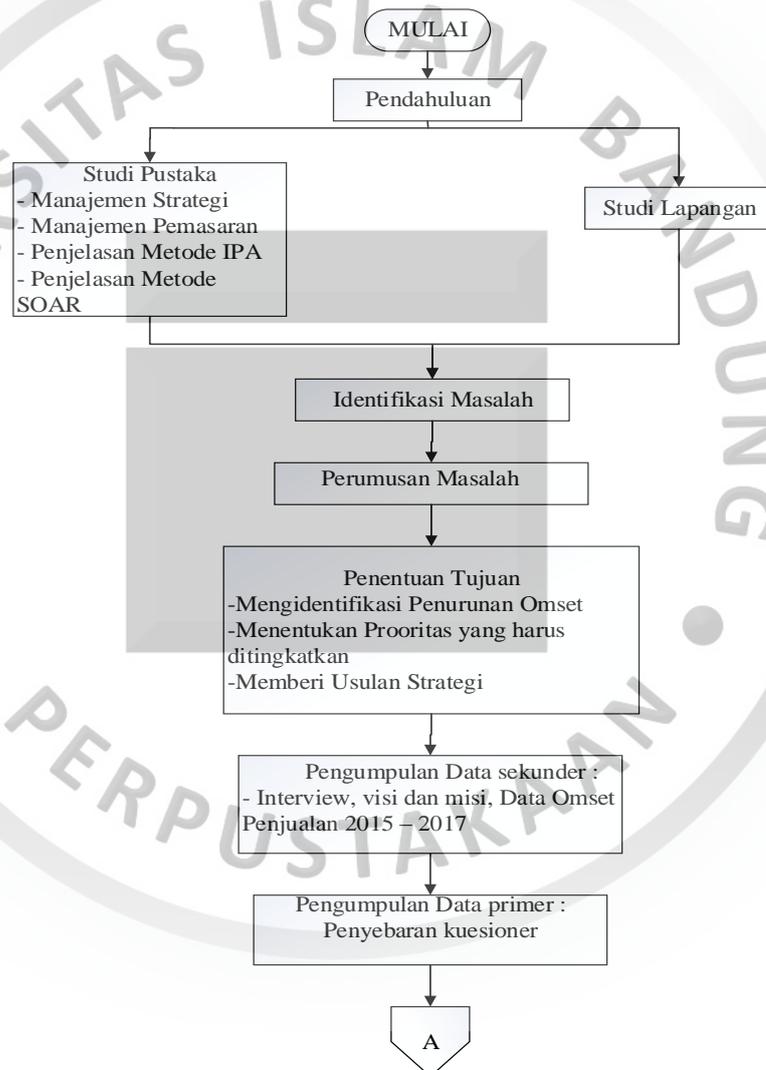


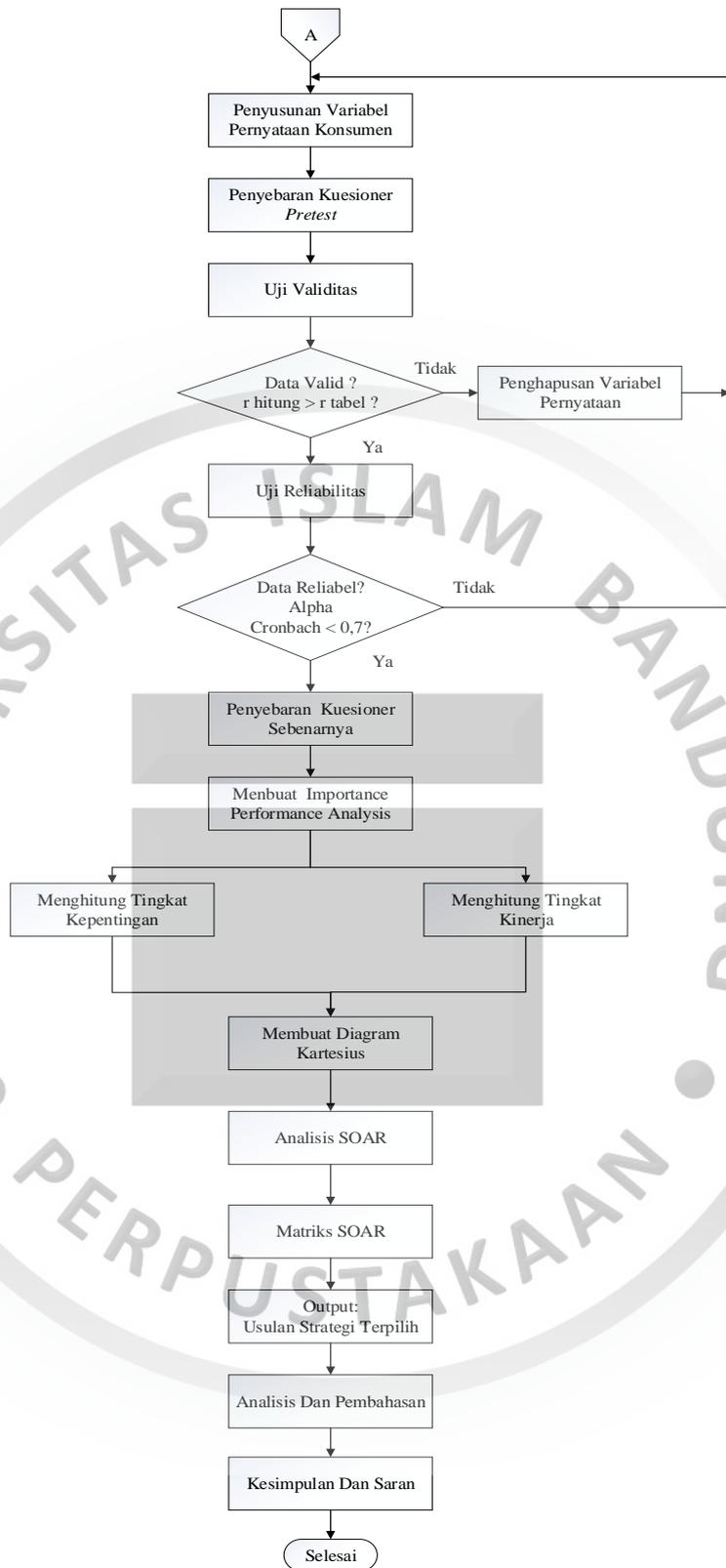
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pengembangan Kerangka Kerja

