktur Utama PT. Astindo Jaya Sakti untuk mendapatkan data atau informasi yang di butuhkan. Kemudian penulis juga melakukan pengumpulan data dengan metode observasi. Metode observasi ialah metode pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan kejadian tertentu yang terjadi. Jadi penulis datang ke lapangan untuk mengamati langsung aktivitas yang terjadi pada usaha tersebut untuk mendapatkan data atau informasi yang sesuai dengan apa yang di lihat dan sesuai dengan kenyataannya.
- 2) Data Sekunder merupakan sumber data suatu penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (di peroleh atau dicatat oleh pihak lain). Data sekunder itu berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumenter. Penulis mendapatkan data sekunder ini dengan cara melakukan permohonan ijin yang bertujuan untuk menganalisa data penjualan 3 tahun terakhir, serta mencari informasi terkait kompetitor, dan data complain Astindo dan juga berinteraksi dengan pelanggan PT. Astindo Jaya Sakti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan yang digunakan oleh penulis untuk melengkapi penelitian skripsi ini yaitu dengan menggunakan:

1. Observasi

Peneliti juga menggunakan teknik observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara atau kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain, Sugiyono dalam salsabila ramadhani (2022:4).

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang biasa digunakan dalam penelitian, wawancara juga merupakan proses yang penting dalam melaksanakan suatu penelitian khususnya penelitian yang bersifat kualitatif

3. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tipe pertanyaan dalam angket dibagi dua jenis, yaitu: terbuka dan tertutup.

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data adalah proses identifikasi pengamatan atau menganalisa terhadap pengolahan data yang sudah dirumuskan dalam perumusan masalah. Hal ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang sudah dijalankan oleh PT. Astindo Jaya Sakti serta mengetahui strategi yang tepat untuk mempertahankan loyalitas pelanggan serta mengetahui alternatif strategi apa yang ditemukan dalam menghadapi ancaman bisnis pada perusahaan. Langkah awal yang dilakukan dalam tahap ini ialah mengetahui visi misi dan tujuan perusahaan, lalu selanjutnya dilakukan identifikasi data internal dan eksternal perusahaan. Data yang teridentifikasi dalam pengamatan dirangkum dan diringkas dalam satu matriks SWOT, setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahapan selanjutnya ialah memanfaatkan semua informasi tersebut ke dalam model-model kualitatif untuk menganalisa perumusan strategi.

Tahap kedua adalah tahap pencocokan yaitu menghasilkan strategi alternatif dengan menggabungkan faktor-faktor internal dan eksternal. Tahap ketiga yaitu tahap keputusan, perusahaan harus mampu mengevaluasi dan kemudian memilih strategi terbaik, yang paling cocok dengan kondisi internal perusahaan serta lingkungan eksternal perusahaan. Alat yang digunakan untuk menyusun strategi adalah analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh PT. Astindo Jaya Sakti yang didapatkan dari hasil wawancara. Setelah alternatif strategi didapatkan selanjutnya masuk ke tahap input guna merumuskan prioritas alternatif strategi dengan metode matriks QSPM. Alat analisis data yang digunakan penulis yaitu analisis matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, SWOT dan QSPM.

3.6.1 Matriks IFE

Menurut indri (2020: 6) Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari factor – factor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFE menunjukkan kondisi internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Table 3.6.1 Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Intenal	Bobot	Rating	SkorBobot
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.	1,00		

Sumber : (Indri 2022 : 6)

Menurut fauzi (2023:29-30) alat perumusan strategi ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan di antara area tersebut. Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah:

1. Membuat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit internal. Kemudian memasukkan faktor internal, termasuk kekuatan maupun kelemahan organisasi dengan cara mendaftar terlebih dulu kekuatannya lalu kelemahannya dengan spesifik.
2. Pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relatif faktor tersebut bagi keberhasilan industri perusahaan. Terlepas dari apakah faktor utama itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasional harus diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Memberi peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), dan kekuatan utama (peringkat = 4). Kekuatan mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2.

Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot di langkah 2 berbasis industri.

