

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif.

Menurut Sekaran (2014) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari orang-orang. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan data-data yang dikumpulkan kemudian diolah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu suatu metode yang meneliti mengenai status dan obyek tertentu, kondisi tertentu, sistem pemikiran atau suatu kejadian tertentu pada saat sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti.

3.2 Sumber Data

Data dibagi menjadi dua berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan observasi langsung ke objek layanan jasa yaitu Surya Maxima Photography di Bandar Lampung, wawancara langsung dengan berbagai sumber yang berpengaruh di dalam bisnis layanan jasa yaitu Surya Maxima Photography di Bandar Lampung dan observasi secara langsung.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Faktor-faktor penentu lingkungan internal
- Faktor-faktor penentu lingkungan eksternal
- Nilai pembobotan faktor penentu lingkungan internal

- Nilai pembobotan faktor penentu lingkungan eksternal
- Nilai rating faktor penentu lingkungan internal
- Nilai rating faktor penentu lingkungan eksternal

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari data yang sudah diolah dan tersusun dari berbagai sumber.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Data panduan buku indeks jasa layanan Surya Maxima Photography di Bandar Lampung.
- Data dari berbagai sumber internet mengenai literatur tentang jasa layanan Surya Maxima Photography di Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, diperlukan adanya teknik pengumpulan data yang tepat sesuai dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian. Maka penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini, yaitu:

1. Kuesioner

Najib. M (2015:174) Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner, sebelumnya perlu diidentifikasi indikator-indikator yang ingin ditanyakan dalam kuesioner SWOT. Cara mengidentifikasi indikator SWOT disini adalah dengan menggunakan kajian literatur, wawancara. Lalu kuesioner yang telah dibuat yang berisikan sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan penelitian diambil sampelnya dan diberikan kepada responden dalam hal ini adalah internal perusahaan (bagian pemasaran).

2. Wawancara

Najib. M (2015:174) Wawancara adalah pengambilan data melalui secara lisan langsung dengan sumber datanya, baik melalui tatap muka atau melalui telepon, *teleconference*. Melakukan wawancara langsung kepada pihak-pihak yang kompeten di bidang-nya.

Pada penelitian ini wawancara ditujukan kepada Salah satu devisi bagian dari Surya Maxima Photography di Bandar Lampung yang digunakan untuk mendapatkan data sistem kerja dan strategi pemasaran usaha Layanan Jasa Photography di Bandar Lampung.

3. Observasi

Najib. M (2015:174) *Observasi* adalah sebuah pengamatan yang melibatkan indera (penglihatan, penciuman, pembau, perasa). *Obsevasi* dalam penelitian ini sesuai dengan objek penelitian, maka peneliti memilih *observasi partisipan*. *Observasi partisipan* yaitu suatu teknik pengamatan dimana peneliti ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh *obyek* yang diselidiki atau diamati. Penelitian lapangan ini dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun langkah-langkah yang digunakan adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap usaha Layanan Jasa Surya Maxima Photography di Bandar Lampung.

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2016,p.61) mendefinisikan “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi penelitian ini adalah stakeholder Surya Maxima Photography di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2016,p.62) mendefinisikan “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan mempermudah peneliti dalam menjelajahi objek, subjek yang diteliti.

Kriteria sampel di penelitian ini merujuk pada jurnal M. Yusendra (2015) yang melibatkan diantaranya dari pihak manager, pengelola IT, devisi pelayanan, photographer dan videographer, juga pengunjung di Surya Maxima Photography di Bandar Lampung yang berjumlah 30 responden.

Tabel 3.1 Kriteria Sampel

No	Stakeholder	Jumlah
1	Manager	1
2	Pengelola IT	3
3	Devinisi Pelayanan	3
4	Photographer dan Videographer	4
5	Konsumen	19
Total		30

Untuk mengukur penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, yakni 10% atau 0,1.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007: 18) dalam penelitian kualitatif yang bersifat holistik dan lebih menekankan pada proses, maka penelitian kualitatif dalam melihat hubungan antar variabel pada obyek yang diteliti lebih bersifat interaktif yaitu saling mempengaruhi, sehingga tidak diketahui mana variabel independen dan dependennya.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai landasan merumuskan strategi pemasaran usaha Layanan Jasa Surya Maxima Photography di Bandar Lampung.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*) merupakan identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan Peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan Kekurangan dan Ancaman. SWOT dalam penelitian ini adalah Kekuatan internal usaha Layanan Jasa Surya Maxima Photography di Bandar Lampung, Kelemahan usaha Layanan Jasa Surya Maxima Photography di Bandar Lampung, Peluang yang dimiliki usaha Layanan Jasa Surya Maxima Photography di Bandar Lampung dan Ancaman yang dapat dihadapi usaha Layanan Jasa Surya Maxima Photography di Bandar Lampung.

2. Strategi pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Dalam penelitian ini strategi pemasaran adalah strategi dimana usaha yang akan dilakukan Surya Maxima Photography di Bandar Lampung untuk memuaskan pelanggan dan mencapai target yang diharapkan.

3.7 Metode Analisis Data

Metode pengolahan data dan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis matriks IFE, EFE dan SWOT. Tahap-tahap pengolahan data yang dilakukan adalah

1. Analisis terhadap data yang dikumpulkan untuk memperoleh faktor-faktor strategis lingkungan internal dan eksternal.
2. Analisis matriks IFE dan EFE untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal.
3. Analisis SWOT untuk mendapatkan alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan di Surya Maxima Photography di Bandar Lampung. Penjelasan dari analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.7.1 Analisis Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

A. Pembobotan Faktor Penentu Internal

Pembobotan bertujuan untuk mengkuantifikasi faktor-faktor internal yang telah dianalisis. Rating nilai bobot yang digunakan adalah satu sampai tiga. Aturan yang digunakan dalam pengisian kolom adalah :

- 1 = jika indikator horisontal *kurang* penting daripada indikator vertikal
- 2 = jika indikator horisontal *sama* penting daripada indikator vertikal
- 3 = jika indikator horisontal *lebih* penting daripada indikator vertikal

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menemukan nilai setiap variabel terhadap jumlah keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus (Kinneer dan Taylor) diacu dalam Syahroni (2005) :

$$a_i = \frac{X_i}{\sum X_i}$$

Keterangan

a_i = bobot variabel ke-i

X_i = Nilai variabel ke-i

\sum = Total variabel

Tabel 3.2 Penelitian Bobot Faktor Strategis Internal

Faktor Penentu	A	B	C	D	E	Total	Bobot
Indikator A						X1	
Indikator B						X2	
Indikator C						X3	
Indikator Q						X17	
Total						$\sum X_i$	

Sumber : Syahroni (2005)

B. Matriks Evaluasi Faktor Internal (Internal Factor Evaluation)

Menurut David (2004) matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsionalitas bisnis, dan juga memberikan dasar mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut.

Tabel 3.3 Matriks IFE

FAKTOR INTERNAL KUNCI	BOBOT	PERINGKAT/RATING	NILAI TERTIMBANG
KEKUATAN: 1. 2. 12.			
KELEMAHAN: 1. 2. 5.....			
TOTAL			

Sumber David (2004)

Ada lima langkah yang harus dilakukan untuk mendapatkan matriks IFE, yaitu :

- a. Identifikasi faktor internal dengan cara menuliskan daftar kekuatan dan kelemahan yang dihadapi. Sebaiknya faktor-faktor kekuatan didaftarkan terlebih dahulu, baru kemudian faktor-faktor kelemahan.
- b. Memberikan bobot pada kekuatan dan kelemahan dengan rentang 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting), total bobot yang diberikan pada semua faktor baik kekuatan maupun kelemahan harus sama dengan satu. Nilai bobot ini berasal dari perhitungan menggunakan metode *pairedcomparison*

(Kinneer dan Taylor 1991). Oleh karena itu besar kecilnya bobot masing-masing faktor bergantung pada hasil yang diperoleh dari perhitungan menggunakan metode pairedcomparison.

