

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dealer Tibing Auto yang terletak di Taman wisma asri 2 Blok U 27 no 8 RW 30 Teluk pucung Bekasi utara. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Agustus 2020. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung pada aktifitas Dealer Tibing Auto dengan melakukan wawancara yang terstruktur dan menyebarkan kuesioner kepada manajer yang berada dalam lingkungan Dealer. Pernyataan dalam kuesioner disusun secara terstruktur berdasarkan kepada penilaian faktor-faktor strategis kepada karyawan dan manajer yang ada pada Dealer Tibing Auto.

1.2. Data dan Informasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Adapun data primer dan data sekunder dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari responden data tersebut diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada setiap responden dari hasil wawancara bagaimana rencana strategi perusahaan dan penilaian terhadap faktor-faktor strategis yang ada pada Dealer Tibing Auto.

b. Data Sekunder

Data yang dikumpulkan untuk mendukung data primer mengenai mulai dari sejarah perkembangan usaha dealer, struktur organisasi, serta sumber pustaka yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

1.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan beberapa cara yang harus dilakukan oleh penulis, diantaranya sebagai berikut :

1. Observasi

Dilakukan untuk melihat langsung gambaran umum perusahaan pada Dealer Tibing Auto serta kegiatan aktifitas yang dilakukan sehari-harinya. Pengamatan ini juga dilakukan untuk melihat faktor-faktor strategis dari pengamatan penulis tersebut.

2. Wawancara

Untuk memperoleh data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada pihak yang bersangkutan, yaitu mulai dari pihak manajer, dan karyawan yang berada pada Dealer Tibing Auto mengenai struktur organisasi, misi dan tujuan perusahaan yang ingin dicapai dengan harapan penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi

Yaitu suatu cara yang dilakukan untuk mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan, yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Dalam hal ini dokumentasi yang digunakan dalam hal untuk mempelajari dokumen perusahaan yang berupa laporan penjualan pada Dealer Tibing Auto.

3.4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa cara analisis untuk memecahkan masalah sedang yang terjadi dalam perumusan strategi alternatif yang terjadi pada Dealer Tibing Auto, yaitu sebagai berikut :

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi ini adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa yang menjadi pusat perhatian. Populasi yang diambil dari penelitian ini yaitu responden Dealer Tibing Auto yang datang saat peneliti melakukan observasi selama 3 (tiga) bulan dengan jumlah kedatangan responden yaitu 100 responden.

- b. Sampel sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki. Untuk menghitung ukuran sampel dapat digunakan dengan rumus slovin, Adapun rumus slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

2. Kuesioner dan Validitas

- a. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan model skala Likert. Dalam skala Likert ini variabel yang akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk mengukur variabel digunakannya skala Likert sebanyak lima tingkat, yaitu sebagai berikut :

1. Jelek
2. Dibawah Rata-rata
3. Rata-rata
4. Diatas Rata-rata
5. Hebat

- b. Validitas instrumen ditentukan dengan korelasi products momen person.

Rumus *Pearson Product Moment* :

$$R = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{(n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

- R = Koefesien korelasi
 $\sum X$ = Jumlah skor item
 $\sum Y$ = Jumlah skor seluruh pertanyaan
n = jumlah responden uji coba

Kriteria validitas instrumen ditentukan dengan validitas butir pernyataan. Butir-butir pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid jika R hitung > R tabel dengan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$ ★

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat ukur. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk memperoleh alat ukur yang stabil dengan tingkat akurasi yang baik. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Tingkat reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach diukur berdasarkan skala Alpha 0-1.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

- r = Koefisien reliabilitas instrumen (Alpha Cronbach)
k = Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir
 σt^2 = Varians total

Koefisien reliabilitas telah dihitung maka untuk menentukan keeratan hubungan digunakan kriteria Guilford, yaitu :

Tabel 3.1 Koefesien Reliabilitas

Nilai	Kriteria
< 0,20	Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan
0,20 - < 0,40	Hubungan yang kecil (tidak erat)
0,40 - < 0,70	Hubungan yang cukup erat
0,70 - < 0,90	Hubungan yang erat (reliabel)
0,90 - < 1,00	Hubungan yang sangat erat (sangat reliabel)
1,00	Hubungan yang sempurna

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik diinterpretasikan sebagai berikut : jika koefisien reliabilitas Alpha Cronbach (r) $\geq 0,7$.

4. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data ini berfungsi untuk mengetahui apakah data hasil dari pengamatan dianggap mencukupi atau tidak. Adapun rumus uji kecukupan data menggunakan rumus Bernoulli sebagai berikut :

$$N = \frac{[z^2/2]2 p \cdot q}{e^2} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel minimum

Z = Nilai distribusi normal

e = Toleransi eror

p = Persentasi kuesioner dijawab benar

q = Persentasi kuesioner dijawab salah

5. Analisis faktor-faktor Strategis Internal-IFAS

Analisis ini untuk mengatur faktor-faktor strategis kedalam kategori kekuatan dan kelemahan perusahaan serta mengukur bagaimana seberapa baiknya pihak manajemen merespon faktor-faktor tersebut sesuai dengan tingkat pentingnya perusahaan.

6. Analisis faktor-faktor Strategis Eksternal-EFAS

Analisis ini bertujuan untuk memecahkan masalah faktor-faktor strategis eksternal yang terjadi pada perusahaan yang masuk kedalam kategori diterima secara umum mengenai ancaman dan peluang perusahaan, bagaimana untuk mengukur seberapa baiknya manajemen menanggapi faktor-faktor yang menurut penting bagi perusahaan.

7. Matriks Internal -Eksternal (IE)

Hasil dari penelitian faktor internal dan eksternal tersebut untuk menentukan posisi perusahaan yang terangkum kedalam Matriks Internal-Eksternal. Tujuan dari menggunakan matriks IE ini adalah agar mendapatkan strategi bisnis yang lebih detail.

8. Analisis SWOT

Analisis SWOT ini bertujuan untuk mencocokkan peluang dan ancaman dari perusahaan yang sedang dihadapi dengan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan untuk menghasilkan alternatif strategi bagi perusahaan.

9. QSPM

Teknik QSPM ini dirancang untuk mengevaluasi pilihan-pilihan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan secara obyektif, berdasarkan dari faktor-faktor sukses internal dan eksternal yang telah didefinisikan dalam Matriks IFAS dan EFAS sebelumnya. Matriks QSPM merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi.

10. AHP

Teknik AHP ini untuk membantu memecahkan persoalan dengan menstrukturkan suatu hierarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas.

Langkah – langkah perhitungan AHP :

- a. Menentukan data kriteria
- b. Menentukan nilai kriteria menggunakan perbandingan berpasangan berdasarkan skala perbandingan 1 - 9 (sesuai teori). Data ini dijadikan data matrik

- c. Menjumlahkan nilai pada setiap kolom matrik yang telah dibuat sebelumnya
- d. Membagi setiap nilai dari kolom dengan total kolom yang bersangkutan untuk memperoleh data normalisasi matrik. Data yang dihasilkan dari perhitungan dijadikan data normalisasi
- e. Menjumlahkan nilai – nilai dari setiap baris dan membaginya dengan jumlah elemennya untuk mendapatkan nilai rata – rata. Data yang dihasilkan ini adalah data prioritas per kriteria
- f. Kalikan setiap nilai pada kolom pertama dengan prioritas relatif elemen pertama, nilai pada kolom kedua dengan relatif elemen kedua, dan seterusnya
- g. Jumlahkan setiap barisnya
- h. Hasil dari penjumlahan baris dibagi dengan elemen prioritas relatif yang bersangkutan
- i. Jumlahkan hasil bagi diatas dengan banyaknya elemen yang ada, hasilnya disebut λ Max
- j. Menghitung *Consistency Index* (CI) dengan rumus :

$$CI = \frac{\lambda_{maksimum} - n}{n-1}$$
- k. Menghitung Rasio Konsistensi/*Consistecy Ratio* (CR) dengan rumus :

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

dimana IR adalah *Indeks Random Consistency*
- l. Memeriksa konsistensi hierarki. Jika nilainya lebih dari 0,10 maka penilaian data harus diulang. Namun jika nilai rasio konsistensi kurang dari sama dengan 0,10 maka hasil perhitungan benar.