4. Bobot setiap faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Menjumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor bobot total organisasi. Terlepas dari berapa banyak faktor yang dimasukkan ke dalam Matriks IFE, skor bobot total berkisar antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total di bawah 2,5 mencirikan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

3.6.2 Matriks EFE

Menurut indri (2020: 7) matriks EFE digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari factor – factor eksternal perusahaan. Matriks EFE menggambarkan kondisi peluang dan ancaman perusahaan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Table 3.6.2 Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	SkorBobot
Peluang			
1.			
2.			
3.			
Ancaman			
1.			
2.			
3.	1,00		

Sumber : (Indri 2022 : 7)

Matriks EFE dapat dikembangkan dalam lima langkah:

1. Membuat daftar faktor-faktor eksternal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit eksternal. Memasukkan faktor, termasuk peluang dan ancaman, yang memengaruhi perusahaan dan industrinya dengan mendaftar terlebih dulu peluangnya, kemudian ancamannya.
2. Memberi pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot itu mengindikasikan signifikansi relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Peluang sering kali mendapat

bobot yang lebih tinggi daripada ancaman, tetapi ancaman bisa diberi bobot tinggi terutama jika mereka sangat parah atau mengancam. Bobot yang sesuai dapat ditemukan dengan cara membandingkan pesaing yang berhasil dengan yang tidak berhasil atau melalui diskusi untuk mencapai konsensus kelompok. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.

3. Memberikan peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespons faktor tersebut, di mana 4 = sangat merespon 3 = cukup merespon, 2 = kurang merespon, dan 1 = tidak merespon. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan. Oleh karenanya, peringkat tersebut berbeda antarperusahaan, sementara bobot di langkah nomor 2 berbasis industri. Penting untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat menerima peringkat 1, 2, 3, atau 4.
4. Bobot setiap faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
5. Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

3.6.3 Matriks IE

Menurut Fauzi (2023: 31) Matriks Internal-Eksternal atau IE menempatkan berbagai divisi organisasi di tampilan dalam sembilan sel. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi utama: skor bobot IFE total pada sumbu x dan skor bobot EFE total pada sumbu y. Setiap divisi dalam suatu organisasi harus membuat Matriks IFE dan Matriks EFE dalam kaitannya dengan organisasi. Skor bobot total yang diperoleh dari divisi-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 tinggi.

3.6.4 Matriks SWOT

Menurut Qanita (2020:15-16) Matriks SWOT digunakan dalam merumuskan strategi dengan mengkombinasikan empat faktor yaitu Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman). Empat faktor tersebut mencakup kondisi internal dan eksternal perusahaan. Hasil analisis biasanya berupa

arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan memanfaatkan peluang sambil mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Analisis SWOT dianggap memiliki banyak manfaat dan kelebihan dibanding metode analisis lain. Manfaat menggunakan analisis SWOT antara lain (Agus Hardiyanto, 2018):

- a. Membantu melihat persoalan dari empat sisi sekaligus yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
- b. Memberikan hasil analisis yang cukup tajam sehingga dapat memberikan arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan meningkatkan keuntungan dengan memanfaatkan peluang serta mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.
- c. Membantu membedah organisasi atau perusahaan dari empat sisi yang menjadi dasar proses identifikasi sehingga dapat menemukan sisi yang kadang terlupakan.
- d. Menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi sehingga dapat menemukan langkah terbaik yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Matriks analisis SWOT menghasilkan empat elemen strategi dengan mengkombinasikan keempat faktor yang dianalisis. Elemen tersebut terdiri dari SO, WO, ST, strategi dalam resultan W-O.

3.6.5 Matriks QSPM

Menurut Matriks QSPM atau Quantitative Strategic Planning Matrix merupakan sebuah matriks yang digunakan untuk menganalisis berbagai alternatif strategi yang tersedia untuk mendapatkan strategi prioritas. Alternatif strategi yang dianalisis pada tahap ini adalah strategi yang sudah dihasilkan dalam perumusan melalui analisis sebelumnya dengan memadukan faktor internal dan eksternal. Dengan matriks QSPM, manajemen dapat mengurutkan berbagai strategi yang ada untuk membentuk skala prioritas dalam penerapan strategi. Perhitungan matriks QSPM adalah dengan memadukan faktor-faktor internal dan eksternal terhadap alternatif strategi yang sudah dirumuskan. Dalam proses ini kembali dilakukan pembobotan, penentuan nilai daya tarik atau Attractiveness Scores (AS), dan Total Attractiveness Scores (TAS). Bobot pada faktor internal dan eksternal disesuaikan dengan bobot yang sudah ada pada matriks IFAS dan EFAS sebelumnya. Nilai AS didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dari satu set alternatif. Ketentuan penilaian AS berlaku sebagai berikut (Hany Setyorini, 2016):

- a. Nilai 1 = tidak menarik
- b. Nilai 2 = agak menarik
- c. Nilai 3 = cukup menarik
- d. Nilai 4 = sangat menarik

Nilai TAS diperoleh dengan mengkalikan bobot dengan nilai AS. Nilai total TAS kemudian diakumulasi untuk mendapatkan tingkat skor dari berbagai alternatif strategi. Skor tertinggi menentukan strategi yang terbaik untuk diterapkan dalam suatu perusahaan. Namun yang harus diperhatikan dalam analisis ini adalah bahwa QSPM hanya digunakan untuk mengurutkan prioritas strategi dalam satu set alternatif.