- c. Memberikan rating pada setiap faktor kekuatan dan kelemahan dengan rentang antara 1 sampai 4. Faktor kelemahan utama mendapat rating satu, kelemahan kecil mendapat rating dua, kekuatan kecil mendapat rating tiga dan kekuatan utama mendapat rating empat.
- d. Mengkalikan bobot dengan rating untuk mendapat nilai terimbang.
- e. Menjumlahkan semua nilai rata-rata tertimbang untuk mendapatkan totalnya. Nilainya akan berkisar antara 1 sampai 4, nilai 1 menunjukkan bahwa situasi internal sistem sangat buruk, nilai 4 mengindikasikan bahwa situasi internal sistem sangat baik. Nilai diatas 2,5 menunjukkan bahwa situasi internal sistem berada pada tingkat rata-rata.

3.7.2 Analisis Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

A. Pembobotan Faktor Penentu Eksternal

Pembobotan bertujuan untuk mengkuantifikasi faktor-faktor eksternal yang telah dianalisis. Rating nilai bobot yang digunakan adalah satu sampai tiga.

Aturan yang digunakan dalam pengisian kolom adalah :

- 4 = jika indikator horisontal *kurang* penting daripada indikator vertikal
- 5 = jika indikator horisontal *sama* penting daripada indikator vertikal
- 6 = jika indikator horisontal *lebih* penting daripada indikator vertikal

Menurut Kinnier dan Taylor diacu dalam Syahroni (2005) bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah keseluruhan menggunakan rumus (Kinneer dan Taylor) diacu dalam Syahroni (2005) :

$$a_i = \frac{Xi}{\sum Xi}$$

Keterangan

a_i = bobot variabel ke-i

X_i = Nilai variabel ke-i

Σ = Total variabel

Hasil penjumlahan bobot dari semua faktor strategis eksternal harus sama dengan 1,0. Bobot dari masing-masing faktor akan digunakan dalam Matriks EFE.

Tabel 3.4 Penelitian Bobot Faktor Strategis Eksternal

Faktor Penentu	A	B	C	D	E	Total	Bobot
Indikator A						X1	
Indikator B						X2	
Indikator C						X3	
Indikator Q						X17	
Total						ΣX_i	

Sumber : Syahroni (2005)

B. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (Eksternal Factor Evaluation)

Tabel 3.5 Matriks EFE

FAKTOR INTERNAL KUNCI	BOBOT	PERINGKAT/RATING	NILAI TERTIMBANG
PELUANG:			
3.			
4.			
... ..			
12.			

ANCAMAN:			
3.			
4.			
... ..			
5.....			
TOTAL			

Sumber David (2004)

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal memungkinkan para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan politik, pemerintah, hukum, teknologi dan persaingan (David 2004). Terdapat lima langkah yang harus dilakukan dalam mengembangkan matriks EFE yaitu :

- a. Mengidentifikasi faktor eksternal dengan cara menuliskan peluang dan ancaman yang dihadapi. Sebaiknya faktor-faktor peluang didaftarkan terlebih dahulu, baru kemudian faktor-faktor ancaman.
- b. Memberikan bobot pada peluang dan ancaman dengan rentang 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting), total bobot yang diberikan pada semua faktor baik peluang maupun ancaman harus sama dengan satu. Nilai bobot ini berasal dari perhitungan menggunakan metode *pairedcomparison* (Kinnear dan Taylor 1991). Oleh karena itu besar kecilnya bobot masing-masing faktor bergantung pada hasil yang diperoleh dari perhitungan menggunakan metode *pairedcomparison*.
- c. Memberikan rating 1 sampai 4 pada setiap peluang dan ancaman untuk mengindikasikan seberapa efektif perusahaan merespons peluang/ancaman yang bersangkutan. 4 = respons sangat superior, 3 = respons diatas rata-rata, 2 = respons rata-rata, 1 = respons jelek.
- d. Mengkalikan bobot dengan rating untuk mendapat nilai terimbang.
- e. Menjumlahkan nilai terimbang untuk mendapatkan total nilai terimbang. Nilai total ini akan berkisar antara 1 sampai dengan 4, nilai 1 menunjukkan bahwa dalam strategi organisasi tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal. Nilai 4 menunjukkan bahwa organisasi

merespons sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya. Nilai 2,5 menunjukkan sistem mampu merespons situasi eksternal secara rata-rata (David 2004).