

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3. Metode Penelitian

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2015), obyek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan suatu data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang hal yang bersifat obyektif dan reliabel dalam variabel tertentu. Obyek yang dituju pada penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis pada bengkel motor Sinar Sakti yang berlokasi di Jalan Raya Bandungrejo No 20, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik, 5 orang karyawan di dalam bengkel motor Sinar Sakti serta 10 orang konsumen.

Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik, 5 orang karyawan yang telah bekerja selama lebih dari 3 tahun, dan 10 orang konsumen yang telah melakukan perbaikan sepeda motor minimal 3 kali.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dimana sampel tersebut dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian sehingga dapat memberikan informasi yang diinginkan oleh peneliti. Adapun kriteria disamping pemilik adalah karyawan yang telah bekerja selama lebih dari 3 tahun karena telah mengetahui kondisi di lapangan selama bekerja di bengkel motor Sinar Sakti. Sedangkan untuk konsumen yaitu mereka yang telah melakukan perbaikan sepeda motor di bengkel motor Sinar Sakti minimal 3 kali karena konsumen tersebut yang telah mengetahui dan merasakan kualitas pelayanan yang diberikan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Arikunto (2013:172) Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain.

Menurut Arikunto (2010:172) sumber data adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh. Sumber data yang dituju dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan konsumen bengkel motor Sinar Sakti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara. Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari pendapat narasumber yang terdiri dari pemilik, karyawan, dan juga konsumen. Menurut Sugiyono (2016:317), wawancara yaitu suatu metode yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan hal-hal dalam responden yang ingin diketahui secara lebih mendalam. Proses wawancara dilakukan dengan cara memberikan masing-masing 2-5 pertanyaan pada keempat komponen tersebut (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) secara lisan kepada pemilik, karyawan, dan juga konsumen yang akan dilaksanakan di bengkel motor Sinar Sakti dengan berlangsungnya durasi waktu maksimal 1 jam. Dalam berjalannya proses wawancara peneliti mencatat pendapat dari narasumber dengan cara direkam menggunakan hp dari situlah pendapat narasumber kemudian lebih diperjelas sehingga kata-katanya lebih mudah untuk dipahami.

Sumber informasi dalam penelitian ini adalah pemilik bengkel motor Sinar Sakti, 5 orang karyawan yang telah bekerja selama lebih dari 3 tahun karena telah mengetahui kondisi di lapangan selama bekerja di

bengkel motor Sinar Sakti, dan 10 orang konsumen yang telah melakukan *service* di bengkel motor Sinar Sakti minimal 3 kali. Untuk kuesioner kepada pelanggan akan ada 5 pilihan jawaban yaitu STS, TS, N, S, dan SS.

Pilihan jawaban dalam kuesioner untuk konsumen dengan skala Likert 1-5 adalah sebagai berikut

- a. STS bobot angka 1
- b. TS bobot angka 2
- c. N bobot angka 3
- d. S bobot angka 4
- e. SS bobot angka 5

Perhitungan nilai indeks didasarkan pada teori Ferdinand (2014) dengan metode Three Box Method.

$$\text{Nilai Indeks} = ((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)) / n$$

$$\text{Jumlah kelas} = k = 3$$

$$\text{Nilai Indeks Skor Maksimal} = \text{Skor } 5$$

$$\text{Nilai Indeks Skor Minimal} = \text{Skor } 1$$

$$\begin{aligned} \text{interval} &= \frac{\text{Max} - \text{Min}}{k} \\ &= \frac{5 - 1}{3} = 1,33 \end{aligned}$$

Bobot nilai indeks:

- a. 1 – 2,33 : Tidak setuju
- b. 2,34 – 3,67 : Netral
- c. 3,68 – 5 : Setuju

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini langkah-langkah yang dilakukan yaitu:

1. Menentukan SWOT perusahaan dari sudut pandang pemilik, karyawan, dan konsumen dengan cara memberikan pertanyaan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada

perusahaan menggunakan metode wawancara yang diperoleh langsung dari narasumber.

2. Membuat matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) untuk mengetahui faktor internal bengkel motor Sinar Sakti yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan. Langkah-langkah:

a) Menentukan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

b) Narasumber memberi bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 10 (paling penting) sampai 1 (tidak penting).

Perhitungan bobot = $\text{Bobot cell} / \text{Total bobot}$

c) Narasumber menentukan rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*Poor*).

