

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis pendekatan pada penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Afrizal (2016;13), metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk pada jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu CV.Terimakasih yang berada di desa Indrodelik, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Dabbs (Berg dalam Afrizal, 2016;14), makna dari kata kualitas yang melupakan asal dari kata kualitatif, adalah hakikat dari sesuatu. Sedangkan Strauss

dan Corbin (dalam Afrizal, 2016;12) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Menurut Moleong (2017;157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, dan foto yang diperoleh dari CV. Terimakasih.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengambilan data pada penelitian ini yaitu dengan cara wawancara, pengamatan, dan penggunaan dokumen atau dokumentasi (Sugiyono, 2015: 225)

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua orang, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang menjawab pertanyaan tersebut. Moleong (2017;186) mendefinisikan bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara

(*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

2. Pengamatan

Teknik pengamatan memungkinkan untuk melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya. Pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proporsional maupun pengetahuan yang langsung diperoleh dari data. Menurut Sugiyono (2016:203) observasi atau pengamatan merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang terkumpul dari berbagai proses biologis dan psikologis.

3. Penggunaan Dokumen

Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dokumentasi merupakan proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan; pemberian atau pengumpulan bukti dari keterangan seperti gambar, kutipan, dan bahan referensi lain.

3.5 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subyek atau sasaran penelitian. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah, dan waktu tertentu. Unit analisis merupakan satuan

yang teliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda, atau suatu latar peristiwa sosial seperti aktivitas individu atau kelompok sebagai subyek penelitian. Unit analisis pada penelitian ini adalah organisasi. Organisasi yang dijadikan sebagai unit analisis dalam penelitian ini adalah :

1. Pemilik sekaligus pimpinan dari CV. Terimakasih.
2. Wakil manajemen dan Administrasi & keuangan CV. Terimakasih.
3. Karyawan bagian produksi CV. Terimakasih.

3.6 Key Informan

Informan adalah orang atau pelaku yang benar-benar mengerti dan paham tentang suatu masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Berdasarkan keterangan tersebut, wawancara dilakukan kepada informan yang terkait dalam penelitian, yaitu

1. pemilik sekaligus pimpinan dari CV. Terimakasih.
2. Wakil manajemen dan Administrasi & keuangan CV. Terimakasih.
3. Karyawan bagian produksi CV. Terimakasih.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Freddy Rangkuti (2005;18-19) mengatakan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *strengths* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan *weakbesses* (kelemahan) dan *threats* (ancaman). Penelitian

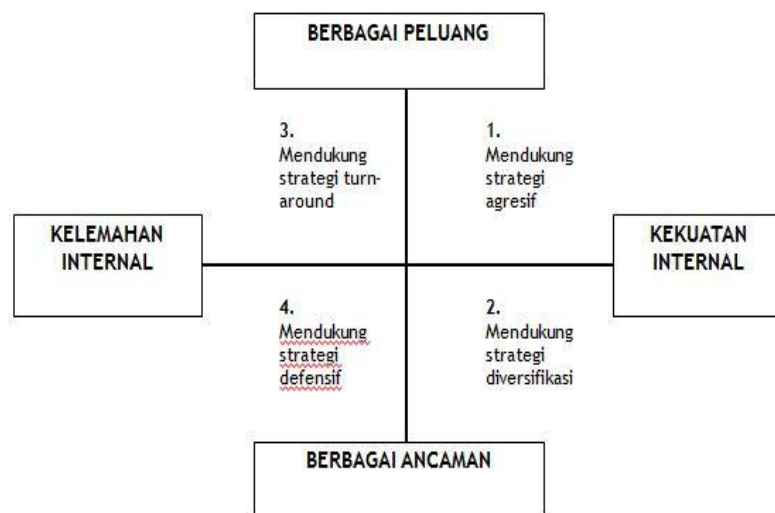
menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Untuk menganalisis lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT.

a. Faktor Eksternal

Opportunities and threats (O and T) terbentuk dai pengaruh faktor eksternal mempengaruhi. dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan.

b. Faktor Internal

Sedangkan *strengths* dan *weaknesses* (S dan W) dipengaruhi oleh Faktor internal. Faktor internal menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, hal tersebut dapat mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan.



Sumber : Freddy Rangkuti (2008;19)

Gambar 3.1
Analisis SWOT

a. Kuadran 1

situasi pada kuadran 1 ini adalah situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

b. Kuadran 2

Perusahaan dapat menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

c. Kuadran 3

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak dia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

d. Kuadran 4

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman pada aspek eksternal dan kelemahan pada aspek internal.

