

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah rencana atau kerangka kerja yang digunakan untuk mengarahkan proses penelitian. Ini mencakup semua langkah yang diperlukan untuk mengumpulkan data yang relevan dan menjawab pertanyaan penelitian dengan cara yang sistematis dan terorganisir. Desain penelitian harus dipertimbangkan dengan cermat karena akan mempengaruhi validitas, keandalan, dan generalisasi hasil penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mengetahui sebab seperti bagaimana dan mengapa suatu masalah terjadi dalam penelitian. Penelitian kualitatif sendiri mencakup teknik interpretasi yang mendalami suatu permasalahan, sehingga dapat mendeskripsikan, mengartikan data, sehingga mencapai suatu kesimpulan (Putra, 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian. Metode kualitatif sebagai sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang maupun perilaku yang didapatkan pada saat diamati (Napsawati, 2020:4). Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang fenomena yang diteliti, yang dapat membantu dalam mengembangkan teori, atau membuat keputusan.

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Elephant Cellular yang bergerak dibidang penjualan transaksi layanan digital dan beralamat di Jl. Sultan Syahrir No.164, Metro Barat, Kota Metro.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, mulai dari bulan Februari sampai dengan Maret tahun 2024.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini antara lain sebagai berikut:

#### **a. Data kuantitatif**

Adalah data yang dapat dihitung atau data yang berupa angka-angka meliputi penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam beberapa tahun.

#### **b. Data kualitatif,**

Adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan.

### **2. Sumber Data**

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan dalam penulisan proposal ini, penulis memperoleh data yang bersumber dari:

#### **a. Data primer**

Data primer adalah merupakan data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan berupa hasil pengamatan setempat dan perolehan dokumen perusahaan serta wawancara langsung pada pimpinan perusahaan maupun pada karyawan yang bersangkutan.

#### **b. Data sekunder**

Data sekunder merupakan informasi berupa data yang didapat dari lembaga tertentu. Data sekunder pada penelitian ini berdasar dari Toko Elephant Celluler di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat berupa data penjualan dan dokumen yang sesuai dengan penelitian. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang diterapkan berupa wawancara yaitu peneliti mewawancarai langsung dengan pimpinan atau orang terpercaya guna mendapat informasi mengenai data-data yang dibutuhkan untuk penelitian, seperti data penjualan pada tahun tertentu, struktur organisasi, dan gambaran umum perusahaan.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Sebagaimana diindikasikan oleh Arikunto (2014) populasi adalah subjek eksplorasi secara keseluruhan. Maka yang dimaksud jumlah penduduk pada orang-orang yang mempunyai kesamaan sifat meskipun tingkat kedekatannya sedikit, atau semua orang yang akan dijadikan objek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2019) populasi adalah suatu spekulasi terdiri dari barang/mata pelajaran yang jumlahnya tertentu tidak seluruhnya diselesaikan oleh para ahli untuk dipusatkan lalu kemudian ditarik ujungnya. Dari pendapat diatas maka dapat disintesis bahwa populasi adalah objek atau subjek yang memenuhi syarat tertentu yang berada pada suatu wilayah berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini populasi diambil dari pemilik, karyawan dan pelanggan tetap.

### 2. Sampel

Sesuai dengan Arikunto (2014) sampel adalah sebagian populasi yang akan diteliti. Dari pendapat Sugiyono (2019) sampel adalah sebagian dari jurnal yang dipunyai oleh populasi yang ada. Maka sampel adalah sebagian populasi yang akan diteliti dan dianggap mampu mewakili dari populasi yang ada. Penetapan jumlah sampel penelitian ini dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan Sugiyono (2019) purposive sampling merupakan teknik pengambilan sumber data informasi melalui pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini dapat dilakukan oleh orang yang dianggap paham mengenai apa yang diinginkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi tempat penelitian. Menurut Arikunto jika populasinya <100, lebih baik menerima semuanya sebagai ujian sehingga eksplorasi adalah penelitian populasi. Dengan asumsi subjeknya lebih dari itu, dapat diambil sampel antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Maka peneliti memutuskan untuk mengambil sampel yang berjumlah 7 orang. Berikut merupakan table jumlah sampel atau informan yang akan digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 5. Informan Penelitian

No.	Subjek	Keterangan	Jumlah
1	Pemilik Toko Elephant Celluler	Informan Kunci	1 Orang
2	Karyawan Toko Elephant Celluler	Informan Utama	3 Orang
3	Pelanggan Toko Elephant Celluler	Informan Pendukung	3 Orang

## E. Metode Pengumpulan Data

Sebagai pelengkap pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dalam perusahaan maupun dalam perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut. :

### 1. Penelitian Lapangan ( *Field Research* )

Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan dengan cara:

#### a. Observasi

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab. Menurut sugiyono (2019) observasi adalah metode pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan metode yang lain. Maka observasi tidak terlepas dengan orang tetapi juga objek-objek lain.

