

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu langkah penulisan dalam melakukan pembahasan tugas akhir. Langkah-langkah tersebut diharapkan akan dapat membantu ataupun memberikan gambaran tentang alur ataupun urutan-urutan berfikir secara logis hingga dapat memberikan gambaran secara jelas dan sistematis.

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahap awal dalam metodologi penelitian ini. Di tahap ini peneliti melakukan studi pendahuluan dengan terjun langsung ke perusahaan. Disini peneliti akan menemukan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan, dari berbagai masalah yang ditemukan peneliti kemudian memilih satu masalah untuk menjadi permasalahan dalam penelitian ini, untuk kemudian dicari solusi penyelesaiannya.

3.2 Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan berdasarkan pengamatan dan pencarian pemecahan cara penyelesaian dengan cara yaitu antara lain :

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui dan mempelajari keadaan perusahaan maupun konsumen dengan cara mengumpulkan data yang mempunyai ciri spesifik misalnya dengan kuesioner.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, wawancara ditujukan kepada pimpinan cabang PT Asuransi Sinar Mas Gresik dan juga karyawan-karyawan di perusahaan.

3.3 Studi Literatur

Studi literatur yaitu kegiatan untuk mengumpulkan informasi-informasi dari beberapa referensi yang relevan dengan permasalahan yang akan dibahas. Tujuannya adalah untuk memperluas serta memperdalam wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Teori tersebut sebagai dasar dalam melakukan pengolahan data dan analisa hasil pengolahan data.

3.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dimaksudkan agar peneliian yang akan dilakukan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dan tidak menyimpang. Selain itu perumusan masalah juga berfungsi untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan. Pada penelitian kali ini permasalahan yang menjadi objek penelitian adalah bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan perusahaan di PT Asuransi Sinar Mas cabang Gresik.

3.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui kondisi perusahaan saat ini berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan serta memberikan usulan strategi pemasaran yang paling tepat untuk meningkatkan volume penjualan.

3.6 Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang akan dibutuhkan untuk penelitian ini. Peneliti mengumpulkan data analisis lingkungan perusahaan yaitu:

a. Analisis Lingkungan Perusahaan

- menentukan variabel faktor internal dan variabel faktor eksternal
- penyusunan kuesioner faktor internal dan faktor eksternal untuk menentukan strategi pemasaran yang baik di PT Asuransi Sinar Mas cabang Gresik

b. Penentuan responden

Dalam penelitian kali ini, menentukan responden untuk menggali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mana 30 responden tersebut antara lain karyawan PT Asuransi Sinar Mas,, Marketing leasing, Marketing Bank, agen asuransi Sinar Mas dan konsumen. Dalam penentuan bobot penilaian akan dilakukan Pimpinan Wilayah, Pimpinan Cabang, Marketing Head, dan Marketing yang mana akan menjadi expert dalam penelitian ini.

c. Penyerahan Kuesioner kepada responden

Penyerahan kuesioner akan dilakukan di jam produktif yaitu jam 09:00 s/d jam 14.00. untuk teknik penyebaran kuesioner akan di lakukan secara direct.

3.7 Pengolahan Data

Data-data yang diperoleh akan digunakan pada pengolahan data yang didalamnya meliputi kegiatan-kegiatan berikut :

1. Perancangan Matriks IFE & EFE
2. Penentuan bobot dan rating

Penentuan bobot masing-masing faktor internal dan eksternal kemudian proses pemberian rating berguna untuk proses pembuatan matrik internal dan matrik eksternal.

3. Penentuan skor

Menghitung jumlah skor pembobotan. Nilai ini adalah untuk memetakan posisi organisasi pada diagram analisa SWOT.

4. Perancangan Matriks SWOT

Matrik SWOT adalah pembuatan matrik yang berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh PT Asuransi Sinar Mas cabang Gresik yang diperlukan untuk perumusan alternatif strategi.

