

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Sinar Mekarwangi pada bulan Maret 2022 sampai dengan april 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1. Jadwal pelaksanaan penelitian

No	Kegiatan	Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022			
		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 Penelitian																				
3	Persiapan Instrumen Penelitian																				
4	Pengumpulan Data																				
5	Pengolahan Data																				
6	Analisis dan Evaluasi																				
7	Penulisan Laporan																				
8	Seminar Hasil Penelitian																				

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dengan metode kualitatif. 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 instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*.

Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang berpola), dan disebut juga sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Nazir dalam Slamet Riyanto (2018) populasi merupakan kumpulan individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan, admin perusahaan dan orang-orang yang berkepentingan yang mengetahui strategi yang perusahaan gunakan.

3.3.2. Sampel

Sampel penelitian adalah sejumlah individu yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi dan paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama (Sugiyono dalam Slamet Riyanto, 2018). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive random sampling*. Teknik *purposive random sampling* adalah pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu (Hadi dalam Slamet Riyanto, 2018). Selain itu pemilihan sampel dilakukan dengan sistem acak, dimana sampel yang telah diseleksi berdasarkan *purposive sampling* kemudian dipilih secara acak untuk dipilih menjadi sampel penelitian.

3.4. Sumber Data

Dalam penelitian ada 2 sumber pengumpulan data yaitu, *data primer*, dan *data sekunder*.

1. Data Primer

Adalah sumber data *langsung memberikan* data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019:194). Sumber data yang di hasilkan maupun di dapat oleh peneliti bersumber langsung dari pemilik perusahaan.

2. Sumber Sekunder

Adalah sumber yang *tidak langsung memberikan* data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.(Sugiyono, 2019:194)

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu yang penting dalam sebuah penelitian, tanpa adanya pengumpulan data peneliti tidak bisa menyimpulkan apa yang sudah peneliti dapat dalam penelitiannya. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan sebagai berikut:

1. Wawancara (Interview)

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019:304) “*a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*“. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

2. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patng, film, dan lain. (Sugiyono, 2019:314)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara untuk menganalisa suatu informasi data yang peneliti dapat dengan 2 (dua) metode cara yaitu kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif adalah metode cara menganalisis dengan melakukan mengumpulkan gambar dan informasi, dengan mewawancarai narasumber yang mengetahui tentang obyek yang peneliti teliti, atau bisa dengan mewawancarai pemilik objek yang peneliti teliti sebagai narasumber. Kuantitatif adalah metode dengan cara meneliti menggunakan angket atau

kuesioner untuk mengetahui data yang ingin diteliti oleh peneliti. Setelah mendapat data tersebut peneliti harus menguji data dengan menggunakan hipotesis untuk merumuskan masalah penelitian.

Metode yang ingin peneliti pakai saat ini adalah metode kualitatif dimana metode ini dengan mengumpulkan informasinya dengan wawancara dan dokumentasi, yang diharapkan bisa menemukan permasalahan dengan menganalisis data tersebut dengan cara melihat data persaingan dengan perusahaan sejenis, misal, dengan melihat kelemahan perusahaan yang peneliti teliti dan melihat kekuatan perusahaan, lalu melihat peluang atau ancaman baik dari luar maupun dari dalam perusahaan.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2019:319).

Data yang diperoleh akan di analisa secara deskriptif dengan menggunakan metode perumusan strategi yang akan digunakan yaitu analisis lingkungan internal, analisis lingkungan eksternal (*five forces porter's*), dan analisis SWOT.

1. Analisis Lingkungan Internal

Berikut ada beberapa faktor internal perusahaan yang harus di analisis, yaitu:

- a. Sumber daya manusia
- b. Pemasaran
- c. Keuangan
- d. Produk/operasi

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Menurut sedarmayanti (2018:116), ada model lima kekuatan porter (*porters's five-forces model*) tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri.

Hakikat persaingan industri dapat dilihat sebagai kombinasi lima kekuatan, yaitu:

- 1) Persaingan antar perusahaan sejenis.
- 2) Kemungkinan masuknya pesaing baru.
- 3) Potensi pengembangan produk substitusi/pengganti.
- 4) Kekuatan tawar-menawar penjual/pemasok.
- 5) Kekuatan tawar-menawar pembeli/konsumen

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang sering digunakan dalam pengambilan keputusan (*decision making*) dalam berbagai bidang, mulai dari bisnis, perusahaan, pemerintah, sampai organisasi. Sesuai dengan namanya, analisis SWOT terdiri dari empat komponen (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dan terdiri dari dua faktor (internal dan eksternal). Berikut adalah bentuk strategi menurut Fajar Supanto (2019:114-118) yang dapat di pakai berdasarkan dari analisis elemen SWOT.

- 1) Strategi OS adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif posesif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana. Datalah program atau kegiatan yang akan dilaksanakan, kapan waktu dan dimana dilaksanakan, sehingga tujuan organisasi akan tercapai secara terencana dan teratur. dalam organisasi SO, organisasi mengejar peluang-peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi.
- 2) Strategi OW adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini perlu dirancang strategi *turn around* yaitu strategi mengubah haluan.
- 3) Strategi TS adalah strategi yang diterapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah strategi diversifikasi atau strategi perbedaan.
- 4) Strategi TW adalah strategi yang diterapkan ke dalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dalam kondisi ini, perusahaan atau organisasi sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal sedangkan ancaman dari luar juga menyerang.

Bila tidak mengambil keputusan yang tepat, maka kondisi ini bisa berdampak buruk bagi citra dan eksistensi perusahaan atau organisasi ke depan.

Tabel 3.2. Kuadran Analisis SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan(T)
Peluang (O)	Strategi memanfaatkan peluang guna mendayagunakan kekuatan (Strategi OS)	Strategi memanfaatkan peluang guna mengatasi kelemahan (Strategi OW)
Ancaman (T)	Strategi untuk mengatasi ancaman dengan mendayagunakan kekuatan (Strategi TS)	Strategi untuk menghindari ancaman sekaligus melindungi kelemahan (Strategi TW)

Sumber:Fajar Supanto (2019:118)

Matriks IFAS-EFAS

Matriks ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi sebuah usaha. Proses yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi berbagai faktor yang termasuk kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Faktor-faktor tersebut diberikan bobot dan rating.

Bobot adalah suatu tingkat kepentingan atau urgensi penanganan dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).

Rating adalah analisis kita terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misal satu tahun kedepan). Untuk pemberian rating menggunakan skala 4 sampai 1. Faktor yang bersifat positif seperti kekuatan dan peluang, berlaku ketentuan semakin besar kekuatan dan peluang maka diberi rating 4 tetapi semakin kecil faktor tersebut maka di beri rating 1. sedangkan menurut rating negatif seperti kelemahan dan ancaman berlaku ketentuan semakin besar kelemahan dan ancaman maka di beri rating 1 tetapi semakin kecil di beri rating 4 (Ariza Qanita, 2020).

Berikut adalah matriks IFAS yang disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan, tahapannya adalah:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing tersebut dengan skala mulai 1.0 (paling penting) sampai 0.0 (tidak terpenting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00).
3. Hitung rating (dalam kolom) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan cara rata-rata industri dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, sebaliknya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri nilainya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3.3. Matriks IFAS

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor
kekuatan			
1.			
2.			
Dsb.			
kelemahan			
1.			
2.			
Dsb.			
Total			

Sumber: Husein Umar dalam Fransiska BR (2021:53)

Selanjutnya ada matriks EFAS, peneliti perlu mengetahui terlebih dahulu faktor-faktor eksternal. Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS).

1. Susunlah dalam kolom 2 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) yang bersangkutan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberikan rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). pemberian rating ancaman adalah kebalikannya misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya 1. sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).

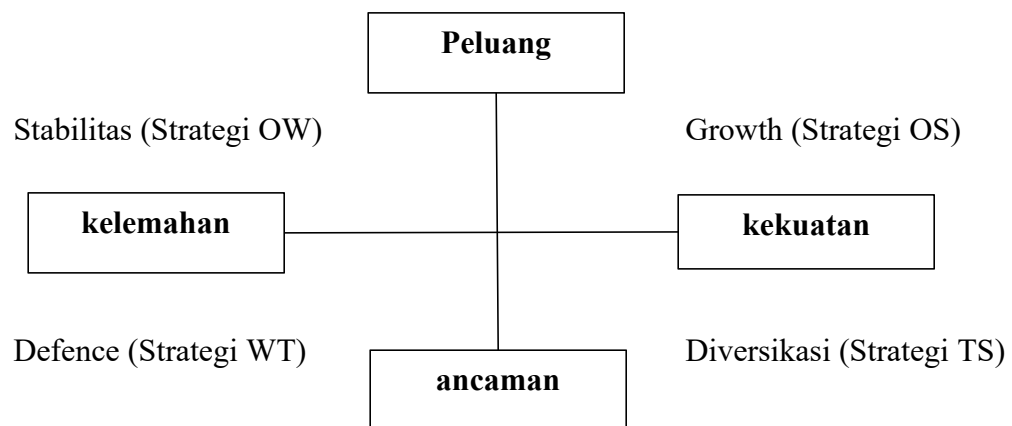
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3.4. Matriks EFAS

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1.			
2.			
Dsb.			
Ancaman			
1.			
2.			
Dsb.			
Total			

Sumber: Husein Umar dalam Fransiska BR (2021:55)

Berikut ini adalah gambar kuadran positioning matriks SWOT:



Gambar 3.1. Diagram Positioning Analisis SWOT

Sumber : Rangkuti dalam Fauzi (2018)

Arti dari masing-masing kuadran tersebut, diuraikan sebagai berikut:

1. Kuadran I (positif, positif). Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang ditawarkan adalah “proresif”, artinya organisasi dalam kondisi prima sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Peluang (O) Kekuatan (S) Kelemahan (W) Ancaman (T).
2. Kuadran II (positif, negatif). Meskipun menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah “Diversitas Strategi”, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi yang sebelumnya. Oleh karena itu, organisasi di sarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya.
3. Kuadran III (negatif, positif). Menghadapi peluang yang sangat besar tetapi di lain pihak masih menghadapi beberapa kelemahan internal. Strategi yang dapat di ambil adalah meminimalkan kelemahan yang ada sehingga peluang dapat dimanfaatkan. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah “Ubah Strategi”, artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.
4. Kuadran IV (negatif, negatif). Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan. Disatu sisi menghadapi ancaman eksternal dan sisi lain menghadapi kelemahan internal. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah “Strategi Bertahan”, artinya kondisi internal organisasi berada pada pilihan

dilematis. Oleh karena itu organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri (Ringkuti dalam Fauzi, 2018:88-90)