

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. GAMBARAN UMUM OBYEK DAN LOKASI PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini adalah PT Suara Merdeka Press yang menghasilkan produk media cetak Surat Kabar Suara Merdeka. PT. Suara Merdeka Press mempunyai tiga kantor utama yaitu kantor Direksi di Jl. Pandanaran No.30 Semarang, Kantor Sales Iklan dan Sirkulasi di Jl. Telaga Bodas No.14 Semarang dan Kantor Redaksi di Jl. Kawi No.20 Semarang.

3.2. DATA DAN NARASUMBER

Dalam Penelitian ini data yang dibutuhkan antara lain Biaya Operasional Media Cetak, Jumlah Oplah, Pendapatan Iklan, Struktur Organisasi, Profil Perusahaan, Readership Profil Pembaca, Daftar Absensi, Sumber Daya Perusahaan dan Budaya Organisasi.

Kemudian untuk Sumber Informasi atau Informannya akan diambil dari empat orang yang merupakan unsur Pimpinan Harian Suara Merdeka Semarang dan tiga orang karyawan yang mewakili beberapa Departemen, yaitu :

1. Pimpinan Redaksi, Bpk Gunawan Permadi.
2. Direktur Bisnis Sales & Marketing, Bpk. Bambang Pulunggono.
3. Senior Manager HRD, Bpk. Hudawi.
4. Senior Manager Sales & Produk, Bpk M Eko Fitriyanto
5. Bpk Zulmi Rhamdon, Staf Departemen Pemasaran
6. Ibu Nailia Zulfa, Staf Departemen Iklan
7. Bpk Wahidin Soedja, Departemen Redaksi

3.3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

3.3.1. JENIS PENELITIAN DAN SUMBER DATA

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016:1).

3.3.2. ALAT PENGUMPULAN DATA

Model yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan beberapa teknik pengumpulan data. Data Primer didapatkan melalui Wawancara dan Data Sekunder melalui Studi Dokumentasi dan Data Internal Perusahaan (Sugiyono,2016:59), diantaranya melalui proses wawancara terstruktur.

3.3.3. KEGIATAN PENGUMPULAN DATA

Peneliti melakukan wawancara terhadap Pimpinan Departemen tertentu yang berkompeten untuk pengambilan kebijakan perusahaan yaitu Pimpinan Redaksi Bpk Gunawan Permadi, Direktur Bisnis Sales & Marketing Bpk. Bambang Pulunggono, Senior Manager HRD Bpk. Hudawi dan Senior Manager Sales & Produk Bpk. M Eko Fitriyanto.

Wawancara juga dilakukan terhadap beberapa karyawan tertentu antara lain Bpk Zulmi Rhamdon Staf Departemen Pemasaran, Ibu Nailia Zulfa Staf Departemen Iklan dan Bpk Wahidin Soedja dari Departemen Redaksi. Sehingga bisa mendapatkan data

lengkap dari kedua belah pihak yaitu pimpinan dan karyawan. Hal tersebut untuk tetap menjaga konsistensi dari tujuan penelitian.

Dalam wawancara ini peneliti akan membuat terlebih dahulu panduan wawancara yang mengarahkan jawaban informan pada persoalan-persoalan yang berkaitan dengan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Media Cetak Suara Merdeka Semarang. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka dan terstruktur, kemudian mengirimkan daftar pertanyaan yang telah dibuat tersebut melalui email. Kemudian Informan mengirimkan jawaban atas pertanyaan tersebut melalui email.

3.4. ANALISIS DATA

3.4.1. ALAT ANALISIS DATA

Teknik Analisis data yang dimaksudkan disini diawali dari :

1. Proses mencari dan menyusun secara sistematis, data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono,2016:89).
2. Kemudian melakukan analisis dengan menggunakan **Alat Analisis VRIO** (*Valuable, Rare, Imitability, Organization*)

Tabel 4 Analisis VRIO Sumber Daya Perusahaan

NO	SUMBER DAYA PERUSAHAAN	VALUABLE	RARE	COSTLY TO IMITATE	EXPLOITED BY ORGANIZATION	COMPETITIVE IMPLICATION
1	SUMBER DAYA MANUSIA (HUMAN CAPITAL)					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
2	KEUANGAN (FINANCIAL)					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
3	FISIK (PHYSICAL)					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
4	STRUKTUR ORGANISASI (ORGANIZATIONAL)					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
4	PASAR (MARKET)					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE

Tabel 5 Analisis VRIO Budaya Organisasi

NO	BUDAYA ORGANISASI	VALUABLE	RARE	COSTLY TO IMITATE	EXPLOITED BY ORGANIZATION	COMPETITIVE IMPLICATION
1	DISIPLIN					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
2	KEJUJURAN (TRANSPARAN)					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
3	KEKELUARGAAN					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
4	IDENTITAS					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE
5	KEBIJAKAN					COMPETITIVE DISADVANTAGE
						COMPETITIVE PARITY
						TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
						SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE

Kemudian kriteria untuk menyimpulkan hasil analisis VRIO yaitu menggunakan

Kerangka VRIO berikut ini :

Tabel 6 Kerangka VRIO

VALUABLE	RARE	COSTLY TO IMITATE	EXPLOITED BY ORGANIZATION	COMPETITIVE IMPLICATION
NO	-	-	-	COMPETITIVE DISADVANTAGE
YES	NO	-	-	COMPETITIVE PARITY
YES	YES	NO	-	TEMPORARY COMPETITIVE ADVANTAGE
YES	YES	YES	YES	SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE

Berdasarkan hasil wawancara apabila Sumber Daya Manusia yang dimiliki Media Cetak Suara Merdeka memenuhi kriteria Valuable (bernilai bagi perusahaan), Rare (langka), Costly To Imitate (membutuhkan biaya mahal untuk mendapatkannya) dan Exploited By Organization (terorganisasi dengan baik) maka Sumber Daya Manusia tersebut memiliki Sustainable Competitive Advantage atau Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.