

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Tempat dan Waktu

Dalam penyusunan penelitian ini, penelitian dilakukan di PT Tiki Jasa Nugraha Ekakurir (JNE) agen A.062 Bogor Raya yang berlokasi di Jl. Mutiara Bogor Raya, RT.04/RW.15, blok R1 no 6, Katulampa, Kec. Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat 16144. Waktu pengumpulan data dalam penelitian ini direncanakan berlangsung pada Bulan Maret – Agustus 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada table 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	Penyusunan Proposal (Bab 1-3) + Kuesioner			■	■	■	■																		
4	Pengumpulan Data						■	■	■	■	■	■													
5	Pengolahan Data												■	■											
6	Analisis Data dan Evaluasi													■	■	■	■								
7	Penyusunan Laporan (Bab 4 & 5)															■	■	■	■	■	■	■			
8	Seminar Hasil																						■	■	■

Sumber : Penelitian (2022)

1.2 Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Menurut Nazir (2014:43) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana

peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang menggambarkan suatu fenomena melalui deskripsi dalam bentuk kalimat dan bahasa yang menggunakan metode alamiah.

1.3 Penentuan Key Informan dan Informan

Key Informan adalah narasumber kunci atau utama yang paling banyak tahu sesuatu informasi (data) mengenai hal yang diteliti. Sedangkan *Informan* adalah seorang narasumber biasa atau anggota kelompok yang beranggota kelompok yang diriset yang diharapkan mempunyai berbagai informasi penting. Penentuan key informan dan informan, peneliti menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* tergolong dalam jenis *non-probability sampling* yang artinya tidak memberikan peluang yang sama dari setiap populasi (Sugiyono, 2018:138). Penulis memilih *key informan* berdasarkan karakteristik yang dianggap memiliki informasi yang relevan dengan penelitian ini. *Key informan* dalam penelitian ini adalah seorang Koordinator atau pimpinan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya yang telah menjabat selama 10 tahun dan *Informan* utama adalah staf PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya. Berikut key informan dan informan utama yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini :

1. Bapak Irman Soemantri Randa (Koordinator)
2. Bapak Kevin Arifin / Ari (SCO "Sales Counter Office")
3. Bapak Akmal S.pd (SCO "Sales Counter Office")

1.4 Jenis dan Sumber Data

1.4.1 Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang mana perolehan datanya didapat dari hasil pengamatan secara langsung ke beberapa informan yang diwawancarai lalu dilakukan analisa pada perolehan datanya kemudian ditarik

kesimpulan dari hasil pengamatan tersebut. Adapun tujuannya yaitu untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.

1.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, menurut Sugiyono (2019:296) disebutkan bahwa:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dari sumbernya yaitu PT Tiki Jalur Nugeraha Ekakurir (JNE) Khususnya Agen A.062 Bogor Raya. Diamati dan dicatat untuk pertama kalinya oleh penulis

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari buku, serta materi tertulis yang relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu data sekunder peneliti peroleh melalui pengumpulan data dari pihak PT. Tiki Jalur Nugeraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya dan melalui studi kepustakaan baik berupa dokumen maupun dokumentasi.

1.5 Metode Pengumpulan

Data Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun Kuesioner penelitian ini terlampir dalam Lampiran.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dengan wawancara maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dengan owner dan staff pekerja, wawancara yang dilakukan bertujuan untuk menggali informasi yang dibutuhkan peneliti (Sugiyono, 2019:304).

Ada tiga jenis wawancara yang lazim digunakan dalam pengumpulan data yaitu wawancara terstruktur, tidak terstruktur dan semiterstruktur. Wawancara terstruktur adalah interviewer (pewawancara) mempersiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum melakukan wawancara dan urutan pertanyaan tidak berubah. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang tidak menggunakan *interview guide* (panduan wawancara) dan arah pembicaraan bersifat spontan. Sedangkan wawancara semi-struktur adalah sebelum melakukan wawancara interviewer (pewawancara) telah mempersiapkan daftar pertanyaan sebelum melakukan wawancara, tetapi urutan dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan bersifat fleksibel, karena bergantung pada arah pembicaraan. (Fadhallah, 2021). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara semi-struktur dengan menyiapkan daftar pertanyaan.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi yang dimaksud adalah meliputi struktur organisasi, laporan pembelian, catatan persediaan, dan laporan pembelian yang dilakukan pada perusahaan tersebut serta kegiatan peneliti saat melakukan observasi dan wawancara. (Sugiyono, 2019:314)

1.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan oleh peneliti adalah analisa kualitatif yang digunakan untuk mengetahui lingkungan internal, eksternal, menggunakan analisis SWOT, serta untuk mendukung penggunaan analisa kuantitatif dalam matriks IFE, EFE, IE, dan QSPM. Proses perumusan strategi dilakukan melalui tiga tahap yaitu, tahap masukan (input stage) dengan menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap pencocokan (*matching stage*) dengan menggunakan matriks IE dan SWOT, dan tahap pengambilan keputusan (*decision stage*) untuk menentukan strategi yang terbaik yang terpilih dengan menggunakan QSPM.

A. Matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*)

Alat perumusan strategi *Internal Factor Evaluation* merupakan ringkasan dan evaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis. Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah:

1. Membuat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam audit internal. Memasukkan 10-20 faktor internal termasuk kekuatan dan kelemahan organisasi.
2. Memberi pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 sampai 1,0. Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relatif faktor tersebut bagi keberhasilan industri perusahaan.
3. Memberi peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah=1, lemah=2 kuat=3 dan sangat kuat=4.
4. Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Menjumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor bobot total organisasi

B. Matrik EFE (*External Factor Evaluation*)

External Factor Evaluation memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan kompetitif. Matrik ini dapat dikembangkan dalam lima langkah, yaitu:

1. Membuat daftar faktor-faktor eksternal utama sebagaimana yang disebutkan. Memasukkan 10 sampai 20 faktor termasuk peluang dan ancaman.
2. Memberikan pada setiap faktor bobot yang berkisar dari 0,0 sampai 1,0. Bobot itu mengindikasikan signifikasi relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan.
3. Memberi peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, di mana 4=respon sangat bagus, 3=responnya di atas rata-rata, 2= responnya rata-rata, dan 1=responnya di bawah rata-rata.
4. Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
5. Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.
6. Terlepas dari jumlah peluang dan ancaman utama yang dimasukkan dalam *External factor evaluation* skor bobot total tertinggi yang dicapai sebuah organisasi bisnis adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total terbesar 4,0 mengindikasikan bahwa sebuah organisasi merespons secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industri. Skor total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul.

C. Matriks IE (*Internal-External*)

Internal-Eksternal memosisikan berbagai divisi suatu organisasi dalam tampilan sembilan sel. Alat tersebut menempatkan divisi-divisi organisasi dalam sebuah diagram matematis. Matriks I-E didasarkan pada dua dimensi kunci: skor bobot IFE total pada sumbu x dan skor bobot EFE total pada sumbu y. Skor bobot total yang diperoleh dari

divisi-divisi tersebut memungkinkan susunan matrik IE di tingkat perusahaan. Pada sumbu c dari matriks IE.

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda-beda.

1. Ketentuan untuk divisi- divisi yang masuk dalam sel I, II atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan berkembang. Strategi yang intensif atau integratif bisa dijadikan strategi yang paling tepat.
2. Divisi yang masuk dalam sel III, V atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan. Penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini.
3. Ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, atau IX adalah panen atau divestasi. Organisasi yang berhasil mampu mencapai portofolio bisnis yang masuk atau berada di seputar sel I dalam matriks IE.

D. Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*), strategi ST (*Strength-Threat*), dan strategi WT (*Weakness-Threat*).

Adapun tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut :

1. Menyusun daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan
2. Menyusun daftar kekuatan dan kelemahan internal perusahaan
3. Menyusun dan mencatat strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan internal perusahaan dengan peluang eksternal perusahaan
4. Menyusun dan mencatat strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan internal perusahaan dengan peluang eksternal perusahaan
5. Menyusun dan mencatat strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan internal perusahaan dengan ancaman eksternal perusahaan
6. Menyusun dan mencatat strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan internal perusahaan dengan ancaman eksternal perusahaan

E. Analisis QSPM

Analisis ini biasa disebut dengan *quantitative strategic planning matrix*. yang menyusun tahap 3 dari kerangka analitis perumusan strategi. Teknik ini secara obyektif menunjukkan strategi mana yang terbaik. QSPM menggunakan analisis input dari tahap 2 untuk secara obyektif menentukan strategi mana yang hendak dijalankan di antara strategi-strategi alternatif. Itu artinya, matriks EFE, matriks IFE, dan Matriks profit kompetitif yang menyusun tahap 1, ditambah dengan matriks SWOT dan Matriks IE yang menyusun tahap 2, menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun QSPM (tahap 3). QSPM adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara obyektif, berdasarkan faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya.

Teknik penyusunan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) ini merupakan tahap ke 3 dari kerangka analitis perumusan strategi. Teknik ini secara objektif menunjukkan strategi mana yang terbaik. QSPM menggunakan analisis input dari tahap 1 dan hasil pencocokan dari analisis tahap ke 3 untuk secara objektif menentukan strategi yang hendak dijalankan di antara strategi alternatif. Itu artinya matriks EFE, IFE dan *matriks profil kompetitif* yang menyusun tahap 1, ditambah dengan matriks SWOT dan Matriks IE yang menyusun tahap 2, menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun QSPM (tahap 3).

1. Membuat daftar 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, dimasukkan dalam QSPM
2. Memasukan bobot untuk setiap faktor kunci internal dan eksternal. Bobot ini identik dengan yang ada dalam matriks 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. Mencatat strategi-strategi ini dalam baris teratas QSPM kelompokkan strategi ke perangkat yang saling menguntungkan jika mungkin.
4. Menentukan skor daya tarik, didefinisikan sebagai nilai numerik yang mengindikasikan daya tarik relatif dari strategi dalam alternatif, skor daya tarik (AS)

ditentukan dengan menguji setiap faktor internal dan eksternal kunci, pada satu waktu dan mengajukan pertanyaan. Apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang di buat jika jawaban untuk pertanyaan ini adalah “ya” maka strategi sebaiknya dibandingkan secara relatif untuk faktor kunci tersebut. Secara spesifik, AS sebaiknya diberikan dalam setiap strategi untuk mengindikasikan daya tarik relatif dari satu strategi terhadap strategi lainnya, dengan mempertimbangkan faktor tertentu, kisaran untuk AS adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik. Berdasarkan daya tariknya, maksudnya sejauh mana suatu strategi, dibandingkan dengan strategi lain, memungkinkan perusahaan untuk mengapitalisasi kekuatan, memperbaiki kelemahan, mengeksploitasi kesempatan, atau menghindari ancaman kerjakan baris demi baris dalam mengembangkan QSPM. Jika jawaban pertanyaan sebelumnya adalah "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. Skor daya tarik total (TAS) sebagai hasil dari perkalian bobot (langkah 2) dengan AS (langkah 4) di setiap baris. TAS Mengindikasikan daya tarik relatif dari setiap alternatif, mempertimbangkan hanya dampak faktor pembatas kesuksesan internal dan eksternal yang penting semakin tinggi TAS, semakin menarik alternatif strategi (mempertimbangkan hanya faktor kesuksesan pembatas yang penting)