Metode penelitian adalah serangkaian metode yang dilakukan dalam penelitian guna menghasilkan pemecahan masalah yang dihadapi. Tahapan dari penelitian dimulai dari suatu masalah yang dihadapi oleh perusahaan sampai pada pemecahan masalah yang diinginkan perusahaan. Adapun tahapan penelitian yang diuraikan dalam bentuk *flowchart* dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian



Gambar 3. 1 Lanjutan Tahapan Penelitian

3.2. Uraian Metodologi Penelitian

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses pelaksanaan penelitian tugas akhir yang digambarkan pada diagram alir (*flowchart*) di atas dapat dijabarkan di bawah ini :

1. Studi Pendahuluan

Pada penelitian ini dilakukan di perusahaan *House Of Leather* , pada pengamatan ini dipilih perusahaan *House Of Leather* karena perusahaan ini mengalami permasalahan penurunan omset dari 3 tahun terakhir.

1.1. Survei lapangan

Pada studi lapangan ini dilakukan di bagian pemasaran di perusahaan *House Of Leather*, adapun kegiatan yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung dan wawancara mengenai proses penjualan dan Proses produksi.

1.2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai permasalahan yang akan dibahas dan menentukan metode yang cocok untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi perusahaan. Studi pustaka dapat diperoleh melalui literatur berupa buku panduan, jurnal, hasil penelitian orang lain, serta pencarian informasi melalui internet.

2. Identifikasi Masalah

Melakukan observasi langsung ke persahaan bertujuan untuk menemukan permasalahan yang akan di angkat dalam penelitian berdasarkan data dan fakta – fakta yang terjadi dilapangan.

3. Perumusan Masalah

Perumusan masalah didapatkan dari hasil pengamatan langsung terhadap proses produksi dan penjualan pada perusahaan CV. *House Of Leather* diperlukan adanya strategi pemasaran untuk mengetahui bagaimana kinerja perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran selama ini,.

4. Tujuan Penelitian

Pada tujuan penelitian ini dilakukan untuk memberikan perbaikan dalam permasalahan yang sedang terjadi di perusahaan. Juga bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi penurunan permintaan tas kulit, menentukan Prioritas utama yang harus ditingkatkan, dan perencanaan

yang strategis yang dapat dilakukan perusahaan sehingga menghasilkan strategi pemasaran untuk perusahaan.

5. Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data ini untuk mengetahui data yang akan digunakan dalam pengolahan data, dilakukan pengumpulan data yang mencakup dalam penelitian ini, baik pengambilan data primer maupun sekunder pada perusahaan..

6. Pengolahan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data yang ada di perusahaan untuk digunakan sebagai input atau dasar pengolahan data, Adapun pengumpulan data yang diperoleh data omset penjualan perusahaan dari tahun 2015 hingga tahun 2017, data visi dan misi perusahaan.

❖ Data Penyebaran Kuesioner Terbuka

Penyebaran kuesioner terbuka dilakukan guna mengetahui keinginan mendasar dari pihak konsumen dengan menuliskan langsung pendapatnya. Nantinya hasil dari kuesioner terbuka ini berupa variabel-variabel yang diinginkan konsumen yang kemudian dijadikan sebagai pertanyaan pada kuesioner tertutup eksternal.

❖ Data Penyebaran Kuesioner *Pretest*

Pada tahap ini dilakukan *pretest* dimana pertanyaan merupakan hasil dari jawaban pelanggan pada kuesioner terbuka. Pada *pretest* ini yaitu terdapat pertanyaan yang mewakili jawaban pelanggan. Pada *pretest* ini yaitu dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Kuesioner disebar kepada 30 responden dengan target yaitu wanita berusia 20 hingga 60 tahun pengguna Tas Kulit di kota Bandung.

