

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dilakukan peneliti yaitu Estrella Clinic tepatnya di Jl.Achmad Sobana No.77a, Tegal Gundil, Bogor Utara. Penelitian ini dilakukan pada Bulan Maret 2024 sampai dengan selesai.

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

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
Observasi awal	■																							
Pengajuan izin		■																						
Persiapan penelitian			■	■																				
Pengumpulan data					■	■	■	■																
Pengolahan data									■	■	■	■												
Analisis dan Evaluasi													■	■	■	■								
Penulisan laporan																	■	■	■	■				
Seminar hasil																					■	■	■	■

Sumber: Jadwal Penelitian (2024)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis Elemen *Business Model Canvas* (BMC), Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity dan Threats*), *Internal factor Evaluation* (IFE), *Evaluation factor external* (EFE), Matriks internal-eksternal (IE), dan *Quantitative strategic planning matrix* (QSPM). Metode kualitatif merupakan persepsi yang mendalam pada fenomena yang diteliti dengan mengkaji fenomena dengan lebih detail pada kasus per kasus sifat masalah yang diteliti bisa berbeda-beda (Syafriada, 2022:41). Serta penelitian deskriptif adalah peneliti yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala ataupun peristiwa kejadian yang sedang terjadi (Febby amaliah, 2023).

3.3 Jenis Data

Peneliti menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder . Hal ini untuk memperkuat data yang akurat dan lengkap dengan penjelasan sebagai berikut:

1. **Data Primer**

Data Primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh penelitian dari sumber aslinya untuk tujuan penelitian tertentu, biasanya data primer diperoleh secara langsung dari observasi, wawancara atau pengamatan lainnya yang dilakukan oleh peneliti.

2. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder bisa berupa data statistik yang merupakan laporan penelitian terdahulu, dokumen atau informasi lainnya yang telah ada sebelumnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperoleh informasi tambahan.

3.4 Narasumber

Narasumber merupakan individu atau sekelompok yang memberikan informasi relevan kepada peneliti mengenai topik penelitian yang akan diteliti nantinya. Sifat informasi relevan yakni informan yang memiliki pengetahuan atau pengalaman dengan subjek penelitian dan berkontribusi yang sangat penting dalam memahami fenomena yang diamati. Adapun yang menjadi informan penelitian dalam penelitian ada enam orang, yaitu:

1. Pemilik usaha Estrella Clinic berjumlah 1 orang (Owner).
2. Karyawan-karyawan yang bekerja di Estrella Clinic berjumlah 5 orang (Marketing, Administrasi, Beauty, Trainer, Koordinasi Klinik)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan alat untuk memperoleh data dilapangan, berikut Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan :

1. **Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku, interaksi atau kejadian yang terjadi di lapangan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam

tentang fenomena yang diamati tanpa mempengaruhi atau mengubahnya. Peneliti yang datang ke tempat kegiatan melakukan pengamatan untuk mengukur kejadian yang berlangsung di Estrella Clinic.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dimana peneliti bertemu langsung dengan individu atau kelompok untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban secara verbal. Hal ini dilakukan yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman, pandangan atau sikap subjek terkait dengan topik penelitian terutama sumber-sumber yang mengetahui tentang Estrella Clinic seperti mewawancarai Owner.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan kepada responden untuk mendapatkan jawaban. Informan pada penelitian ini adalah karyawan Estrella Clinic (Marketing, Administrasi, Beauty, Trainer, Koordinasi Klinik).