11. Perbandingan penelitian terdahulu

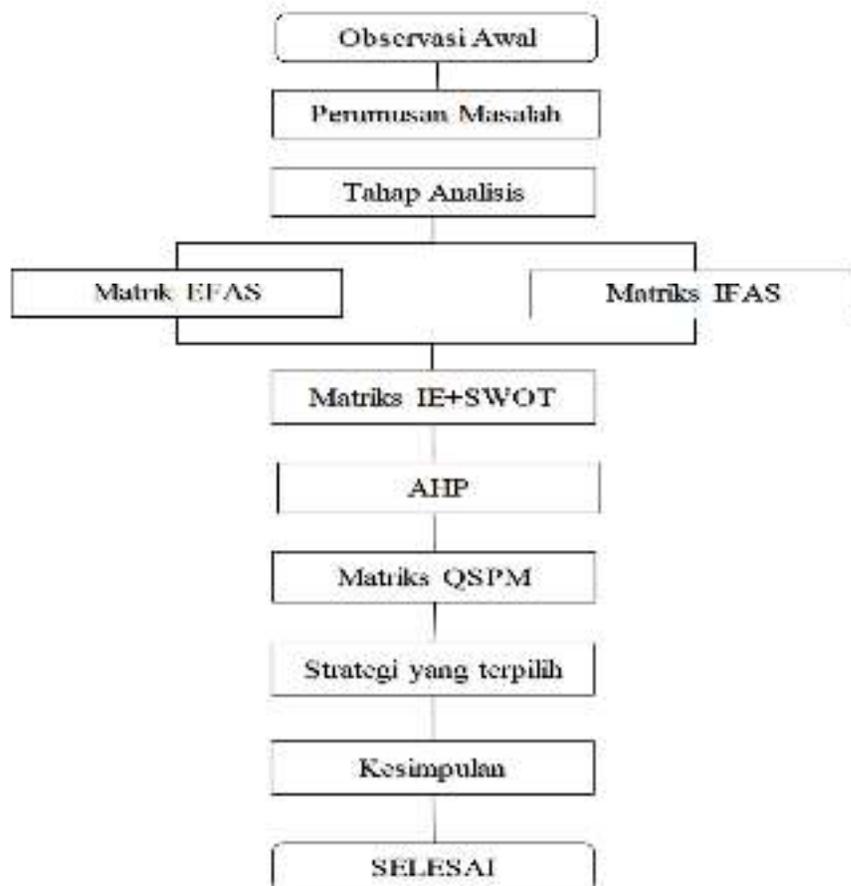
Hasil dari penelitian terdahulu menurut Sherly & Tommy ini pengambilan keputusan perlu memperhatikan baik buruknya dari aspek internal dan eksternal melalui *Quantitative Strategi Planning Matrix*. Dengan proses pengambilan keputusan yang telah dilakukan oleh karena itu, nilai belajar membuat keputusan adalah mempertimbangkan yang baik dan yang buruk sehingga keputusan bisa

menjadi keputusan yang bijaksana. Selain itu, strategi antisipasi dapat disiapkan karena adanya kelemahan dan ancaman dapat merugikan perusahaan.

3.5. Alur Penelitian

Adapun langkah-langkah yang dilakukan penelitian ini yaitu Flowchart penyelesaian permasalahan bisa dilihat digambar 3.1.

Gambar 3.1 Flowchart Penelitian



3.5.1. Observasi Awal

Pada tahap ini dilakukan observasi pendahuluan yang dilakukan pada Dealer Tibing Auto. Observasi ini dilakukan pada saat aktifitas yang dilakukan oleh karyawan Dealer Tibing Auto.

3.5.2. Tahap Analisis

Dalam penelitian ini, menggunakan beberapa cara analisis untuk memecahkan masalah yang terjadi dalam perumusan strategi alternatif yang terjadi pada Dealer Tibing Auto

3.5.3. Matriks IFAS dan EFAS

1. Matriks IFAS

Menentukan faktor-faktor strategis perusahaan yang masuk kedalam kategori kekuatan dan kelemahan yang sedang terjadi pada Dealer Tibing Auto

2. Matriks EFAS

Menentukan masalah faktor-faktor strategis eksternal perusahaan. Yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada pihak manajemen dari Dealer Tibing Auto terkait peluang dan ancaman perusahaan.

3.5.4. Tahap Pencocokan

1. Penggabungan Matriks Internal-Eksternal (IE)

Penggabungan Matriks Internal dengan Eksternal kemudian menjadi matriks IE bertujuan agar mendapatkan strategi bisnis yang lebih detail bagi perusahaan

2. Matriks SWOT

Mencocokkan peluang dan ancaman yang sedang dihadapi oleh perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan agar menghasilkan strategi alternatif yang diperlukan perusahaan

3. Matriks QSPM

QSPM merupakan matriks tahap akhir, teknik ini menunjukkan strategi prioritas yang paling baik untuk dipilih oleh perusahaan.

4. AHP

AHP membantu memecahkan persoalan yang kompleks dengan menstrukturkan suatu hierarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan

dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas

5. Kesimpulan

Kesimpulan diberikan setelah hasil dari matriks QSPM dilakukan untuk menentukan strategi yang paling tepat bagi perusahaan.