Perhitungan rating = rata-rata rating

d) Mengkalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk mendapatkan faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bermacam-macam mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*Poor*).

e) Menjumlah skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan. Hasil dari nilai total inilah yang dapat digunakan bengkel motor Sinar Sakti untuk membandingkan dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Berikut merupakan contoh tabel dari matriks IFE:

Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Nilai
----------------------------------	--------------	------------------	--------------

Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total			

Tabel 3.1 Tabel Matriks IFE

Keterangan:

Kriteria Rating:

1: Kurang Baik

2: Cukup Baik

3: Baik

4: Sangat Baik

Kriteria Bobot:

Tidak Penting : 1

Sangat Penting : 10

3. Membuat matriks EFE (*External Factor Evaluation*) untuk mengetahui faktor eksternal bengkel motor Sinar Sakti yang berkaitan dengan peluang dan ancaman. Langkah-langkah:

- a) Menyusun peluang dan ancaman pada kolom 1

- b) Narasumber memberi bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
- c) Narasumber menentukan rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*Outstanding*) sampai dengan 1 (*Poor*)
- d) Mengkalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk mendapatkan faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bermacam-macam mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*Poor*).
- e) Menjumlah skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan. Hasil dari nilai total inilah yang dapat digunakan oleh bengkel motor Sinar Sakti untuk membandingkan dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Berikut merupakan contoh tabel dari matriks EFE:

Faktor Eksternal Utama	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang			
1.			
2.			
3.			

4.			
5.			
Ancaman			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total			

Tabel 3.2 Tabel Matriks EFE

Keterangan:

Kriteria Rating:

1: Kurang Baik

2: Cukup Baik

3: Baik

4: Sangat Baik

Kriteria Bobot:

Tidak Penting : 1

Sangat Penting : 10

4. Membuat matriks IE

Matriks IE disusun berdasar total skor matriks IFE sebagai sumbu x dan total skor matriks EFE pada sumbu y. Matriks IE disusun berdasarkan total skor matriks IFE sebagai sumbu x dan total skor matriks EFE pada sumbu y.

Gambar: 3.1 Matriks IE

		TOTAL SKOR IFE			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
TOTAL SKOR EFE		4.00	3.00	2.00	1.00
	Tinggi	I	II	III	
	Menengah	IV	V	VI	
	Rendah	VII	VIII	IX	

Sumber: David (2010)

Terdapat tiga bagian matriks IE dengan dampak strategi yang berbeda-beda. Tiga bagian tersebut yaitu:

1. Bagian 1: Sel I, II, dan IV Skor IE yang masuk ke dalam sel I, II, atau IV menunjukkan perusahaan yang tumbuh dan berkembang. Perusahaan dalam kondisi ini yaitu mengejar pertumbuhan keuntungan, penjualan, pangsa pasar, dan lainnya. Strategi yang dapat diterapkan untuk bagian ini yaitu strategi intensif (pengembangan pasar, penetrasi pasar, dan pengembangan produk) serta strategi integrasi.
2. Bagian 2: Sel III, V, dan VII Skor IE yang masuk ke dalam sel III, V, atau VII yaitu menunjukkan perusahaan yang berada dalam kondisi pendewasaan. Strategi yang sebaiknya diterapkan dalam bagian ini adalah strategi jaga dan pertahanan, menghindari hilangnya penjualan dan keuntungan. Strategi yang dapat diterapkan untuk perusahaan dengan kondisi ini yaitu penetrasi pasar atau pengembangan produk.
3. Bagian 3: Sel VI, VIII, dan IX Perusahaan dengan skor IE yang terdapat pada sel VI, VIII, atau IX berada dalam

kondisi penurunan. Strategi yang sebaiknya diterapkan dalam perusahaan dengan kondisi ini yaitu divestasi dan melakukan penghematan. Hal ini dikarenakan kelangsungan perusahaan terancam dan tidak dapat bersaing.

5. Membuat matriks SWOT, langkah-langkah:

1. Setelah indikator-indikator SWOT ditentukan (Pada tabel 9.3 dan tabel 9.4), langkah pertama adalah menentukan bobot, rating, dan score. Bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan dengan skala 1 sampai 5 (1 = tidak penting, 5 = sangat penting).
2. Menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan. Setelah itu hitung bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan, sehingga total dari nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100%. Hitung juga bobot relatif untuk peluang dan ancaman dengan menggunakan cara yang sama.
3. Menentukan rating, rating adalah analisis terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek. Nilai rating untuk Variabel Kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Pemberian nilai 1 jika kemungkinan indikator tersebut kinerjanya semakin menurun dibandingkan pesaing utama, nilai 2 jika indikator itu kinerjanya sama dengan pesaing utama, sedangkan pemberian nilai 3 atau 4, jika indikator tersebut lebih baik dibandingkan pesaing utama. Semakin tinggi pemberian nilainya artinya kinerja indikator tersebut tahun depan akan semakin baik dibandingkan pesaing utama.
4. Menilai Rating Variabel Kelemahan dengan nilai 1 sampai dengan 4. Pemberian nilai 1 jika indikator tersebut semakin banyak kelemahannya dibandingkan pesaing utama.

