

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian di PT. Daya Boho Mandiri, Jalan Lap. Tembak No. 64, Rt 003 Rw 002, Cibubur, Kec. Ciracas, Kota Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta pada Bulan April sampai dengan bulan Juli

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No.	Kegiatan	April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal																
2	Pengajuan Izin Penelitian																
3	Pengumpulan Data																
4	Pengolahan Data																
5	Analisis dan Evaluasi																
6	Penulisan Laporan																
7	Seminar Hasil Penelitian																

### 3.2 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Suwarsa & Hasibuan (2021), metode penelitian merupakan salah satu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ini berhubungan erat dengan prosedur, teknik, alat serta desain penelitian yang diperuntukkan dalam penelitian. Desain penelitian harus cocok dan sejalan dengan penelitian yang digunakan. Prosedur dan teknik serta alat yang akan digunakan dalam penelitian juga harus cocok dengan metode penelitian yang ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode

kualitatif. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, dan digunakan untuk meneliti objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisa data bersifat induktif/deduktif, pada penelitian kualitatif hasil penelitian lebih menekankan kepada pemahaman makna dan mengonstruksi fenomena daripada generalisasi.

Dikatakan kualitatif karena penelitian ini berusaha untuk dapat menjelaskan objek yang relevan dengan fenomena atau masalah yang ada di lapangan. Pada penelitian kali ini peneliti berusaha menguraikan secara rinci mengenai Analisa Strategi Peningkatan Daya Saing Pada PT. Daya Boho Mandiri.

### **3.3 Informan Penelitian**

Informan (narasumber) penelitian yaitu merupakan seseorang yang mempunyai sebuah informasi (data) yang mumpuni mengenai objek yang sedang dalam penelitian, dimintai informasi tentang objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan informan untuk menjawab dan memberikan informasi kepada peneliti. Informan memiliki kualitas dan motifnya. Bukan tidak mungkin akan ditemukan pertentangan nilai maupun pertentangan antara maksud dan tujuan dari informan dan peneliti (Sugiyono, 2019:54).

### **3.4 Sumber Data**

Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari informasi yang didapat langsung dari proses wawancara dan melakukan observasi langsung di lapangan. Data sekunder didapatkan dari hasil dokumentasi perusahaan, buku, dan jurnal ilmiah (Sugiyono, 2019:455).

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, dikarenakan tujuan utama dalam penelitian yaitu mendapatkan data yang diperlukan. Jika tidak mengetahui cara/teknik dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian, peneliti tidak akan bisa mendapatkan data yang dapat memenuhi standar yang sudah ditetapkan. Beberapa cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan dengan:

1. Observasi, yaitu teknik alami yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data terkait tindakan dan perilaku. Observasi dilakukan dengan kegiatan di lapangan untuk dapat melihat apa yang dilakukan oleh para karyawan dan konsumen. Selain itu observasi dapat menjelaskan, menganalisis serta menginterpretasikan apa yang dilihat oleh seseorang. Adapun pendekatan observasi yang dilakukan dalam pengumpulan data melalui teknik observasi. Menurut Makbul (2021:14) observasi merupakan suatu kemampuan manusia untuk menggunakan seluruh panca inderanya untuk memperoleh hasil dari fungsi panca indra utama yaitu mata untuk memperoleh suatu data atau informasi.
2. Wawancara, wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data melalui atas media suara dengan tatap muka, data yang akan dikumpulkan akan menggunakan alat dari perekam dan suatu catatan menurut Yusuf (2019:194) secara sederhana wawancara merupakan suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dengan narasumber yang mempunyai sebuah informasi dengan melalui komunikasi langsung atau bisa dikatakan bahwa wawancara adalah sebuah percakapan tatap muka antara pencari informasi dengan sumber informasi.
3. Dokumentasi, Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan dalam memperoleh data serta informasi dalam bentuk arsip, buku, tulisan dan gambar yang berupa laporan dan keterangan yang bisa mendukung suatu penelitian.

Studi Pustaka, studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis serta referensi lain yang berkesinambungan dengan nilai, budaya serta norma yang berkembang pada keadaan sosial yang berlangsung dalam penelitian, hal ini disebabkan karena penelitian tidak lepas dari sumber-sumber literatur ilmiah yang sudah ada sebelumnya (Sugiyono, 2018:477).

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2019:480-492) analisis data merupakan suatu proses mencari serta menyusun secara sistematis data yang telah didapat dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan menyusun data kedalam suatu kategori kemudian dijabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilah

mana data primer dan sekunder, kemudian dibuat kesimpulan sehingga dapat dipahami dengan mudah oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis SWOT, serta untuk mendukung penggunaan analisa dalam matriks IFE, EFE, IE dan QSPM. Proses perumusan strategi dilakukan dengan tiga tahapan yaitu, *input stage* (tahap masukan) dengan memakai matriks IFE dan EFE, kemudian dilanjutkan dengan *matching stage* (tahap pencocokan) dengan matriks IE dan SWOT, dan yang terakhir *decision stage* (tahap pengambilan keputusan) untuk menentukan strategi yang terbaik yang akan dipilih dengan menggunakan QSPM.

