

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif (deskriptif). Penelitian ini menekankan pada penyajian data, menganalisis dan menginterpretasikan data. Menurut Marzuki (2008:8) penelitian deskriptif hanya untuk memperoleh gambaran secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta permasalahan yang diteliti. Analisis deskriptif juga digunakan untuk mengidentifikasi visi, misi dan tujuan kelompok usaha tersebut. Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan melukiskan keadaan objek atau persoalannya dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang cenderung umum.

Sedangkan menurut Martini (1996:73) metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki, dengan menggambarkan ataupun melukiskan suatu keadaan objek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana keadaan yang sebenarnya.

Pada penelitian ini My Green Laundry sebagai objek penelitian akan digambarkan keadaan lingkungan internal maupun eksternal nya, kemudian data-data yang telah terkumpul akan diteliti dan dianalisis untuk mengetahui peranan *five force strategy Porter* maupun mengenai SWOT pada perusahaan tersebut.

3.2. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah My Green Laundry dengan alamat Jalan Candi Mendut 40 Kota Malang, Provinsi Jawa Timur.

3.2.2. Ruang Lingkup Penelitian

Ada banyak faktor yang mempengaruhi strategi suatu perusahaan. Lingkungan internal yang mempengaruhi perusahaan serta lingkungan eksternal yang harus dihadapi oleh perusahaan semakin kompleks, maka pada penelitian ini akan dibuat batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Dari lingkungan eksternal akan dibahas yaitu lingkungan di luar perusahaan yang mempengaruhi kegiatan bisnis dari My Green Laundry.
- b. Dari lingkungan internal akan dibahas pada aspek-aspek pokok perusahaan yang meliputi gambaran umum perusahaan, pemasaran, manajemen, inovasi dan pengembangan.

3.3. Informan Penelitian

Informan yang memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian merupakan seseorang yang benar-benar mengetahui persoalan atau permasalahan sehingga dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat, dan

terpercaya baik dari pernyataan, keterangan, maupun data-data yang dapat membantu dalam memahami permasalahan tersebut.

Menurut Bungin (2010:101) peneliti harus dapat menentukan informan kunci. Penentuan mengenai siapa yang harus menjadi informan kunci harus melalui beberapa pertimbangan diantaranya:

1. Orang yang bersangkutan memiliki pengalaman pribadi sesuai dengan permasalahan yang diteliti.
2. Usia orang yang bersangkutan telah dewasa.
3. Orang yang bersangkutan sehat jasmani dan rohani.
4. Orang yang bersangkutan bersifat netral, tidak mempunyai kepentingan pribadi yang menjelekkkan orang lain.
5. Orang yang bersangkutan memiliki pengetahuan yang luas mengenai permasalahan yang diteliti.

Pada penelitian ini, informan yang dipilih merupakan internal dari perusahaan My Green Laundry, diantaranya adalah:

- a. Owner
- b. Supervisor
- c. Koordinator
- d. Admin
- e. Staff

3.4. Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini bersumber dari dua jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti, yang terdiri:

- a. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Indriantoro dan Supomo, 2009:146-147). Data primer secara Khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik). Data primer diperoleh dari pihak pemilik My Green Laundry maupun dari karyawannya itu sendiri, terutama mengenai kondisi perusahaan (lingkungan internal) dan kebijakan-kebijakan perusahaan terhadap kondisi internal maupun kondisi eksternal perusahaan.
- b. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Indriantoro dan Supomo, 2009:147). Data sekunder terutama mengenai kondisi eksternal perusahaan diperoleh dari pengalaman pribadi orang terdekat, iklan-iklan yang disebar oleh pesaing bisnis dan lain-lain.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

- a. Studi Pustaka yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menghimpun informasi dari beberapa literatur. Literatur tersebut dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal, buku, dan sumber-sumber tertulis lainnya dari media cetak maupun elektronik.
- b. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2012:194). Responden dalam penelitian ini adalah pihak manajemen My Green Laundry Laundry yang diberi pertanyaan mengenai *five force strategy* yang meliputi persaingan dari perusahaan yang sudah ada, ancaman masuknya pesaing baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok dan kekuatan tawar menawar pembeli serta kelemahan, kekuatan, peluang, ancaman dan pendapatnya mengenai strategi My Green Laundry.
- c. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008:142). Terdapat dua jenis kuesioner, yaitu kuesioner tertutup dan terbuka. Kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara

langsung. Kuesioner diberikan kepada 6 informan untuk memberikan Penilaian terkait bobot dan rating pada matriks IFE dan matriks EFE.

- d. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, 2012:203). Proses observasi dilaksanakan pada lingkungan operasional My Green Laundry.

3.6. Teknik Analisis Data

1. Tahap Masukan

Pada tahap ini berisikan informasi yang digunakan untuk merumuskan strategi. Matriks yang digunakan dalam tahap ini meliputi matriks IFE dan matriks EFE.