#### b. Wawancara

Berdasarkan Sugiyono (2019) wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi dengan subjek yang diteliti untuk menemukan masalah inti. Metode ini dilakukan dengan mengadakan wawancara secara langsung kepada pimpinan perusahaan dan sejumlah karyawan yang berhubungan dalam penelitian tersebut untuk mencari kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman dari objeknya

#### c. Dokumentasi

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 2. Penelitian Kepustakaan ( *Library Research* )

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literatur-literatur, mengumpulkan dokumen, arsip, maupun catatan penting organisasi yang ada hubungannya dengan permasalahan penulisan skripsi ini dan selanjutnya diolah kembali.

## **F. Metode Analisis Data**

Informasi yang telah didapat, kemudian ditangani dan diselidiki, Efek samping dari penanganan dan pemeriksaan informasi digunakan untuk membentuk metodologi. Pemeriksaan informasi dibantu melalui penyelidikan ilustratif kuantitatif. Pemeriksaan khusus dilengkapi dengan mengumpulkan informasi untuk memberikan penyelidikan luar dan dalam. Perangkat ilmiah yang dapat digunakan mengacu pada ide-ide seperti berikut ini:

### **1. Analisis Deskriptif Kuantitatif**

Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan guna mengetahui mengenal gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan. Analisis deskriptif kuantitatif dapat dimanfaatkan guna mengetahui kondisi aktual suatu usaha.

### **2. Analisis Matriks EFE**

*Matriks Eksternal Factor Evaluation* (EFE) dimanfaatkan sebagai menentukan elemen luar organisasi terkait dengan pintu terbuka dan bahaya yang dianggap signifikan. Informasi luar dikumpulkan untuk mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan masalah moneter, sosial, sosial, segmen, alam, politik, legislatif, hukum, mekanis, dan persaingan (Ningsih dan Hamamah, 2014)

Tahapan dalam mengenali faktor lingkungan eksternal pada kisi EFE adalah:

- a. Membentuk/membuat daftar dari faktor eksternal yang telah diidentifikasi pada proses audit eksternal.
- b. Memberikan bobot antara 1-5 untuk setiap faktor. Signifikansi umum komponen terhadap hasil organisasi dalam bisnis Jumlahnya, dengan mempertimbangkan semua hal, harus 10.
- c. Beri peringkat pada setiap faktor kunci diluar antara 1 dan 4 tentang seberapa layak teknik berkelanjutan organisasi dalam menjawab elemen tersebut, di mana 4 reaksi sangat baik, 3 = reaksi lebih baik dari yang diharapkan, 2 reaksi sangat baik normal, 1 = reaksi buruk Peringkat tergantung pada kelangsungan metodologi organisasi, sedangkan bobot tergantung pada bisnis.
- d. Lalu tiap-tiap bobot dari faktor dengan peringkat dikalikan guna menentukan nilai tertimbang.

- e. Terakhir menjumlahkan nilai tertimbang dari setiap variabel guna menentukan nilai tertimbang lengkap untuk suatu bisnis.

**Tabel 6. Matriks EFE**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Ancaman • • • •			
Peluang • • •			
Total			

### 3. Analisis Matriks IFE

Menurut Latifa dkk., (2019) analisis internal dilakukan untuk menentukan kualitas dan kekurangan organisasi. Kerangka kerja ini seperti grid EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang digunakan dalam pemeriksaan ekologi luar. Hal yang penting adalah unsur-unsur yang ditampilkan berada di dalam variabel alamiah sebagai kekurangan dan aset organisasi (Sulasih, 2019). Matriks IFE digunakan guna meringkas dan menilai di dalam kualitas dan kekurangan mendasar di wilayah bisnis yang bermanfaat serta alasan untuk mengenali dan menilai hubungan antara wilayah utilitarian bisnis ini (Mujahid et al., 2018).

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam pembuatan grid IFE, yaitu:

- a. Bedakan faktor pencapaian kunci dalam di atas 10-20 variabel. Elemen-elemen ini dipisahkan menjadi dua bagian, khususnya kekurangan dan kualitas organisasi.
- b. Beri bobot antara 1 sampai 5 untuk setiap variabel, Bobot menunjukkan signifikansi keseluruhan komponen terhadap kemajuan organisasi dalam bisnis, Jumlahnya, semuanya sama, harus 1 0.

