

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini di Aries Biru Group Hotel & Villa yang berlokasi di Jl. Hanakam No.168, Jogjogan, Cisarua Km.82, Kab. Bogor 16750 yang dilakukan pada bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022 dengan jadwal pelaksanaan penelitian sesuai Tabel 3.1. berikut:

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	Persiapan Penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan Data													■											
6	Analisis Dan Evaluasi													■	■										
7	Penulisan Laporan															■	■	■	■	■	■	■			
8	Seminar Hasil																						■	■	

Sumber : Penelitian (2022)

1.2. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan bertujuan menggambarkan keadaan atas fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat-sifat populasi atau wilayah tertentu. Menurut Sugiyono (2015:53) definisi metode deskriptif adalah sebagai berikut :

“Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdisi sendiri, bukan variabel independen karena jika variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen)”

Proses pengumpulan data terdiri dari dua sumber yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misalnya melalui kuesioner atau wawancara yang kemudian perlu diolah lebih lanjut. Adapun sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2016:137).

1.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan oleh penulis untuk memperoleh informasi atau data-data yang relevan dengan objek penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Riset Keperpustakaan (*Library Research*)

Penelitian atau kegiatan pengumpulan data dengan jalan membaca, menelaah dan memahami isi dari buku, literatur-literatur ilmiah dan bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan strategi perusahaan.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara meninjau langsung pada perusahaan sebagai objek penelitian dengan adanya penelitian lapangan ini, data yang diperoleh dapat diyakini kebenarannya. Dalam penelitian ini sebelum masuk ke penelitian pokok, terlebih dahulu penulis mengadakan penelitian pendahuluan sebagai gambaran untuk mengetahui keadaan umum perusahaan. Langkah berikutnya mengadakan penelitian pokok dengan mengumpulkan data dan informasi perusahaan yang dibutuhkan untuk analisis. Objek penelitian ini adalah pelaku kegiatan dan aktifitas pada usaha jasa akomodasi Aries Biru Group Hotel & Villa. Subjek atau sampel pada penelitian ini adalah keseluruhan pelaku yang berhubungan langsung dengan tema penelitian. Sampel yang digunakan pada penelitian ini bersifat *non-probability sampling* dimana pengambilan sampel secara tidak acak melalui teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan tujuan tertentu dari peneliti yaitu karyawan perusahaan yang dinilai mempunyai pengetahuan dan relevan dengan penelitian yang mencakup *General Manager, Operational Manager, Supervisor, Staff Sales & Marketing*.

Secara keseluruhan, responden atau narasumber dalam penelitian ini jumlah responden n – 5 orang.

Untuk memperoleh data tersebut penulis menggunakan beberapa cara yaitu :

a. Pengamatan (*Observasi*)

Penelitian dilakukan dengan mengadakan peninjauan atau pengamatan langsung ke lokasi perusahaan.

b. Kuesioner

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner merupakan satu teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Dalam kuesioner ini nantinya akan digunakan model pertanyaan tertutup, yakni bentuk pertanyaan yang sudah disertai alternatif jawaban sebelumnya, sehingga responden dapat memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut.

1.4. Pengolahan dan Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah secara kualitatif dan kuantitatif. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan *Software* Microsoft Excel 2013 sebagai alat bantu hitung dan melakukan verifikasi hasil. Analisis data pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan berikut :

- a. Mengidentifikasi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) perusahaan melalui analisis fungsional, serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan melalui lingkungan jauh dan lingkungan industri.
- b. Menganalisis aspek pada lingkungan internal perusahaan dan merumuskannya ke dalam matrik IFE. Tahapan kerja matrik IFE tidak jauh berbeda dengan matriks EFE, tahapannya bias dilakukan sebagai berikut:
 - a. Membuat daftar *critical success factors* untuk aspek kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).
 - b. Menentukan bobot (*weight*) dari *critical success factors* tadi dengan skala lebih tinggi bagi yang berpotensi tinggi dan begitu juga sebaliknya. Jumlah

seluruh bobot harus sebesar 1,0. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya

c. Memberi rating (nilai) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor yang memiliki nilai :

- 1 = Sangat Lemah
- 2 – Tidak Begitu Lemah
- 3 = Cukup Kuat
- 4 = Sangat Kuat

Jadi rating mengacu pada kondisi perusahaan, sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada

d. Mengalikan antara bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.

e. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal, perusahaan adalah lemah. Seperti halnya pada matriks EFE, matriks IFE terdiri dari banyak faktor. Jumlah faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena matriks IFE selalu berjumlah 1,0.

c. Menganalisis aspek pada lingkungan eksternal perusahaan dan merumuskannya ke dalam matriks EFE. Tahapan kerja matriks EFE dapat dikembangkan melalui lima langkah berikut :

a. Membuat daftar *critical success factors* (faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha) untuk aspek eksternal yang mencakup perihal *opportunities* (peluang) dan *treats* (ancaman) bagi perusahaan.

b. Membuat bobot (*weight*) dan *critical success factors* tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan juga sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya.

c. Menentukan rating setiap *critical success factor* antara 1 sampai dengan 4, dimana:

- 1 = tidak merespon

- 2 = sedikit merespon
- 3 = merespon
- 4 = sangat merespon

Rating ditentukan berdasarkan efektivitas strategi perusahaan. Dengan demikian nilainya didasarkan pada kondisi perusahaan.

- d. Melakukan perkalian nilai bobot dengan nilai rating-nya untuk mendapatkan semua *critical success factors*.
- e. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Skor total 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon dengan cara yang luar biasa terhadap peluang-peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Sementara itu, skor sebesar 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang yang ada atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.
- d. Tahapan pencocokan alternatif strategi dengan menggunakan hasil pembobotan Matrik IFE dan Matrik EFE dengan sumbu X dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y dari matriks IE merupakan skor bobot total Matriks EFE. Hasil pengolahan terdiri dari 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yaitu:
 - a. Rekomendasi untuk divisi yang masuk dalam sel I, II atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan kembangkan. Strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integrative (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal) dapat menjadi paling sesuai untuk divisi-divisi ini.
 - b. Divisi yang masuk dalam sel III, V dan VII dapat dikelola secara terbaik dengan strategi jaga dan pertahankan.
 - c. Rekomendasi yang umum diberikan untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VII dan IX adalah tuai atau divestasi.
- e. Memformulasikan strategi menggunakan matriks SWOT dengan mengacu pada matriks IFE dan matriks EFE. Tahapan pengambilan keputusan dapat digunakan Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan yang dapat di tempuh melalui wawancara para

professional di perusahaan tersebut yang dinilai kompeten dan relevan dalam proses dengan tema pengambilan keputusan tersebut. Setelah mengetahui faktor-faktor tersebut maka selanjutnya adalah proses pembuatan matriks SWOT. Cara-cara menemukan matriks SWOT menurut David (2016:172) yaitu:

- a. Membuat daftar kekuatan internal
 - b. Membuat daftar kelemahan internal
 - c. Membuat daftar peluang eksternal
 - d. Membuat daftar ancaman eksternal
 - e. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat strategi resultan SO dalam sel yang sesuai
 - f. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat strategi resultan WO
 - g. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat strategi resultan ST
 - h. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat strategi resultan WT
- f. Perhitungan QSPM didasarkan kepada input dari bobot matriks internal eksternal serta alternatif strategi untuk menemukan daya Tarik relatif dari alternatif tindakan yang tersedia dan alternatif tindakan terbaik dapat diputuskan. Langkah penyusunan matriks QSPM adalah sebagai berikut:
- a. Membuat daftar peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE.
 - b. Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal (bobot yang diberikan sama dengan bobot pada matriks EFE dan IFE)
 - c. Evaluasi matriks tahap 2 (pencocokan) dan indentifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan.
 - d. Menentukan nilai daya tarik (*Attractive Scores-AS*) diidentifikasi sebagai angka yang mengidentifikasi daya tarik relatif masing-masing strategi dalam setiap alternatif tertentu dengan jangkauan untuk nilai daya tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 sangat menarik.

- e. Menghitung total daya Tarik (*Total Attractive Scores-TAS*) yang diperoleh dengan mengalikan bobot dengan *attractive scores*.
- f. Menghitung penjumlahan total daya tarik. Nilai TAS yang tertinggi menunjukkan bahwa strategi tersebut merupakan strategi terbaik untuk diprioritaskan.