

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi penelitian**

Dalam penelitian ini si peneliti melakukan penelitian yang dilakukan di kantor CV.Mokolay Mitra Utama yang beralamat di jalan Perum Perwira Diponegoro Banyumanik no 8 Semarang. Penelitian ini dilakukan karena sebelumnya CV. MOKOLAY Mitra Utama belum pernah melakukan peneletian seperti ini, dalam penelitian ini diharapkan bisa mengetahui alternative strategi pengembangan yang baru untuk mengembangkan usaha dari CV. Mokolay Mitra Utama, penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2015.

#### **3.2 Jenis Data**

Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan data primer,data primer sendiri diperoleh langsung dari hasil wawancara dan oleh sumber yang diteliti dengan wawancara oleh pemilik usaha kulit manggis gisthone. melalui wawancara tersebut didapatkan poin-poin yang nanti akan dikembangkan lagi oleh peneliti tahap selanjutnya yaitu melakukan kuesioner yang nantinya akan diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha kulit manggis Gisthone.

### 3.3 Populasi dan Sample

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya (Sugiyono,2008). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh staf dari CV Mokolay Mitra Utama.

penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu analisis yang tidak terlalu menganggap ukuran sampel adalah hal yang sangat penting namun yang diutamakan adalah kekayaan informasinya.

Walaupun sampel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki jumlah yang sedikit mereka cukup memberikan informasi yang sangat lengkap maka hal itu akan menjadi lebih bermanfaat.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2012). Penelitian ini menggunakan cara penarikan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*).

Yaitu dengan menunjuk 4 pihak internal dari CV Mokolay Mitra Utama. empat pihak tersebut antara lain :

1. Bpk Hendrix selaku pemilik dan direktur utama
2. Bpk Nugroho selaku pemilik dan bagian pemasaran
3. Bpk triyono selaku pemilik dan bagian operasi
4. Ibu Marsiyem Subagyo selaku pemilik dan penanggung jawab

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah cara untuk mendapatkan informasi dengan cara berinteraksi atau bertanya langsung dengan responden, wawancara sendiri adalah bagian terpenting dari sebuah penelitian dengan wawancara kita dapat mengetahui informasi yang didapat secara aktual wawancara dalam penelitian ini dapat langsung dilakukan oleh pemilik usaha kulit manggis gisthone CV.MOKOLAY MITRA UTAMA.

#### 2. Kuesioner

Kuesioner adalah cara penelitian dengan menanyakan suatu persoalan dan harus dijawab oleh responden pertanyaanya didapat dari hasil wawancara dengan si pemilik usaha untuk kemudian diolah kembali, kusioner di tujukkan kepada ke 3 pemilik kulit manggis Gisthone.

### 3.5. Metode analisis data

Analisis data adalah teknik mengolah data menjadi informasi, berdasarkan SWOT CV.Mokolay Mitra Utama adalah:

- A. Melakukan wawancara dengan pemilik usaha tentang variable S.W.O.T.
- B. Setelah mengetahui variable S.W.O.T dari hasil wawancara lalu melakukan kusioner kepada pemilik untuk Menentukan Matrixs

Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dengan cara menentukan bobot kuesioner yang masing-masing skalanya terdiri dari 4 sampai 1. skala 4 sangat setuju sedangkan 1 skalanya sangat tidak setuju, jadi rentang skalanya adalah 2,5 untuk rentang rekapitulasi di atas 2,5 berarti memenuhi variable S.W.O.T sedangkan haril rekapitulasi dibawah 2,5 tidak memenuhi variable S.W.O.T.

