

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu pada Toko 46, Kranggan Semarang. Toko 46, Kranggan digunakan sebagai obyek penelitian ini adalah karena permasalahan yang terjadi di Toko 46, Kranggan yaitu omset Toko 46, Kranggan selama beberapa tahun ini mengalami penurunan yang cukup signifikan dari yang berkisar antara Rp. 50.000.000 per bulan menjadi rata-rata Rp 23.000.000 per bulan sehingga menunjukkan bahwa ada permasalahan bisnis yang dialami oleh Toko 46, Kranggan. Masalah ini dapat terjadi karena banyaknya persaingan yang dihadapi oleh Toko 46, Kranggan, antara lain dengan banyaknya toko yang juga menjual produk-produk sejenis, yang juga berlokasi di daerah Kranggan dan Depok. Sementara saat ini banyak toko modern di Semarang yang juga menjual produk-produk yang sejenis. Kondisi ini membuat tidak adanya keunggulan bersaing yang dimiliki oleh Toko 46, Kranggan dalam menjual produknya dan menjalankan bisnis sehingga kinerjanya mengalami penurunan omset bisnis. Hal ini cukup membuat masalah bagi Toko 46, Kranggan sehingga perlu adanya perumusan suatu strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya melalui analisa SWOT.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi bagian dalam analisis ini adalah 1 orang pemilik, 5 orang karyawan, dan konsumen Toko 46, Kranggan di Semarang.

Sampel yang diambil bagian dalam analisis ini adalah 9 orang yang terdiri dari 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan yang sudah bekerja paling lama di Toko 46, serta 5 orang pelanggan Toko 46, Kranggan yang telah melakukan pembelian minimal 1 kali dalam sebulan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan syarat yang digunakan oleh peneliti. Syarat yang digunakan adalah pelanggan yang melakukan pembelian minimal 1 kali atau 2 kali dalam sebulan. 5 Pelanggan yang digunakan adalah pelanggan grosir yang sering melakukan pembelian di Toko 46, Kranggan dan juga melakukan pembelian pada toko pesaing.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman bagi Toko 46, Kranggan. Berdasarkan jenisnya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber orang pertama (Sugiyono, 2013). Sumber data primer diperoleh dari hasil kuesioner SWOT dengan 1 orang pemilik, dan 3 orang karyawan Toko 46, Kranggan, kuesioner konfirmasi SW kepada 5 orang pelanggan, wawancara kepada pemilik Toko 46, Kranggan dan observasi langsung ke Toko 46, Kranggan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner SWOT yang diajukan ke sampel penelitian, kuesioner konfirmasi SW kepada 5 orang pelanggan, wawancara kepada pemilik dan karyawan Toko 46, Kranggan dan observasi langsung ke Toko 46, Kranggan.

3.5. Alat Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan matriks IFE, EFE dan dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk perumusan strategi pengembangan serta metode QSPM untuk penentuan strategi alternatif. Langkah-langkah analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan), penentuan bobot setiap factor, penentuan rating, penentuan skor, analisis factor internal berdasarkan matriks IFE yang didapatkan dari pemberian skor dari 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan Toko 46, Kranggan. Sedangkan untuk 5 orang pelanggan diberikan kuesioner mengenai kekuatan dan kelemahan sebagai konfirmasi mengenai kekuatan dan kelemahan Toko 46, Kranggan.

Perhitungan matriks IFE dapat dilihat dalam contoh sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS)

No	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating	Komentar
	Kekuatan				
1					
2					
3					
	Kelemahan				
1					
2					
3					
4					
	Total				

Sumber : David, 2016

2. Mengidentifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman), penentuan bobot setiap factor, penentuan rating, penentuan skor, analisis factor eksternal berdasarkan matriks EFE yang didapatkan dari pemberian skor dari 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan Toko 46, Kranggan. Perhitungan matriks EFE dapat dilihat dalam contoh sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS)

No	Critical Success Factors	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating	Komentar
Peluang					
1					
2					
3					
Ancaman					
1					
2					
3					
Total					

Sumber : David, 2016

- Membuat Matriks Internal – Eksternal (I-E) dengan mengukur total skor bobot IFE pada sumbu x dan total skor bobot EFE pada sumbu y dan mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan. Berdasarkan bobot pada matriks IFE dan EFE, maka matriks Internal-Eksternal sebagai contohnya adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)

		SKOR TOTAL IFE		
		Kuat 4,0	Sedang 3,0	Lemah 2,0
SKOR TOTAL EFE	Tinggi 3,0	I	II	III
	Menengah 2,0	IV	V	VI
	Rendah 1,0	VII	VIII	IX

4. Membuat matriks SWOT dengan memasukan faktor-faktor peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan pada kolom yang tersedia, mengkombinasikan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan untuk menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT. Pembuatan strategi dilakukan dengan mengacu pada hasil pada matriks Internal-Eksternal dan dengan diskusi bersama pemilik Toko 46, Kranggan. Berdasarkan matriks IFE dan EFE, maka sebagai contoh matriks SWOT adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Matriks SWOT

Matriks IFE Matriks EFE	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T

5. Menyusun desain alternatif