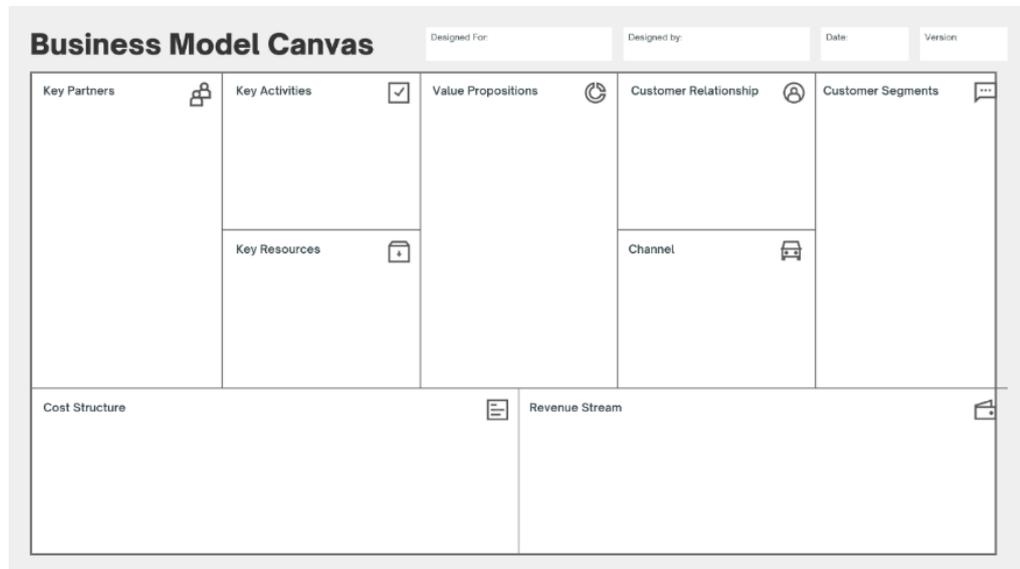
3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan perumusan strategi bisnis pada Estrella Clinic maka peneliti melakukan identifikasi model bisnis yang menggunakan Business Model Canvas (BMC), Analisis SWOT dengan Elemen BMC, Analisis faktor internal dan faktor eksternal yang ada di Estrella Clinic. Kemudian, dilakukan menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, SWOT, dan QSPM. Hal ini untuk mengetahui hasil analisis alternatif strategi yang dapat digunakan oleh Estrella Clinic.

3.7 *Business Model Canva* (BMC)

Business Model Canvas yaitu untuk merancang dan mengkomunikasikan model bisnis sebuah Perusahaan. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2014) *Business Model Canvas* adalah Bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis yang terdiri dari sembilan elemen. Dimana Osterwalder mambagi sembilan sekat yang merupakan elemen-elemen dasar untuk menunjang sebuah perencanaan. Sembilan yang di maksud yaitu *customer segments*, *value*

propositions, channel, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership dan cost structure. Berikut gambar terhadap struktur model bisnis kanvas yang akan dilaksanakan :



Gambar 3.1 *Business Model Canvas (BMC)*

Sumber : Osterwalder & Pigneur

3.8 Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Menurut S Riyanto, dkk (2020) menjelaskan bahwa Matrik IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah, sebagai berikut :

1. Membuat daftar faktor internal kunci seperti yang diidentifikasi dalam proses audit internal. total 13 faktor termasuk kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya.
2. Memberi angka setiap faktor berat yang berkisar 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Jumlah semuanya dan bobot harus sama dengan 1,0.
3. Memberi peringkat antara 1 sampai 4 masing-masing faktor Internal kunci untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat menanggapi faktor tersebut, Dimana :

4 = respon lebih unggul

3 = respon di atas rata-rata

2 = respon rata-rata

1 = respon dibawah rata-rata.

Catatan : kekuatan nilai ratingnya 3 atau 4 dan kelemahan nilai ratingnya 1 atau 2 rating. Rating demikian berbasis perusahaan, sedangkan dalam angka 2 adalah berbasis industri.

4. Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
5. Menjumlahkan hasil skor di setiap variabel faktor internalnya guna menentukan bobot total skor untuk organisasi.

Tabel 3. 2 Matrik IFE (internal factors evaluation)

KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
Kekuatan 1			
Kekuatan 2			
Kekuatan 3			
Kekuatan 4			
KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
Kelemahan 1			
Kelemahan 2			
Kelemahan 3			
Kelemahan 4			
Total skor pembobotan			

Sumber : David (2016)

3.9 Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Menurut MJ Sembring, D Fatihudin (2020:255) Dan kompetitif. EFE matrik dapat dikembangkan dalam lima langkah

1. Membuat daftar faktor eksternal kunci seperti yang diidentifikasi dalam proses audit eksternal. Sertakan total 15 sampai 20 faktor termasuk peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya.
2. Memberi angka di setiap faktor berat yang berkisar 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Berat menunjukkan kepentingan negative dari faktor yang menjadi sukses di negative perusahaan.
3. Memberi peringkat antara 1 sampai 4 masing-masing faktor eksternal kunci untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat menanggapi faktor tersebut, Dimana :

- 4 = respon lebih unggul
- 3 = respon di atas rata-rata
- 2 = respon rata-rata
- 1 = respon dibawah rata-rata.

4. Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
5. Menjumlahkan hasil skor di setiap variabel faktor eksternalnya guna menentukan bobot total skor untuk organisasi.

Skor dengan total 4,0 menunjukkan bahwa organisasi merespon dengan cara yang luar biasa untuk peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif memanfaatkan peluang yang ada dan meminimalkan dampak negative dari ancaman eksternal. Dan total skor 1,0 menunjukkan bahwa strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman eksternal.

Tabel 3. 3 Matrik EFE (external factors evaluation)

KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
Kekuatan 1			
Kekuatan 2			
Kekuatan 3			
Kekuatan 4			
KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
Kelemahan 1			
Kelemahan 2			
Kelemahan 3			
Kelemahan 4			
Total skor pembobotan			

Sumber : David (2016)

3.10 Matriks IE (Internal dan Eksternal)

Menurut E.Maulida,dkk (2020) menyatakan bahwa pembuatan Matrik IE terdiri dari dua Faktor dan satu untuk tahap pencocokan. Dengan mengikuti langkah-langkah dalam pembuatan Matriks IE perusahaan dapat mengevaluasi posisi strategis yang sesuai untuk mencapai tujuan bisnis. Berikut gambar Matriks IE, yaitu :

		Total Nilai IFE		
		Kuat 3,0 - 4,0	Rata-rata 2,0 - 2,9	Lemah 1,0-1,9
Total Nilai EFE	Tinggi 3,0 - 4,0	SEL I Grow & Build	SEL II Grow & Build	SEL III Hold & Maintain
	Sedang 2,0 - 2,9	SEL IV Grow & Build	SEL V Hold & Maintain	SEL VI Harvest or Divest
	Rendah 1,0 - 1,9	SEL VII Hold & Maintain	SEL VIII Harvest or Divest	SEL IX Harvest or Divest

Gambar 3. 2 Matriks IE

Sumber : E.Maulida,dkk (2020)

Berikut langkah-langkah dalam pembuatan Matriks IE:

1. Pada Sumbu X dari nilai Skor total IFE ditempatkan di sumbu horizontal (internal).
2. Pada Sumbu Y dari nilai Skor total EFE ditempatkan di sumbu vertikal (eksternal).
3. Setelah mendapatkan nilai Sumbu X dan Y, simpan nilai skor pada Matriks IE terdiri dari 9 sel yang terbagi menjadi 3, tentukan nilai IE dari gabungan Nilai IFE dan EFE.
4. Plot skor pada nilai X dan Y, yaitu : rendah (1,0-1,9), sedang (2,0-2,99), tinggi (3,0-4,0).

3.11 *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

Menurut A.Ma'ruf (2022) menjelaskan mengenai langkah-langkah yang diperlukan dalam menyusun QSPM :

1. Membuat daftar faktor eksternal (kesempatan/ancaman) dan faktor internal (kekuatan/kelemahan) di sebelah kiri dari kolom matrik QSPM.
2. Memberi bobot untuk setiap faktor eksternal dan internal.
3. Menganalisis matrik yang sesuai dari langkah kedua dengan mengidentifikasi strategi alternatif yang harus diimplementasikan.
4. Memberikan Skor daya tarik/As (*attractiveness score*) dengan rentang skor sebagai berikut :

Skor 1 = tidak memiliki daya tarik.

Skor 2 = daya tariknya rendah.

Skor 3 = daya tariknya sedang.

Skor 4 = daya tariknya tinggi.

5. Mengalikan bobot dengan skor Skor daya tarik/As (*attractiveness score*) pada masing-masing faktor eksternal/internal pada setiap strategi untuk mendapatkan nilai TAS (*total attractiveness score*)
6. Jumlahkan TAS untuk melihat strategi TAS yang tertinggi untuk diutamakan dalam implementasikan.

Tabel 3. 4 Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)

Faktor	Bobot	Alternatif strategi			
		Strategi I		Strategi II	
		AS	TAS	AS	TAS
Faktor					
Faktor					

Sumber : David (2016)