

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko LA Ponsel yang berlokasi di Pasar Ciawi Bogor Lt. Atas Blok B No 11. Jawa Barat 16131. Pada Bulan Maret 2022 sampai Agustus 2022. Sesuai dengan jadwal yang tertera pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	KEGIATAN	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS
1	Pra Proposal						
2	Proposal						
3	Penyusunan Kuesioner						
4	Revisi Proposal dan Kuesioner						
5	Pengumpulan Data						
6	Penyebaran Kuisisioner						
7	Olah Data dan Hasil						
8	Penyusunan BAB 4 & 5						

Sumber: Penelitian (2022)

3.2. Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran, serta menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati serta diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan dan perilaku suatu individu atau organisasi dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik, Sujarweni (2019:11-12). Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.

3.3. Responden Penelitian

Seseorang yang mengetahui secara jelas tentang suatu informasi, atau menjadi sumber informasi Seseorang yang memberikan atau mengetahui secara jelas tentang informasi atau menjadi sumber informasi untuk kepentingan penelitian, biasanya informasi yang didapat dari narasumber diperoleh melalui wawancara dengan memintakan pendapatnya mengenai suatu masalah di Toko LA Ponsel yang berjumlah 5 orang sebagai berikut :

1. Pemilik Toko : Ibu Jepi
2. Karyawan : Laras Angelina kepala toko
: Selviana karyawan senior 7 tahun bekerja
: Eli Yulianti & Yansen

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Pandoyo dan Sofyan (2018:120) teknik pengumpulan data dalam penelitian, menurut cara memperolehnya adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama di lokasi penelitian Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh organisasi. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Menurut Banister dkk. Wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara kualitatif dilakukan bila penelitian bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dapat dilakukan melalui pendekatan lain.

2. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang menjadi objek penelitian. Total responden adalah 5 orang untuk memberikan jawaban pada lembaran kuesioner. Menurut Hartati (2017:70) Kuesioner merupakan daftar

pertanyaan yang akan digunakan oleh periset untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data primer dan sekunder yang telah dikumpulkan berupa hasil wawancara, kuisioner, observasi dan kepustakaan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan. Metode analisis data yang akan digunakan yaitu melalui tiga tahap. Pertama tahap masukan, menggunakan matriks EFE dan IFE, kedua tahap analisis menggunakan matriks IE dan SWOT, dan yang ketiga untuk memutuskan dan memilih strategi menggunakan alat analisis QPSM.

3.5.1. Tahapan Masukan

Tahapan masukan menggunakan alat analisis matriks IFE dan matriks EFE. Bertujuan untuk menguji lingkungan eksternal perusahaan dan mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan, serta mengevaluasi lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahannya.

a. Matriks IFE (*Internal Factors Evalution*)

Langkah penyusunan IFE menurut David & David (2016:111) adalah melalui pembuatan matrik dalam bentuk kolom pembobotan dan rating kekuatan dan kelemahan dengan parameter tertentu. Berikut merupakan langkahnya :

- 1) Membuat faktor-faktor kunci internal yang sudah diidentifikasi berupa kekuatan dan kelemahan.
- 2) Menentukan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk setiap faktor. Faktor-faktor yang di anggap memiliki efek terbesar pada kinerja organisasi diberikan bobot tertinggi, jumlah dari semua bobot sama dengan 1,0.
- 3) Memberikan peringkat (rating) 1 hingga 4 pada masing-masing faktor yang mempresentasikan kelemahan utama (peringkat=1), kelemahan kecil (peringkat=2), kekuatan kecil (peringkat=3), kekuatan utama (peringkat=4).

Kekuatan menerima peringkat 3 atau 4 dan kelemahan menerima peringkat 1 dan 2.

- 4) Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkat (rating) untuk menentukan skor disetiap variabel.
- 5) Menjumlahkan skor tertimbang disetiap variabel untuk menentukan nilai total skor.

b. Matriks EFE (*Exsternal Factor Evalution*)

Langkah penyusunan Matriks EFE melalui pembuatan matrik dalam bentuk kolom pembobotan dan rating peluang dan ancaman dengan parameter tertentu, matriks EFE dapat dikembangkan dalam lima langkah (David & David, 2016:65) :

- 1) Membuat faktor-faktor kunci eksternal yang sudah diidentifikasi berupa peluang dan ancaman.
- 2) Menentukan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk setiap faktor. Peluang menerima bobot lebih tinggi dari ancaman, namun ancaman dapat memperoleh bobot yang lebih tinggi jika sangat parah. Jumlah dari semua bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Memberikan peringkat (rating) 1 hingga 4 bagi setiap faktor eksternal kunci untuk mengindikasikan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon terhadap setiap faktor. Dimana 4 = responnya superior, 3 = responnya diatas rata-rata, 2 = responnya rata-rata dan 1 = responnya buruk. Baik ancaman maupun kesempatan dapat diberi peringkat 1, 2, 3, dan 4.
- 4) Melakukan perkalian bobot setiap faktor dengan peringkat (rating) untuk menentukan skor disetiap variabel.
- 5) Menjumlahkan skor tertimbang disetiap variabel untuk menentukan nilai total skor.

3.5.2. Tahapan Analisis

Pada tahap analisis dilakukan pengolahan data berupa matriks IE dan matriks SWOT, tujuan menggunakan alat analisis matriks SWOT adalah untuk menemukan aspek-aspek penting didalam perusahaan berupa kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Sehingga dengan mengetahui

empat aspek tersebut perusahaan dapat meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman, mengoptimalkan kekuatan, dan membangun peluang-peluang dimasa yang akan datang. Sedangkan matriks IE (internal-eksternal) bertujuan untuk memperoleh strategi bisnis di perusahaan yang lebih ditel.

a. Matriks IE (Internal-Eksternal)

Atas dasar analisis yang dilakukan terhadap faktor eksternal dan internal yang diringkas dalam matriks EFE dan matriks IFE, maka dapat disusun Matriks IE dengan mempertemukan nilai skor pada kedua matrix. Menurut David & David (2016:181-812). Matriks IE (Internal-External) didasarkan dua dimensi, yaitu total skor terbobot Matriks IFE pada sumbu x dan total skor terbobot Matriks EFE pada sumbu y. Konsep matriks IE dapat dibagi menjadi tiga daerah utama yang memiliki implikasi strategi yang berbeda-beda:

- 1) Sel I, II, IV: strategi *Grow and Build*, strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi horisontal, integrasi kedepan, serta integrasi kebelakang).
- 2) Sel III, V, VII: strategi *Hold and maintain*, dengan alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- 3) Sel VI, VIII, dan IX termasuk strategi Harvest or divest dengan alternatif strategi rasionalisasi biaya (*retrenchment*) dan divestasi (*divestiture*).

b. Matriks SWOT

Penentuan strategi untuk analisa strategi Toko LA Ponsel Ciawi Bogor menggunakan matriks SWOT dilakukan setelah mengetahui posisi perusahaan dari matriks IE. Matriks SWOT akan memformulasikan strategi dengan cara melakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal perusahaan. Penyusunan matriks SWOT terdiri atas sembilan sel. Terdapat empat sel faktor kunci, empat sel strategi dan satu sel yang selalu dibiarkan kosong (sel di kiri atas). Empat sel strategi (SO, WO, ST dan WT) dikembangkan setelah menyelesaikan empat sel faktor kunci (S, W, O, dan T). David & David (2016:172) menentukan delapan langkah untuk menyusun matriks SWOT :

- 1) Menuliskan peluang eksternal kunci perusahaan.
- 2) Menuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan.
- 3) Menuliskan kekuatan internal kunci perusahaan.
- 4) Menuliskan kelemahan internal kunci perusahaan.
- 5) Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan.
- 6) Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan mencatat hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan.
- 7) Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan mencatat hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan.
- 8) Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan mencatat hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan.

3.5.3. Tahap Pengambilan Keputusan

Dengan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) merupakan suatu alat analisis untuk memutuskan strategi yang digunakan berdasarkan kemenarikan alternatif-alternatif strategi. Responden akan memberikan AS pada masing-masing alternatif sehingga diperoleh TAS. Alternatif strategi dengan TAS paling tinggi menjadi prioritas untuk diterapkan, sedangkan alternatif strategi dengan TAS terendah menjadi alternatif strategi pilihan terakhir.

Tahapan kerja pengolahan data pengambilan keputusan dengan menggunakan metode QSPM, menurut David & David (2016:186) langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE.
- 2) Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal. Bobot ini identik dengan yang ada pada matriks EFE dan IFE, bobot disajikan dalam kolom disamping kanan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal.

- 3) Mengevaluasi matriks tahap pencocokkan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Strategi-strategi ini dicatat pada baris atas dari QSPM.
- 4) Menentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores-AS*), sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu. Dengan nilai daya tarik adalah: 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik.
- 5) Menghitung total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Scores-TAS*) sebagai hasil dari pengalian bobot (langkah 2) dengan nilai daya tarik (langkah 4) dalam masing-masing baris. Semakin tinggi total nilai daya tarik, semakin menarik alternatif strategi tersebut.
- 6) Menghitung jumlah keseluruhan total nilai daya tarik, dan nilai TAS yang tertinggi.