Tabel 3.1
Matriks SWOT

		FAKTOR INTERNAL	
		STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
FAKTOR EKSTERNAL	OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO (strength-Opportunity)	STRATEGI WO (Weaknesses-Opportunities)
	THREATS (T)	STRATEGI ST (Strength-Threats)	STRATEGI WT (Weaknesses-Threats)

Sumber : Irham Fahmi (2014;356)

Ada 4 strategi pilihan yang dapat dipakai dalam melihat persepsi responden, terhadap berbagai kemungkinan dalam pengambilan keputusan kebijakan yang dapat dilakukan. Hasil kombinasi interaksi strategi SO, WO, ST dan WT seperti diuraikan diatas menunjukkan hasil interaksi antara strategi internal dan strategi eksternal dapat menunjukkan strategi dominan terbaik untuk solusi yang dipilih sebagai strategi andalan. Dalam analisis matriks SWOT terjadi interaksi penggabungan dari strategi yang meliputi kombinasi interaksi strategi internal-eksternal yang terdiri dari :

1. Strategi SO

Strategi SO yaitu perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan peluang. Perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik-baiknya.

2. Strategi WO

Perusahaan harus membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.

3. Strategi ST

Perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal manajemen, sistem pemasaran, maupun kemampuan finansial untuk mengatasi ancaman.

4. Strategi WT

Perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

3.7.1 Faktor Strategi Eksternal

Jika manajer strategis telah menyelesaikan analisis faktor-faktor strategis eksternalnya (peluang dan ancaman), perusahaan juga harus menganalisis faktor-faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan). Jadi, sebelum strategi diterapkan perencanaan strategi harus menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Berikut ini merupakan cara-cara penentuan Strategi Faktor Eksternal (EFAS) menurut Freddy Rangkuti (2008;22-23):

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang

bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk mendapatkan 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. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. 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.

Tabel 3.2
EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING	KOMENTAR
PELUANG :				
-				
-				
-				
-				
ANCAMAN:				
-				
-				
-				
-				
TOTAL				

Sumber : Freddy Rangkuti (2008;24)

3.7.2 Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, tabel IFAS disusun untuk merumuskan strategi-strategi internal tersebut dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahapnya adalah :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00.)
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberi skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan dengan variabel yang negative, sebaliknya.
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. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

6. 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 .

Tabel 3.3
IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING	KOMENTAR
KEKUATAN :				
-				
-				
-				
-				
KELEMAHAN:				
-				
-				
-				
-				
TOTAL				

Sumber : Freddy Rangkuti (2008;25)

3.7.8 Matriks Internal Eksternal (IE)

Matriks internal eksternal dikembangkan dari model *General Electric* (GE-Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail.

		TOTAL RATA – RATA TERTIMBANG IFE		
		Kuat	Rata – Rata	Lemah
		3,0-4,0	2,0-2,99	1,0-1,9
TOTAL RATA – RATA TERTIMBANG EFE	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	2,0-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Menengah

Sumber : Fred R David. *Manajemen Strategis (Jakarta: Salemba Empat, 2011;344)*

Gambar 3.2
Matriks IE (Internal Eksternal)

Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total skor bobot IFE pada sumbu x dan total bobot skor EFE pada sumbu y. Pada sumbu x dari matriks IE, skor bobot IFE total 1,0 - 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah. Untuk skor 2,0 – 2,99 dianggap sedang, dan skor 3,0 - 4,0 adalah kuat, begitu juga bobot pada sumbu y sama dengan sumbu x.

Matriks IE dibagi menjadi 3 bagian besar yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda-beda. Pertama, ketentuan untuk divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun. Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi tersebut. Kedua, divisi yang masuk

dalam sel III, V, atau VII dapat ditangani dengan baik menggunakan strategi menjaga dan mempertahankan, strategi pasar dan pengembangan produk adalah strategi yang banyak digunakan dalam divisi ini. Ketiga, 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.

3.8 Keabsahan Data

untuk melakukan analisa untuk keabsahan data yang telah diperoleh, maka digunakan teknik triangulasi data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (sugiyono, 2010;125). Dengan demikian ada triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu, berikut penjelasannya:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan yang dipimpin, ke atasan yang menugasi, dan ke teman kerja yang merupakan kelompok kerja sama. Data dari ke tiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti pada penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti

sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data tersebut.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

3. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan cara wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Untuk mendapatkan data yang valid, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi waktu. Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari

pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.