2. Tahap Pencocokan

Hasil dari analisis matriks IFE dan matriks EFE diolah ke dalam matriks SWOT, matriks strategi besar, dan matriks Internal-Eksternal (IE). Pada tahap ini berfokus pada pencocokan strategi alternatif dengan memperhatikan faktor eksternal dan internal perusahaan.

3. Tahap Keputusan

Pada tahap ini menggunakan Matriks Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) menggunakan informasi input dari tahap I untuk secara objektif mengevaluasi strategi-strategi alternatif yang diidentifikasi dari

tahap II. Tahap ini memberikan suatu basis objektif bagi pemilihan strategi yang tepat.

3.6.1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Langkah-langkah untuk menentukan matriks IFE menurut Fred R. David (2009:230), antara lain:

1. Buat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit internal. Tentukan 10 sampai 20 faktor internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness).
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relatif faktor tersebut bagi keberhasilan industri perusahaan. Terlepas dari apakah faktor utama itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasional harus diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Pembobotan yang diberikan berdasarkan asumsi dan persepsi dari pihak yang ikut serta dalam pengambilan keputusan strategik yang diperoleh dengan menggunakan alat analisa data berupa kuesioner. Penilaian yang diperoleh dari kuesioner tersebut merupakan penilaian dengan beberapa pembulatan keatas.
3. Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor dengan skala berikut:

1 = sangat lemah

2 = lemah

3 = kuat

4 = sangat kuat

Kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4, sedangkan kelemahan mendapat nilai 1 atau 2. Pemeringkatan yang diberikan berdasarkan asumsi dan persepsi dari pihak yang ikut serta dalam pengambil keputusan strategik yang diperoleh dengan menggunakan alat analisa data berupa kuesioner. Penilaian yang diperoleh dari kuesioner tersebut merupakan penilaian dengan beberapa pembulatan keatas.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Tabel 3.1. Matriks Evaluasi Faktor Internal

Faktor-faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Skor
Kelebihan			
1			
2			
3			
Dst.			
Kelemahan			
1			
2			
3			
Dst			
Total	1,00		

Sumber: Fred R. David (2009:231)

3.6.2. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan yang menunjukkan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Langkah-langkah untuk menentukan matriks EFE menurut Fred R. David (2009:158), antara lain:

1. Buat daftar faktor-faktor eksternal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit eksternal. Tentukan 10 sampai 20 faktor eksternal yang mencakup peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relatif faktor tersebut bagi keberhasilan industri perusahaan. Peluang sering kali mendapat bobot lebih tinggi daripada ancaman, tetapi ancaman bisa diberi bobot tinggi terutama jika faktor tersebut sangat parah atau mengancam. Jumlah total seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Pembobotan yang diberikan berdasarkan asumsi dan persepsi dari pihak yang ikut serta dalam pengambil keputusan strategik yang diperoleh dengan menggunakan alat analisa data berupa kuesioner. Penilaian yang diperoleh dari kuesioner tersebut merupakan penilaian dengan beberapa pembulatan keatas.
3. Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama yang menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan dalam merespon faktor tersebut dengan menggunakan skala berikut:

1 = responnya dibawah rata-rata 2 = responnya rata-rata

3 = responnya diatas rata-rata 4 = responnya sangat bagus

Peluang dan ancaman dapat diberi peringkat 1,2,3, atau 4. Pemeringkatan yang diberikan berdasarkan asumsi dan persepsi dari pihak yang ikut serta dalam pengambil keputusan strategik yang diperoleh dengan menggunakan alat analisa data berupa kuesioner. Penilaian yang diperoleh dari kuesioner tersebut merupakan penilaian dengan beberapa pembulatan keatas.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.

5. Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Tabel 3.2. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Faktor-faktor Eksternal Utama	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang			
1			
2			
3			
Dst.			
Ancaman			
1			
2			
3			
Dst			
Total	1,00		

Sumber: Fred R. David (2009:160)

3.6.3. Matriks SWOT

Setelah melakukan analisis matriks IFE dan matriks EFE, dilanjutkan dengan melakukan analisis SWOT pada tahap pencocokan untuk menemukan kesesuaian antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, di samping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. Analisis SWOT menghasilkan alternatif strategi yang memungkinkan sesuai dengan kondisi perusahaan dan tidak memilih atau menentukan strategi mana yang terbaik.

Menurut Fred R. David (2009:330) terdapat delapan langkah dalam membentuk sebuah matriks SWOT:

Buat daftar peluang-peluang eksternal utama perusahaan.

1. Buat daftar ancaman-ancaman eksternal perusahaan.
2. Buat daftar kekuatan-kekuatan internal perusahaan.
3. Buat daftar kelemahan-kelemahan internal perusahaan.
4. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi SO.
5. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WO.
6. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi ST.

7. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WT.