5. Penentuan strategi pemasaran

Menentukan strategi pemasaran yang terbaik bagi perusahaan untuk bisa digunakan dalam pemasaran produknya ada pun langkah- langkahnya adalah

- a) Mengidentifikasi IFE dan EFE yang mempengaruhi penjualan kemudian dari identifikasi eksternal dan internal faktor akan dilakukan penilaian terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui analisis SWOT.
- b) Dari analisis SWOT akan dilakukan penilaian prioritas faktor yang akan dilakukan peningkatan melalui penilaian bobot dengan AHP, yang mana dip roses identifikasi dan peningkatan tersebut melibatkan Manager penjualan, Sales dan Agent.
- c) Dari hasil penilaian yang merupakan prioritas tersebut maka akan dirancang kombinasi yang cocok dalam rangka peningkatan penjualan.

3.8 Analisa dan Pembahasan

Pada tahap ini data yang diperoleh dari responden akan diidentifikasi dan dikelompokkan menjadi faktor-faktor strategis internal dan eksternal. Pembobotan faktor internal dan eksternal melalui metode perbandingan berpasangan. Setelah alternatif strategi dibuat maka untuk memprioritaskan alternatif tersebut digunakan metode AHP, langkah langkah penyelesaiannya sebagai berikut

a. Analisis matriks IFE, EFE

Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang diberi bobot dan rating, jumlah ini menunjukkan bahwa PT Asuransi Sinar Mas berada pada posisi rata-rata, yang berarti saat ini perusahaan memiliki kondisi atau kemampuan internal yang rata-rata dala memanfaatkan kekuatan dan mengatasi masalah usaha yang ada

Identifikasi terhadap faktor-faktor strategi eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap strategi perusahaan. Setelah pemberian bobot dan nilai rating, maka diperoleh hasil analisis dari matriks *EFE* berdsarkan matriks *EFE* tersebut dapat diketahui bahwa kondisi atau kemampuan eksternal perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman

b. Analisis bobot dan Rating

Dalam pemberian bobot dan rating. Nilai bobot tersebut berdasarkan pada faktor-faktor internal dan eksternal manakah yang tidak penting sampai yang penting yang kemungkinan memberikan dampak pada faktor strategis. Sedangkan nilai rating yang diberikan antara 4 sampai 1 tersebut berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan

c. Analisis Matrik I-E

Matriks *IE* didasarkan pada dua dimensi kunci : skor bobot IFE total pada sumbu x dan skor bobot EFE total pada sumbu y. Pada sumbu x dari matrik *IE*, skor bobot IFE total 1,0 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, skor 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang, dan skor 3,0 sampai 4,0 adalah kuat. Sama dengan pada sumbu x, pada sumbu y, skor bobot EFE total

d. Analisis Matriks Swot

Penentuan alternatif strategi yang sesuai bagi PT Asuransi Sinar Mas adalah dengan membuat matrik *SWOT*. Matrik tersebut dibangun berdasarkan faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang dimiliki PT Asuransi Sinar Mas. Berdasarkan matrik *SWOT* tersebut maka dapat disusun empat strategi utama yaitu strategi *SO*, strategi *WO*, strategi *ST* dan strategi *WT*. Dimana masing-masing strategi tersebut memiliki karakteristik tersendiri dan hendaknya dalam implementasi strategi selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain

e. Analisis Strategi Pemasaran

Dari hasil matrik *SWOT* tersebut maka didapatkan empat strategi utama yaitu strategi *SO*, strategi *WO*, strategi *ST*, dan strategi *WT*, dimana dari empat strategi tersebut akan diberi pembobotan dengan *AHP* untuk menentukan prioritas alternatif strategi manakah yang akan digunakan

3.9 Kesimpulan dan Saran

Tahap ini akan dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil analisa dan penelitian yang dilakukan serta akan diberikan masukan dan saran-saran yang bersifat membangun.

Gambar 3.1Flowchart Skenario Penyelesaian.