

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil objek penelitian pada perusahaan jasa EO Beamer Multimedia Semarang. Perusahaan ini menjual jasa EO serta menyewakan berbagai alat seperti kamera, LCD, TV dan lain-lain untuk perlengkapan acara ketika berlangsung, dan sekaligus menyediakan jasa edit video dan foto acara tersebut. Perusahaan EO Beamer Multimedia dipimpin oleh Bapak Ewin Winanto dan beralamat di Jl. Karangrejo Raya no. 65 Jatingaleh, Semarang. Alasan penelitian dilakukan pada EO Beamer Multimedia sebagai objek penelitian ini adalah karena terjadinya penurunan penjualan mulai dari tahun 2017 lalu, yang menimbulkan kekhawatiran bagi pemilik perusahaan sehingga diperlukan adanya strategi bisnis baru untuk peningkatan kinerja maupun penjualannya.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi Dan sampel dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan, karyawan perusahaan, dan beberapa *client* perusahaan EO Beamer Multimedia di Semarang. Maka teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah teknik *purposive sampling*, yang artinya teknik tersebut dapat diperoleh dengan beberapa kriteria, berikut adalah kriteria *purposive sampling* dilihat dari sisi :

Client : 5 orang *client* yang pernah menggunakan jasa EO Beamer Multimedia minimal selama 2 tahun, karena 5 orang *client* tersebut adalah *client* yang dapat memberi *feedback* terhadap perusahaan EO Beamer Multimedia.

Karyawan : 3 orang karyawan yang sudah bekerja di perusahaan EO Beamer Multimedia minimal selama 5 tahun, karena karyawan yang sudah bekerja minimal 5 tahun sudah memahami bagaimana keadaan internal dan eksternal perusahaan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan fakta dari suatu pernyataan yang berasal dari kenyataan, dimana pernyataan tersebut merupakan hasil pengukuran atau pengamatan yang ada. Pengertian diatas penulis menyimpulkan data adalah suatu file yang berupa karakter, tulisan dan gambar atau fakta yang dapat diolah menjadi informasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan EO Beamer Multimedia. Berdasarkan jenisnya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer diperoleh dari mengumpulkan data peneliti menggunakan cara wawancara untuk mendapatkan data yang dibutuhkan kepada 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan. Selanjutnya dapat menggunakan metode kuesioner untuk 5 orang *client* dengan tujuan untuk memastikan bahwa hasil wawancara yang dilakukan merupakan data relevan, selain hal tersebut observasi dan pengamatan secara langsung dapat dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data metode/hal yang dapat dilakukan peneliti adalah dengan cara :

3.4.1 Interview (wawancara), Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2018) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.dalam mengumpulkan data wawancara dapat

dilakukan dengan cara melakukan wawancara personal atau langsung, wawancara melalui telepon, atau wawancara melalui komputer. Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dengan metode wawancara dilakukan pada responden yaitu pemilik, karyawan bagian produksi dan karyawan bagian finance.

3.4.2 Kuesioner, dalam penelitian kali ini metode pengumpulan data juga dengan kuesioner digunakan untuk mendapatkan *cross chek* jawaban dari konsumen dan karyawan terhadap pernyataan pemilik usaha. Kuesioner akan di isi oleh pemilik, karyawan 2 produksi, 1 karyawan finance, dan 5 orang client.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif sehingga akan membentuk penelitian yang sifatnya kuantitatif dan kualitatif sedangkan metode kualitatif untuk membuat analisis SWOT. Analisis didasarkan pada fakta-fakta, kemudian dikumpulkan menjadi sebuah informasi yang dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dan menentukan strategi pengembangan perusahaan EO Beamer Multimedia di masa yang akan datang. Analisis strategi berupa langkah-langkah untuk menyusun strategi pengembangan perusahaan EO Beamer Multimedia adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan), penentuan bobot setiap faktor, penentuan rating, penentuan skor, analisis faktor internal berdasarkan matriks IFE yang didapatkan dari pemberian skor dari 1 orang pemilik dan 2 orang karyawan yaitu 1 orang karyawan bagian keuangan dan 2 orang bagian produksi perusahaan EO Beamer Multimedia. Sedangkan untuk 5 orang *client* diberikan kuesioner mengenai kekuatan dan kelemahan sebagai konfirmasi mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan EO

Beamer Multimedia. Perhitungan matriks IFE dapat dilihat dalam contoh sebagai berikut :

Tabel 3.5.1.
Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFE)

No	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating
Kekuatan				
1				
2				
3				
Kelemahan				
1				
2				
3				
4				
Total		1,00		

Sumber : Fred David, 2016

Total skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE).

2. Mengidentifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman), penentuan bobot setiap faktor, penentuan rating, penentuan skor, analisis faktor eksternal berdasarkan matriks EFE yang didapatkan dari pemberian skor dari 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan yaitu 1 orang karyawan bagian keuangan dan 2 orang bagian produksi perusahaan EO Beamer Multimedia . Perhitungan matriks EFE dapat dilihat dalam contoh sebagai berikut :

Tabel 3.5.2.

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE)

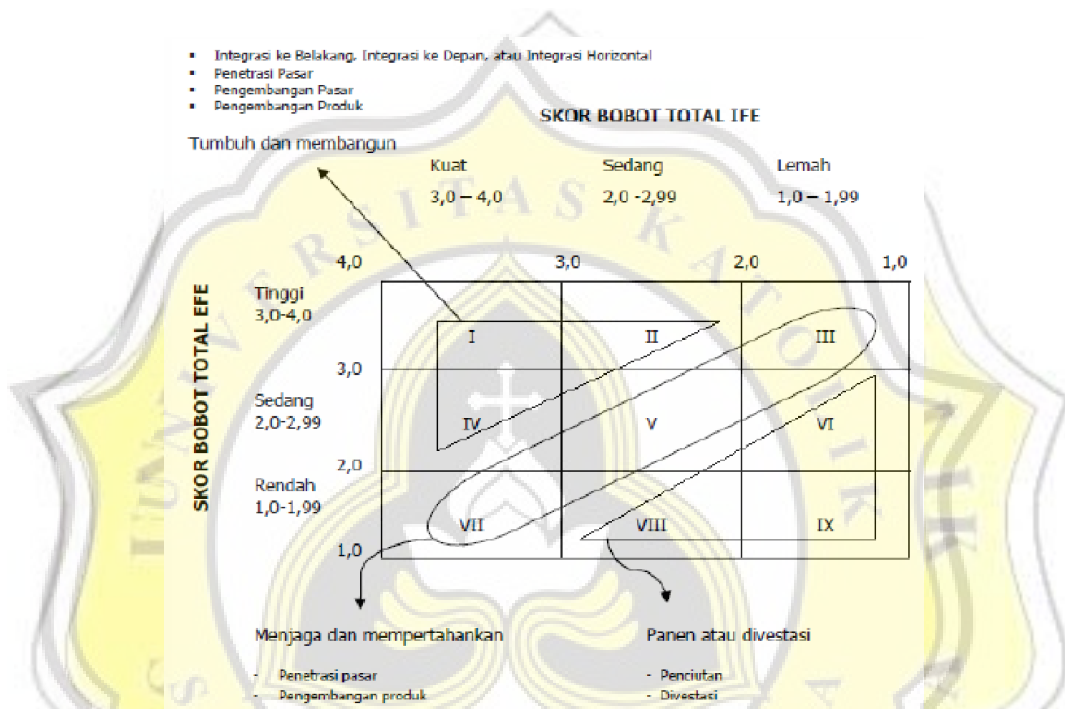
No	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating
Peluang				
1				
2				
3				
Ancaman				
1				
2				
3				
Total		1,00		

Sumber : Fred David, 2016

3. Membuat Matriks Internal – Eksternal (IE) 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, Tolak ukur yang digunakan dalam analisis strategi ini meliputi kekuatan internal perusahaan EO Beamer Multimedia dan pengaruh-pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuannya adalah untuk mengetahui lebih detail strategi bisnis di tingkat korporat, dan terdapat 9 sel di dalam diagram Matriks IE namun pada dasarnya 9 sel tersebut dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, yaitu :

1. Posisi sel I, II, dan IV dapat digambarkan sebagai *Grow* dan *Build*, strategi yang cocok adalah : *intensive* dan *Integration*.

2. Posisi sel III, V, dan VII paling baik dikendalikan dengan strategi *Hold* dan *Maintain*, strategi yang cocok adalah *Market Penetration* dan *Product Development*.
3. Posisi sel VI, VIII, dan IX dapat menggunakan strategi *Harvest* atau *Divestiture*. (Rangkuti 2008:42)



Sumber : Fred David, 2016

Gambar 3.5.1 Matrik IE (Internal – External)

4. Membuat matriks SWOT dengan memasukkan 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-External dan dengan diskusi bersama pemilik perusahaan EO Beamer Multimedia. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS, maka sebagai contoh matriks SWOT adalah sebagai berikut :

Matriks SWOT

IFAS EFAS	S (Strength) Tentukan faktor2 kekuatan internal	W (Weakness) Tentukan faktor2 kelemahan internal
O (Opportunity) Tentukan faktor2 peluang eksternal	Strategi SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
T (Threat) Tentukan faktor2 ancaman eksternal	Strategi ST: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : (Fred David, 2016)

Gambar 3.5.2 Matriks SWOT