Bentuk matrik analisis SWOT bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.3. Bentuk Matrik Analisis SWOT

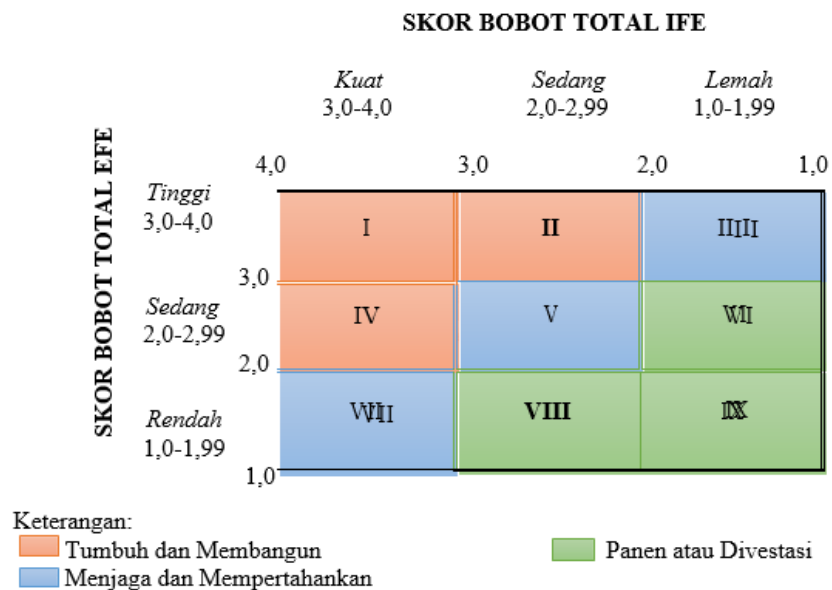
	IFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
EFE			
	Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
	Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber: Fred R. David (2009:328)

3.6.4. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE memosisikan organisasi dalam salah satu di antara sembilan sel untuk mencocokkan keterkaitan posisi dengan strategi yang dapat diambil perusahaan. Matriks IE didasarkan pada hasil dari matriks IFE pada sumbu x dan matriks EFE pada sumbu y. Menurut Fred R. David (2009:345) matriks IE terbagi menjadi tiga bagian besar yang mempunyai implikasi strategi. Sel I, II, atau IV menggambarkan strategi tumbuh dan membangun yakni strategi yang intensif atau strategi yang integratif. Sel III, V, atau VII menggambarkan strategi menjaga dan mempertahankan yakni strategi yang terdiri atas pengembangan produk dan penetrasi pasar. Sel VI, VIII, atau IX menggambarkan strategi panen atau divestasi.

Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal



Sumber: Fred R. David (2009:344)

3.6.5. Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Pada tahap keputusan, dilakukan analisis terhadap alternatif strategi yang telah ditentukan pada tahap pencocokan. Matriks yang digunakan dalam tahap keputusan adalah matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). QSPM merupakan alat evaluasi terhadap strategi yang telah ditentukan dalam tahap pencocokan. Menurut Fred R. David (2009:352) diperlukan enam langkah dalam mengembangkan QSPM diantaranya:

1. Buatlah daftar berbagai peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal utama di kolom kiri QSPM. Informasi yang akan digunakan tersebut diambil dari matriks EFE dan matriks IFE.

2. Berilah bobot pada setiap faktor eksternal dan internal utama tersebut. Nilai bobot pada tiap faktor kunci kesuksesan eksternal dan internal harus sama dengan yang ada pada matriks EFE dan matriks IFE.
3. Cermatilah matriks-matriks tahap II (pencocokan) dan mengidentifikasi berbagai strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan oleh organisasi.
4. Tentukan skor daya tarik (Attractiveness Score – AS) dengan cara mengamati setiap faktor eksternal atau internal perusahaan. Kemudian tentukan bagaimana peran dari setiap faktor tersebut di dalam proses untuk pemilihan strategi yang akan ditentukan perusahaan. Nilai yang digunakan untuk AS adalah, 1 untuk tidak menarik, 2 untuk cukup menarik, 3 untuk menarik secara logis, dan 4 untuk sangat menarik.
5. Hitunglah skor daya tarik total dengan cara mengalikan bobot pada langkah 2 dengan bobot pada langkah 4.
6. Hitung jumlah keseluruhan daya tarik total dengan cara menjumlahkan semua total AS pada setiap kolom QSPM. Dari beberapa nilai total AS yang diperoleh, maka nilai total AS paling tinggi yang menunjukkan bahwa alternatif strategi tersebut menjadi pilihan utama. Sedangkan nilai total AS terendah menunjukkan alternatif strategi tersebut menjadi pilihan terakhir bagi perusahaan.

Tabel 3.4. Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)

Alternatif Strategi							
Faktor-faktor Utama	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<i>Faktor-faktor eksternal utama</i>							
Ekonomi							
Politik/ Hukum/ Pemerintah							
Sosial/Budaya/Demografis/ Lingkungan							
Teknologi							
Persaingan							
<i>Faktor-faktor Internal Utama</i>							
Manajemen							
Pemasaran							
Keuangan/Akuntansi							
Produksi/Operasi							
Penelitian dan Pengembangan							
Sistem Informasi Manajemen							

Sumber: Fred R. David (2009:350)