Sebaliknya jika pemberian nilainya 4 maka menunjukkan kelemahan indikator tersebut semakin menurun dibandingkan pesaing utama pada tahun depan. Artinya pemberian nilai rating untuk variabel kelemahan atau variabel ancaman berkebalikan dengan pemberian nilai rating untuk variabel kekuatan dan variabel peluang.

5. Nilai Score didapatkan berdasarkan hasil dari nilai bobot dikalikan dengan nilai rating. Total nilai score untuk faktor internal menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1, maka semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya. Sedangkan semakin nilainya mendekati 4, maka semakin banyak kekuatannya dibandingkan dengan kelemahannya.

6. Nilai Score didapatkan berdasarkan hasil dari nilai bobot dikalikan dengan nilai rating. Total nilai score untuk faktor eksternal menunjukkan bahwa semakin total nilai score mendekati 1, maka semakin banyak ancamannya dibandingkan dengan peluang. Sedangkan apabila total nilai score mendekati 4, artinya maka semakin banyak peluang dibandingkan ancaman.

Tabel 3.3 IFAS

Faktor Strategik Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
1.Bengkel Sinar Sakti berada pada lokasi yang strategis			

2.Bengkel Sinar Sakti menyediakan sparepart yang lengkap			
3.Memiliki pelayanan yang ramah dan cepat			
4.Tersedianya layanan antar jemput kendaraan konsumen yang akan diservice			
5.Tersedianya makanan ringan/minuman instant untuk konsumen			
Kelemahan			
1.Kurangnya jumlah tenaga kerja			
2.Kurangnya fasilitas ruang tunggu untuk konsumen			
3.Harga layanan yang lebih tinggi			
Total	1,00		

Sumber: David (2010)

Tabel 3.4 EFAS

Faktor Strategik Eksternal	Bobot	Peringkat	Bobot x Rating
Peluang			

1.Meningkatnya jumlah pengguna sepeda motor			
2.Meningkatnya kebutuhan untuk perawatan sepeda motor			
Ancaman			
1.Terbatasnya tenaga kerja yang terampil			
2.Muncul banyaknya pesaing-pesaing baru			
Total	1,00		

Sumber: David (2010)

Berdasarkan gabungan antara faktor internal dan eksternal, maka terdapat 4 alternatif strategi yang dapat disarankan, yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Berikut merupakan analisis dengan menggunakan model matriks SWOT menggunakan data yang diperoleh dari tabel IFAS dan EFAS:

IFAS		
EFAS	Strengths (S)	Weakness (W)

Opportunity (O)	Strategi SO Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi ST Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman

Tabel 3.5 Tabel Matriks SWOT

Keterangan:

- a) **Strategi SO**
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan perusahaan untuk mengambil dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b) **Strategi ST**
Strategi ini adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c) **Strategi WO**
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d) **Strategi WT**
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

6. Membuat matriks QSPM, langkah-langkah:
 - 1) Membuat daftar peluang/ancaman dan kekuatan/kelemahan yang diambil langsung dari matriks EFE dan matriks IFE.
 - 2) Memberi bobot pada matriks EFE dan matriks IFE kedalam matriks QSPM.
 - 3) Memperhatikan matriks pada tahapan ke 2 (tahap pencocokan) dan menetapkan serta mempertimbangkan strategi alternatif yang baru yang berguna untuk bengkel motor Sinar Sakti.
 - 4) Menentukan skor daya tarik (Attractiveness Score-AS) dengan menghitung tiap faktor kunci internal maupun eksternal dalam satu waktu.
 - 5) Menghitung skor daya tarik total (Total Attractiveness Score-TAS) dengan mengkalikan setiap bobot dengan AS masing-masing.
 - 6) Menghitung semua daya tarik total untuk mengetahui nilai rata-rata sehingga dapat menunjukkan strategi yang paling baik.
7. Menentukan alternatif strategi yang paling terbaik untuk diterapkan pada bengkel motor Sinar Sakti dengan melihat dari hasil jumlah nilai TAS tertinggi.

Berikut merupakan contoh tabel matriks QSPM:

Alternatif Strategi							
Faktor Utama	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS

			(AS x Bobot)		(AS x Bobot)		(AS x Bobot)
Peluang							
-							
Ancaman							
-							
Kekuatan							
-							
Kelemahan							
-							
Jumlah							

Tabel 3.6 Matriks QSPM

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN