

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di perusahaan CV GRAHADI dengan meminta izin terlebih dahulu dari pihak perusahaan yang terletak di Jl Merak IV no 2/3 Rt 01 Rw 01 Gumunggung Surakarta.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel eksternal dan variabel internal. Variabel eksternal merupakan peluang dan ancaman sedangkan variabel internal mengidentifikasikan keunggulan dan kelemahan perusahaan.

Penentuan variabel-variabel tersebut dilakukan berdasarkan pengamatan penulis dan persetujuan pimpinan pada waktu wawancara dan observasi, adapun indikator variabel eksternal yang digunakan adalah:

pertumbuhan pasar, fluktuasi nilai rupiah, pesaing baru, regulasi pemerintah dan perkembangan teknologi, ketidakstabilan ekonomi & politik. Sedangkan indikator variabel internal yang digunakan adalah; pangsa pasar, kualitas produk, budaya perusahaan, kualitas karyawan (SDM), lokasi perusahaan, variasi produk, kapasitas produksi.

3.3. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengambil keputusan CV GRAHADI.

Sebagian populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan bisa dianggap mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini penulis mengambil data-data dari : Direktur, Kepala peralatan, Kepala Gudang, Kepala Produksi.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini diperlukan data-data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan, untuk dapat memperoleh data yang diperlukan beserta cara yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh penulis melalui penelitian secara langsung terhadap CV GRAHADI sebagai objek penelitian. Metode yang digunakan:

a. Wawancara

Yaitu melakukan tanya jawab langsung untuk memperoleh data-data operasional dan hal lain yang diperlukan untuk menganalisa masalah yang ada, dalam hal ini ditujukan kepada pengambil keputusan dalam CV GRAHADI

b. Observasi

Yaitu mengumpulkan data dengan melakukan pencatatan langsung pada CV GRAHADI secara cermat dan sistematis tentang cara operasional dan hal lain yang dibutuhkan.

3.5. Metode Analisis

3.5.1 Matriks Daya Tahan Industri

Konsep dan operasionalnya berusaha menggambarkan posisi pasar perusahaan dengan cara terlebih dahulu melakukan dekomposisi perusahaan menjadi unit usaha strategis (U2S) atau kadang-kadang berdasarkan produk yang dihasilkan. MDTI memiliki dua sumbu: vertikal dan horizontal. Sumbu vertikal digunakan untuk menggambarkan kekuatan perusahaan (*business strengths*) yang sebelumnya telah diukur dan dihitung berdasarkan berbagai indikator yang telah disepakati bersama saat wawancara dengan pimpinan dan observasi yang dilakukan. Sedangkan sumbu horizontal menggambarkan tentang ancaman dan peluang bisnis yang berasal dari berbagai indikator yang ada dalam lingkungan bisnis. Sumbu ini, jika bernilai positif, menggambarkan tentang daya tarik industri yang mendorong perusahaan untuk terus beroperasi.

3.5.2 Identifikasi Indikator Unit

Penulis mengidentifikasi indikator internal dan eksternal dalam perusahaan yang telah diteliti yang nantinya akan memberikan gambaran tentang strategi apa yang akan diterapkan, yaitu:

Indikator Internal	Indikator Eksternal
1. Kualitas Produk	1. Pertumbuhan Pasar
2. Penjualan Produk	2. Perkembangan Teknologi
3. Budaya Perusahaan	3. Ketidakstabilan Ekonomi & Politik
4. Kualitas Karyawan (SDM)	4. Regulasi Pemerintah
5. Lokasi Perusahaan	5. Fluktuasi nilai rupiah
6. Variasi Produk	6. Pesaing baru
7. Kapasitas produksi	

Tabel 3.1.

Indikator Internal dan Eksternal

Sumber: Data Primer diolah (2006)

3.5.3. Penilaian Kualitatif

Pada bagian ini analisis didasarkan pada pembobotan dan penilaian secara kuantitatif dari masing-masing indikator variabel eksternal dan internal. Hasil penilaian pembobotan menunjukkan peringkat dari penting sampai kurang pentingnya suatu indikator dibandingkan dengan keseluruhan indikator lainnya. Sedangkan nilai indikator didasarkan pada kondisi indikator tersebut yang berposisi sebagai keadaan yang sangat mengancam sampai dengan sangat berpeluang (untuk variabel eksternal) serta sebagai posisi indikator kelemahan utama sampai kekuatan utama (untuk variabel internal).

3.5.4. Penilaian Kuantitatif

Penilaian kuantitatif dilakukan dengan cara memberikan bobot pada setiap indikator sesuai dengan besar kecilnya pengaruh terhadap perusahaan dan disesuaikan dari yang sangat penting sampai pada yang kurang penting, total bobot harus sebesar 1,00 atau 100%. Lalu dilakukan pemberian nilai pada setiap indikator tersebut. Nilai yang digunakan adalah berskala lima. Untuk peluang dan ancaman terbagi atas 1 (sangat mengancam), 2 (mengancam), 3 (netral), 4 (berpeluang), 5 (sangat berpeluang), sedangkan untuk kekuatan dan kelemahan terbagi atas 1 (sangat lemah), 2 (lemah), 3 (netral), 4 (kuat), 5 (sangat kuat).

Selanjutnya menentukan bobot dan nilai yang ditentukan oleh penulis. Pendekatan yang digunakan untuk penilaian ini adalah dengan menentukan bobot pada masing-masing indikator dari yang terpenting sampai pada kurang penting dengan cara urutan 1-7 (untuk indikator internal) dibagi menurut jumlah penambahan urutan. Missal: Urutan 1 (7, sangat penting) dibagi jumlah penambahan urutan 28, maka akan ditemukan nilai 0,25 dan dilanjutkan seterusnya sampai dengan 1,00. Bobot ini mencerminkan peran masing-masing indikator setelah dilakukan evaluasi. Dalam penentuan bobot ini, dilakukan berdasarkan pengamatan penulis yang telah diurutkan.

3.5.5. Perhitungan Nilai Tertimbang

Setelah melakukan penilaian bobot dan nilai terhadap indikator variabel internal dan indikator variabel eksternal perusahaan, maka dilakukan perhitungan nilai tertimbang dengan cara mengalikan antara bobot dan nilai masing-masing indikator variabel internal maupun eksternal.

3.5.6. Prakiraan Posisi Bisnis

Memperkirakan posisi bisnis perusahaan dilakukan dengan cara memadukan kedua nilai tertimbang variabel internal dan eksternal. Pembagian nilai tertimbang variabel internal dan eksternal dapat dilakukan sbb:

		Daya Tarik Industri		
		tinggi	medium	rendah
Kekuatan Bisnis	Tinggi	I	II	III
	Medium	II	III	IV
	Rendah	III	IV	IV

Tabel 3.2.

Skala Prioritas Investasi

- o Jumlah nilai tertimbang 1 sampai 2,33 kategori rendah
- o Jumlah nilai tertimbang 2,33 sampai 3,66 kategori medium
- o Jumlah nilai tertimbang 3,66 sampai 5 kategori tinggi

Interval dari perhitungan diatas didapat dengan rumus:

$$\frac{\text{Jumlah skala yang digunakan} - 1}{\text{Jumlah kolom atau baris}} = \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

3.5.7. Penetapan Strategis

Penetapan strategi dilakukan setelah mengetahui posisi bisnis perusahaan. Unit usaha yang memiliki peluang tumbuh karena berada pada sel yang memiliki daya tank pasar besar serta memiliki keunggulan bersaing akan mendapat prioritas tinggi. Sedangkan unit usaha yang memiliki daya tank pasar rendah serta tidak memiliki keunggulan bersaing akan mendapatkan prioritas lebih kecil.

		Daya Tarik Industri		
		Tinggi	Medium	Rendah
Kekuatan Bisnis	Tinggi	Pertumbuhan Dominasi Investasi maksimum	Pertumbuhan selektif Investasi agresif Memelihara posisi di tempat lain	Memelihara posisi Mencari sumber kas masuk Investasi ala kadarnya
	Medium	Memimpin pasar, berdasar segmen Memperbaiki kelemahan Membangun keunggulan	Tumbuh berdasarkan segmen Spesialisasi Investasi selektif	Pemangkasan Investasi minimal Bersiap divestasi
	Rendah	Spesialisasi Mencari ceruk pasar Mempertimbangkan akuisisi	Spesialisasi Mencari ceruk pasar Mempertimbangkan keluar dari pasar	Mengikuti pemimpin pasar Mengacaukan sumber aliran kas pesaing

Tabel 3.3.

Berbagai Pilihan Strategi

Sumber: Suwarsono (1994) Manajemen Strategik, konsep, alat analisa, dan konteks