❖ Uji Validitas

Pada tahap ini penulis melakukan pengujian data yaitu uji validitas dimana penulis ingin mengetahui sejauh mana pertanyaan yang dibuat valid atau tidak. Pertanyaan yang diuji yaitu dapat dikatakan *valid* apabila r hitung $>$ r tabel.

❖ Uji Reliabilitas

Pengujian dilakukan untuk mendapatkan ketepatan hasil yang diperoleh dari suatu pengukuran. Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan kestabilan dan kekonsistenan alat ukur dalam mengukur konsep yang ingin diukur. Uji

reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 17.0 nilai koefisien reliabilitas (*Alpha Cronbach*) berkisar antara 0 hingga 1. Makin besar koefisien ini maka makin besar keandalan alat ukur yang digunakan. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Alpha Cronbach*) ≥ 0.7 maka menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan sudah handal.

❖ **Penyebaran Kuesioner Sebenarnya**

Pada tahap ini dilakukan penyebaran kuesioner sebenarnya dengan tujuan mendapatkan hasil dari keinginan konsumen dengan jumlah penyebaran berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin.

7. Membuat Importance-Performance Analysis

Dalam tahap ini dilakukan perhitungan dari data-data yang sudah di peroleh dari kuesioner penilaian harapan dan kinerja pada perusahaan diolah metode Importance-Performance Analysis, Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut : No. (2.1)

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus maka setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut : No. (2.2)

8. Membuat Diagram Kartesius

Pada analisis *Importance-Performance Analysis*, dilakukan pemetaan kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. dapat dilihat pada Gambar 2.2.

9. ANALISIS SOAR

Pembuatan Analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) merupakan strategi bisnis yang berpatokan pada hal-hal positif yang telah dimiliki oleh sebuah usaha untuk dikembangkan dan dijadikan keunggulan utama.

10. Membuat Matriks SOAR

Setelah semua tahapan dilakukan, maka langkah selanjutnya yaitu tahap pencocokkan yang dimulai dari matriks SOAR. Pada tahap matriks SOAR ini di buat

mengenai daftar aspirasi eksternal perusahaan, daftar hasil eksternal perusahaan, daftar kekuatan internal perusahaan, daftar peluang internal perusahaan, selanjutnya dari daftar-daftar tersebut dibuat agar *matching* yakni dalam rangka memformulasikan strategi-strategi alternatif. Berikut empat strategi dari matriks SOAR yang merupakan *matching tool* pada Gambar 3.4 :

<p>INTERNAL</p>	<p><u>KEKUATAN (STENGTH)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Daftar Faktor Kekuatan Internal 	<p><u>PELUANG (OPPORTUNITIES)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Daftar Peluang Eksternal
<p>EKSTERNAL</p>	<p><u>Strategi SA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Mencapai Aspirasi 	<p><u>Strategi OA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ciptakan Strategi Yang Berorientasi Kepada Aspirasi Yang DiHarapkan Untuk Memanfaatkan Peluang
<p><u>Aspirasi (Aspiration)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Daftar Faktor Harapan dari Internal 	<p><u>Strategi SR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ciptakan Strategi yang Berdasarkan Kekuatan Untuk Mencapai Hasil Yang Terukur 	<p><u>Strategi OR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Strategi Yang Berorientasi Kepada Kesempatan Untuk Mencapai Visi
<p><u>Hasil (Result)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Daftar Hasil yang Terukur Untuk Diwujudkan 		

Gambar 3. 2 Matriks SOAR

- a. Strategi SA (*Strengths- Aspirations*)
- b. Strategi OA (*Opportunities - Aspirations*)
- c. Strategi SR (*Strengths-Results*)
- d. Strategi OR (*Opportunities – Results*)

❖ **Output**

Setelah dilakukan pengolahan data untuk setiap matriks, maka *output yang* dihasilkan berupa usulan strategi yang terpilih. Usulan strategi terpilih diperoleh berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan IPA. Seluruh faktor internal dan eksternal perusahaan ditentukan nilai kemenarikannya dengan stratetegi hasil analisis setiap matriks,

11. Analisis dan Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di perusahaan House Of Leather untuk dapat memecahkan masalah yang sedang terjadi di perusahaan. Dalam tahap ini

dilakukan analisis terhadap empat perspektif yang telah diukur dengan data dan hasil kuesioner yang telah didapat.

12. Kesimpulan

Tahapan terakhir yang dilakukan adalah penarikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan tahap yang telah dilalui. Kesimpulan harus dapat mengungkapkan hal-hal pokok yang diperoleh dari intisari penelitian. Sedangkan saran ditujukan untuk memberikan petunjuk bagi pengembangan dari penelitian sejenis yang terkait yang mungkin akan dilakukan.