Matriks evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Faktor-faktor eksternal kunci	Bobot	Rati ng	Skor
<p><b>Peluang :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengobatan herbal yang lebih dipilih daripada pengobatan dari dokter</li> <li>2. Permintaan konsumen yang tinggi</li> </ol> <p><b>Ancaman :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah pesaing sejenis yang banyak</li> <li>2. Masalah kenaikan Bbm</li> </ol>	1,00		

Sumber : (David,2010)

### C. Menentukan matriks Evaluasi faktor Internal (EFI)

Yaitu membuat tabel matriks Evaluasi faktor internal (EFI) untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan di antara faktor-faktor yang ada di dalamnya.

**Tabel Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI)**

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL KUNCI	BOB OT	RAT ING	SKOR
<p><b>KEKUATAN</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang lebih murah</li> <li>2. Ketepatan waktu pengiriman</li> <li>3. Pelayanan yang baik</li> <li>4. Kelayakan konsumen</li> </ol>			
<p><b>KELEMAHAN</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SDM yang kurang</li> <li>2. Kurangnya tenaga ahli</li> <li>3. Armada yang terbatas</li> </ol>			
	1,00		

**D. Membuat matriks IE**

Membuat Matriks IE dari variable S.W.O.T untuk CV. Mokolay Mitra Utama. Skor bobot total yang didapat memungkinkan matrixs IFAS total 1,0 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, skor 2,0 sampai 2,99 menunjukkan sedang, sedangkan

skor 3,0 sampai 4,0 menunjukkan posisi internal yang kuat. Sama halnya dengan sumbu y skor bobot EFAS total 1,0 sampai 1,99 rendah, skor 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang dan skor 3,0 sampai 4,0 menunjukkan posisi yang tinggi –

Matriks IE memiliki implikasi strategi yang berbeda, yaitu :

Sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai *Growth* dan *Buil*.

Strategi-strategi yang baik adalah strategi intensif seperti seperti

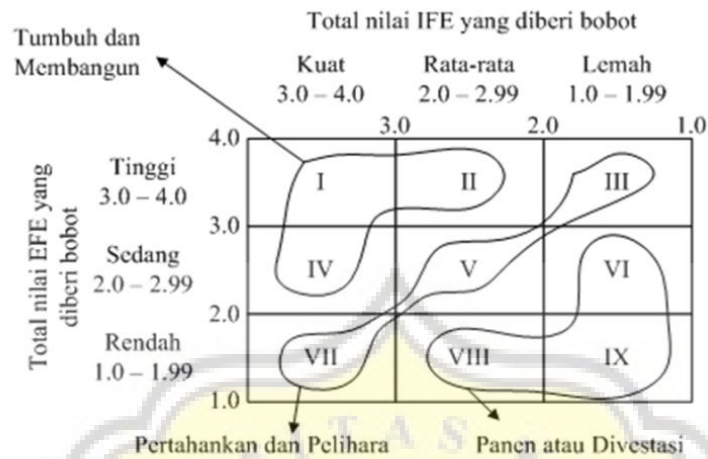
*Market penetration, Market Development, dan product Development* atau strategi terintegrasi seperti *Backward Integrasi, Forward Integration, dan horizontal Integration*.

Sel III, V, atau VII paling baik dikendalikan dengan strategi-strategi *hold and Maintain*. Strategi-strategi yang umum dipakai

yaitu strategi *Market Penetration* dan *Product Development*. Sel

VI, VIII atau IX dapat menggunakan strategi *Horvest* atau *Divestiturre*.

Tabel matriks IE



E. Membuat matriks S.W.O.T

Melakukan analisis SWOT yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*).

1. Strategi SO (kekuatan internal & kesempatan eksternal)
2. Strategi WO (kelemahan internal & kesempatan eksternal)
3. Strategi ST (kekuatan internal & ancaman eksternal)
4. Strategi WT (kelemahan internal dan ancaman (eksternal)).

F. Membuat alternatif strategi pengembangan

Berdasarkan matriks IE dan analisis S.W.O.T yang sudah ada maka dapat ditentukan strategi alternatif apa saja yang cocok untuk dijalankan oleh CV. Mokolay Mitra Utama.