- c. Lalu beri penilaian dengan kondisi berikut: angka 1 ialah kekurangan besar, angka 2 ialah kekurangan besar terbuka, angka 3 adalah kekuatan kecil, angka 4 adalah kekuatan besar, sesudah mengisi bobot dan penilaian, maka kalikan antara keduanya dan meletakkan hasilnya di bagian skor tertimbang.
- d. Terakhir, sertakan skor tertimbang pada tiap variabel guna memastikan skor tertimbang semua organisasi

**Tabel 7. Matriks IFE**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan • • • •			
Kelemahan • • •			
Total			

#### 4. Analisis Matriks IE

Matriks IE dibuat berdasarkan konsekuensi dari jaringan EFE dan IFE. Grid IE berarti memutuskan situasi organisasi dalam kerangka IE sehingga prosedur yang harus dilakukan organisasi secara keseluruhan dapat dibedakan (Evelyn, 2018). Faktor internal meliputi SDM, kondisi keuangan, produksi, dan pemasaran. Sedangkan variabel luar meliputi keadaan keuangan, sosial budaya, pengaturan pemerintah, penyedia, inovasi, pesaing, dan keadaan biasa (Atikah dan Moeliono, 2021). Perpaduan antara dua grid IFE dan EFE menghasilkan kerangka *inside-outside* yang terdapat 9 sel dengan kondisi (I Nengah Widiana Putra, 2019):

- a. Sel I, I, dan IV memaparkan keadaan organisasi guna mengembangkan dan membangun ataupun mengembangkan serta mengarah. Prosedur yang layak untuk diterapkan meliputi, pengembangan pasar, penetrasi pasar, dan perbaikan produk ataupun

metodologi penggabungan yang mencakup rekonsiliasi ke depan, dalam koordinasi terbalik dan bahkan campuran.

- b. Sel III, V, dan VII memaparkan keadaan organisasi untuk bertahan dan mengikuti. Sistem yang digunakan ialah penetrasi pasar dan pengembangan barang.
- c. Sel VI, VIII, dan IX dapat memakai teknik kumpul dan divestasi atau kumpul dan divestasi. Sistem standarnya adalah metodologi divestasi, ekspansi agregat, dan likuidasi.

Situasi organisasi dalam sel dapat dimanfaatkan untuk menentukan rencana metodologi elektif yang masuk akal. Selain itu, konsekuensi dari grid ini dapat dimanfaatkan sebagai semacam perspektif dalam sistem perencanaan dalam kerangka SWOT dengan menggabungkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terkait (Qanita, 2020).

		SKOR TOTAL IFE			
		Kuat	Sedang	Lemah	
K		4,0	3,0	2,0	1,0
O	Kuat	I	II	III	
R					
T		3,0			
O	Sedang	IV	V	VI	
T		2,0			
A	Lemah	VII	VIII	IX	
L		1,0			

Gambar 3. Matriks IE

## 5. Analisis SWOT

Rangkuti (2021) memahami bahwa analisis SWOT adalah teknik ilmiah yang digunakan untuk mengenali variabel yang berbeda secara efisien dengan tujuan akhir untuk menentukan prosedur yang sesuai. Teknik analisis menggunakan analisis kecukupan dan analisis SWOT atau analisis situasional untuk mengenali variabel ekologi batin sebagai

kualitas dan kekurangan serta faktor luar sebagai peluang dan ancaman secara efisien.

Salah satu dari alat analisis yang paling gigih serta paling banyak dipakai oleh perusahaan yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT ialah tindakan untuk melihat pergaulan dari sudut pandang dalam dan luar. *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) dipakai untuk bekerja dengan metode analisis eksternal di SWOT. Sedangkan analisis internal akan memberi gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan organisasi. *Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk bekerja dengan metode analisis internal di SWOT. (Hasibuan dan Amela. 2019).

**Tabel 8. Matriks SWOT**

<b>EFAS</b> <b>IFAS</b>	<b>Strengths (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>

**Sumber : Rangkuti, 2014**

IFAS (Internal Strategic Factory Analysis Summary) dengan kata lain faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal dalam kerangka strength and weakness. Sedangkan EFAS (Eksternal Strategic Factory Analysis Summary) dengan kata lain faktor-faktor strategis eksternal suatu

perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dalam kerangka opportunities and threath.

**a. Strategi SO**

Pada strategi ini, Toko Elephant Celluler memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Jika suatu perusahaan memiliki kelemahan pasar, maka perusahaan akan berusaha untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi suatu peluang.