#### 1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Merupakan suatu alat yang digunakan dalam merumuskan strategi dan evaluasi kekuatan serta kelemahan utama dalam beberapa area fungsional bisnis. Matriks IFE dapat dikembangkan dengan lima langkah, yaitu:

- a. Membuat daftar faktor internal yang telah disebutkan pada audit internal. Memasukkan 10-20 faktor termasuk kekuatan serta kelemahan pada organisasi
- b. Dalam setiap faktor diberikan signifikansi relatif faktor yang berbobot berkisar 0,0 sampai dengan 1,0 untuk menilai keberhasilan *industry*.
- c. Memberi urutan 1 sampai dengan 4 pada setiap faktor untuk mengindikasi faktor-faktor tersebut, 1=sangat lemah, 2=lemah, 3=kuat, dan 4=sangat kuat
- d. Menghitung setiap bobot faktor dengan urutannya untuk menentukan skor bagi semua variabel.
- e. Menjumlahkan seluruh bobot masing-masing dari setiap variabel untuk mendapatkan hasil total organisasi.

Terlepas dari berapa banyak faktor yang akan dimasukkan kedalam IFE, skor total berkisar 1,0 sebagai titik terendah dan 4,0 sebagai nilai tertinggi, dengan nilai rata-rata 2,5 skor di bawah 2,5 menandakan perusahaan yang lemah secara internal, sedangkan nilai diatas 2,5 mengindikasikan nilai internal yang kuat. Untuk penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada tabel

**Tabel 3.2 Internal Factor Evaluation**

Faktor Internal	Bobot				Rating	Jumlah
	R1	R2	R3	R4		
1. Kekuatan						
2. Kelemahan						
Total						

2. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Evaluasi Faktor Eksternal mendapati para penyusun strategi untuk dapat meringkas dan melakukan evaluasi informasi ekonomi, *social*, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum dan teknologi. Matriks ini bisa dilakukan perkembangan dalam lima langkah:

- a. Membuat daftar faktor eksternal utama yang telah disebutkan dan memasukkan 10 sampai dengan 20 faktor termasuk ancaman dan peluang.
- b. Memberikan nilai pada setiap bobot yang berkisar 0,0 sampai dengan 1,0. Bobot itu berfungsi sebagai indikator signifikansi relatif dari suatu faktor kepada keberhasilan suatu perusahaan.
- c. Memberi urutan antara 1 sampai dengan 4 dalam setiap faktor eksternal utama yang berfungsi untuk menunjukkan efisiensi strategi perusahaan untuk merespons faktor tersebut, dimana angka 1=respons di bawah rata-rata, angka 2=respons rata-rata, angka 3=respons diatas rata-rata, dan angka 4=respons sangat baik.
- d. Menghitung bobot setiap faktor dengan urutannya agar dapat menentukan skor.
- e. Menjumlahkan semua skor untuk didapati rata-rata pada setiap variabel agar didapatkan total skor untuk perusahaan.

**Tabel 3.3 External Factor Evaluation**

Faktor Internal	Bobot				Rating	Jumlah
	R1	R2	R3	R4		
3. Peluang						
4. Ancaman						
Total						

### 3. I-EFE (*Internal-External Factor Evaluation*)

I-EFE diposisikan pada berbagai divisi dalam suatu organisasi dalam bentuk Sembilan sel untuk menempatkan divisi dalam sebuah organisasi pada bentuk diagram sistematis. Matriks I-E didasari dengan dua kunci. Skor bobot IFE total dalam sumbu x dan skor bobot EFE total dalam sumbu y. skor total yang didapat dari setiap divisi tersebut dapat memungkinkan susunan matriks IE pada perusahaan.

Matriks IE bisa dibagi menjadi tiga bagian utama yang mempunyai dampak strategi yang berbeda. Pertama, ketentuan untuk divisi yang masuk dalam sel I, II atau IV bisa digambarkan sebagai perkembangan. Strategi yang intens dapat dijadikan salah satu strategi yang paling baik. Kedua, divisi yang ditempatkan dalam sel III, V atau VII bisa ditangani dengan tepat dengan strategi menjaga atau *defense*. Penekanan pada pasar dan pengembangan produk merupakan dua strategi yang sangat banyak digunakan dalam jenis divisi ini. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII atau IX merupakan hasil. Organisasi yang mampu mencapai sel I dalam matriks IE. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel

**Tabel 3.4 Internal-External Factor Evaluation**

I	II	III
IV	V	VI
VII	VIII	IX

#### 4. Analisis SWOT

Evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT, tercakup di sini pemantauan lingkungan pemasaran internal dan eksternal.