**b. Strategi ST**

Pada strategi ini, dalam rangka menggunakan kekuatan yang dimiliki suatu perusahaan untuk mengatasi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan.

**c. Strategi WO**

Pada strategi ini, diterapkan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

**d. Strategi WT**

Pada strategi ini, berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Informasi SWOT secara kuantitatif dapat dibuat melalui estimasi pemeriksaan SWOT sehingga diketahui tempat sebenarnya dari asosiasi tersebut dengan keyakinan. Perhitungan dikerjakan dengan tiga tahap, khususnya:

- a. Mengerjakan skor (a) serta memuat (b) faktor poin menetapkan jumlah dari total skor dan beban duplikasi ( $c = a \times b$ ) (dari setiap faktor S-W-O-T, mengerjakan skor (a) untuk setiap poin variabel dilakukan secara bebas dari evaluasi fokus elemen lainnya. Pilihan lingkup ukuran skor sangat menentukan ketepatan penilaian namun yang biasanya digunakan ialah dari 1 - 10 mengharapkan nilai 1 dengan skor minimal dan 10 dengan skor tertinggi. Estimasi bobot (b) dari setiap titik variabel dilakukan dengan cara yang terkait, dan itu menyiratkan bahwa satu titik komponen adalah untuk membandingkan tingkat signifikansi dan fokus elemen lainnya sehingga rencana perhitungan ialah nilai yang sudah didapat (lingkup nilai setara dengan jumlah tempat variabel, dipisahkan oleh jumlah fokus elemen).

- b. Lakukan pengurangan antara jumlah lengkap variabel S dengan W(d) dan komponen O dengan T(e) mendapatkan angka ( $d = x$ ) kemudian, pada titik itu, berubah menjadi nilai ataupun titik pada hub X. Lalu, mendapatkan angka ( $e = Y$ ) kemudian, pada saat itu, berubah menjadi nilai ataupun titik pada pivot Y.
- c. Cari letak hierarkis yang ditunjukkan berdasarkan titik (x.y) di kuadran SWOT.

## 6. Tahap pengambilan keputusan Matriks QSPM

Menurut Sabita (2021), pendekatan *Quantitative Strategies Planning Matriks* (QSPM) adalah perincian mendasar. Eksplorasi ini merupakan kajian tersendiri, khususnya untuk melakukan estimasi secara hati-hati terhadap isu-isu yang ada tanpa perlu menguji spekulasi. QSPM juga bertujuan untuk menentukan teknik yang paling sesuai dari berbagai metodologi elektif yang direncanakan pada tahap sebelumnya.

*Quantitative Strategies Planning Matriks* (QSPM) adalah instrumen estimasi terakhir yang digunakan oleh para ilmuwan untuk menilai pilihan vital elektif secara adil, mengingat tahapan yang baru dibedakan. Alasan QSPM adalah untuk memutuskan daya tarik keseluruhan dari berbagai metodologi yang telah dipilih, guna mengetahui metode mana yang dirasa terbaik untuk dijalankan. Keuntungan menggunakan teknik QSPM adalah bahwa perkembangan prosedur dalam strategi QSPM dapat diamati secara berurutan dan pada saat yang sama dan membatasi kemungkinan bahwa variabel utama akan diingat dengan baik namun membutuhkan penilaian alami dan kecurigaan yang didasarkan (Putri et al., 2014).

Tahapan QSPM adalah sebagai berikut:

- a. Catat efek samping dari pemeriksaan faktor-faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (Peluang dan Ancaman).
- b. Masukkan prosedur elektif
- c. Mintalah responden yang serupa di tahap 1 guna menentukan Skor kualitas Menarik (AS) atau penghargaan daya tarik, untuk lebih spesifik dengan melihat setiap variabel dalam dan luar dan memutuskan tugas elemen-elemen ini dalam memilih metodologi, harga diri AS  
1 = Jelek,  
2 = Sedikit menarik,

3 = Cukup menarik

4 = Sangat menarik.

- d. Kerjakan AS (TAS) atau nilai yang sudah diperoleh melalui peningkatan beban dengan insentif AS normal untuk setiap kolom, Penghargaan TAS menunjukkan daya pikat umum sehubungan dengan prosedur elektif
- e. Sertakan nilai TAS di setiap segmen QSPM, Metodologi pilihan terbaik adalah pilihan yang memiliki nilai TAS terbaik. Jenis kiai QSPM dapat ditampilkan pada tabel terlampir ;

**Tabel Matriks 9. QSP (Quantitative Strategic Planning)**

Faktor Utama	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Faktor Internal</b>							
1							
2							
<b>Faktor Eksternal</b>							
1							
2							
<b>Jumlah TAS</b>							