##### a. Analisis lingkungan eksternal (analisis peluang dan ancaman)

Suatu unit bisnis bisa memantau kekuatan lingkungan makro (demografi, ekonomi, teknologi, politik-hukum, dan sosial budaya) dan pelaku lingkungan mikro utama (pelanggan, pesaing, saluran distribusi, pemasok) yang mempengaruhi kemampuannya memperoleh laba.

- 1) Peluang pemasaran adalah wilayah kebutuhan atau potensi permintaan pembeli dimana perusahaan dapat menggarapnya secara menguntungkan.
- 2) Ancaman lingkungan adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang kurang menguntungkan, yang akan mengurangi penjualan dan laba jika tidak dilakukan tindakan pemasaran definitif.

##### b. Analisis lingkungan internal (analisis kekuatan dan kelemahan)

Selain mengetahui peluang yang menarik di lingkungannya, unit bisnis perlu juga memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk berhasil memanfaatkan peluang tersebut.

- 1) Kekuatan adalah kekuatan yang ada di perusahaan guna mempertahankan dan memenangkan pasar.
- 2) Kelemahan adalah kelemahan yang ada di perusahaan guna diketahui dan dievaluasi untuk menjadikan perusahaan lebih baik.

##### c. Matriks SWOT

- 1) Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting dengan

mengembangkan empat tipe strategi yaitu: Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

- 2) Strategi WO atau strategi kelemahan-peluang yaitu strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- 3) Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
- 4) Strategi WT atau strategi kelemahan-ancaman yaitu strategi defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

**Tabel 3.5 Matriks SWOT**

Matriks SWOT					
		Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
		1		1	
		2		2	
Peluang (O)		Strategi SO		Strategi WO	
1		1		1	
2		2		2	
Ancaman (T)		Strategi ST		Strategi WT	
1		1		1	
2		2		2	

## 5. 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).

Bentuk dasar – dasar QSPM diilustrasikan pada tabel berikut di bawah, pada kolom kiri dari QSPM mencakup faktor eksternal dan internal utama (dari tahap 1), baris teratas mencakup strategi-strategi alternatif yang masuk akal (dari tahap 2). Secara khusus, kolom kiri QSPM berisi informasi yang diperoleh secara langsung dari Matriks EFE dan IFE. Di kolom yang berdampingan dengan faktor-faktor keberhasilan penting tersebut, mencatat bobot dari masing-masing yang diterima setiap faktor dalam Matriks EFE dan IFE.

Baris teratas QSPM berisi strategi alternatif dari Matriks SWOT dan IE. Alat-alat pencocokan ini biasanya menghasilkan strategi yang serupa. Namun demikian, tidak setiap strategi yang diusulkan oleh teknik pencocokan harus dievaluasi dalam QSPM. Peneliti harus menggunakan penilaian intuitif yang bagus untuk memilih strategi yang hendak dimasukkan dalam QSPM.

**Tabel 3.6 Matrix Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)**

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)				
Alternatif Strategi	Bobot	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3
Faktor-faktor utama				
Faktor-faktor Eksternal utama				
Ekonomi				
Politik/Hukum/Pemerintahan				
Sosial/Budaya/Demografi/Lingkungan				
Teknologi				
Persaingan				
Faktor-faktor Internal Utama				
Manajemen				
Pemasaran				
Keuangan/Akuntansi				
Produksi/Operasi				
Penelitian dan Pengembangan				
Sistem Informasi Manajemen				

Dalam hal ini peneliti memerlukan wawancara dengan pertanyaan :

1. Apa kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan jasa pelaksana konstruksi dalam memenangkan tender proyek konstruksi?
2. Apa kelemahan utama yang menghambat kinerja perusahaan dalam menghasilkan proyek konstruksi yang berkualitas?
3. Apa peluang yang ada di pasar jasa pelaksanaan konstruksi saat ini?
4. Apa ancaman terbesar bagi perusahaan jasa pelaksanaan konstruksi saat ini, seperti persaingan dari pesaing yang lebih besar atau kenaikan harga bahan baku?

5. Bagaimana perusahaan jasa pelaksanaan konstruksi dapat memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas proyek konstruksi?
6. Apa tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan jasa pelaksanaan konstruksi dalam membangun hubungan yang baik dengan klien dan pihak terkait lainnya?
7. Bagaimana perusahaan jasa pelaksanaan konstruksi dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pangsa pasarnya?
8. Apa kebijakan pemerintah atau regulasi yang dapat mempengaruhi bisnis perusahaan jasa pelaksanaan konstruksi?
9. Apa pengaruh perubahan lingkungan ekonomi dan politik terhadap bisnis perusahaan jasa pelaksanaan konstruksi?
10. Bagaimana perusahaan jasa pelaksanaan konstruksi dapat meningkatkan keterlibatan dan motivasi karyawan untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik?