

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan tujuan untuk memahami kondisi atau keadaan pada objek penelitian. Metode kualitatif deskriptif ini untuk mengkaji serta menjabarkan dengan jelas secara deskriptif mengenai strategi dan tindakan apa saja yang dilakukan oleh PT. Bali Sundaram agar dapat memperbaiki strategi dan dapat bertahan dalam bisnis jasa *Tour & Travel*.

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **3.1.1 Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Bali Sundaram Travel yang beralamat di Jalan Pundak No 3A Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali.

##### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023 hingga Juli 2024.

#### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

##### **3.2.1 Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini jenis sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Data primer merupakan data hasil penelitian yang didapatkan dari objek penelitian PT Bali Sundaram secara langsung tanpa adanya perantara. Untuk mendapatkan data primer, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara langsung maupun teknik observasi.

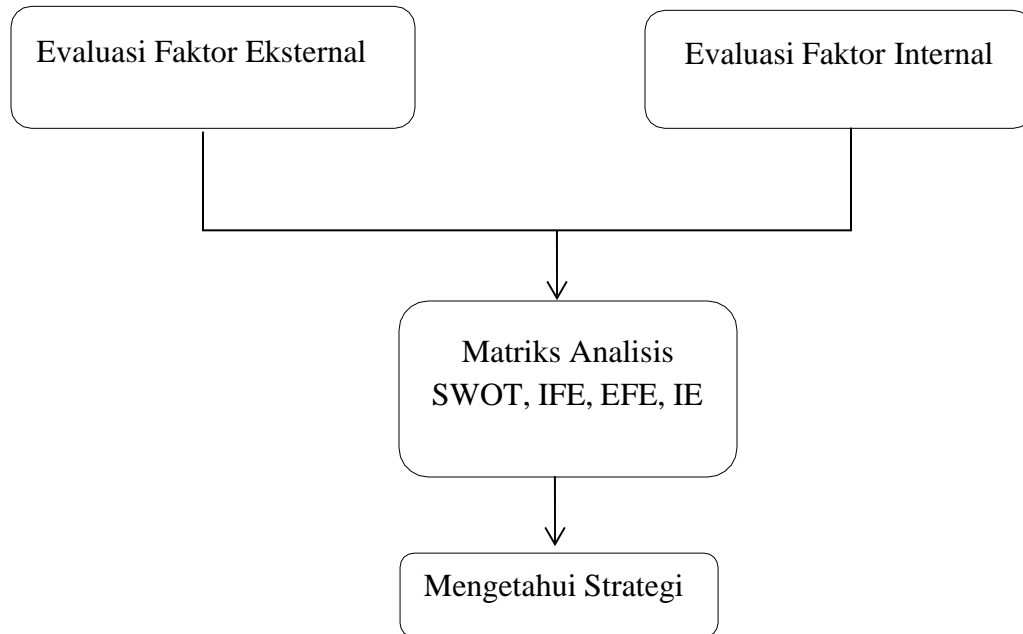
- a. Metode wawancara yaitu teknik mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung kepada pihak yang berhubungan dengan penelitian. Dalam pelaksanaan teknik wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara dan terwawancara. Teknik wawancara ini dengan maksud menggali informasi yang akurat dan tepat langsung pada pihak yang berkepentingan.

Narasumber dalam teknik wawancara ini melibatkan pihak internal dan pihak external. Pihak internal berjumlah satu orang yang merupakan pemilik dari PT Bali Sundaram yaitu Ibu Retnowati (43 Tahun). Beliau sudah memiliki pengalaman dalam bidang pariwisata selama 12 tahun. Diawali dengan Beliau menjadi seorang tour guide (pemandu wisata) di suatu biro travel dan kini dapat membuka perusahaan sendiri dalam 8 tahun kebelakang. Narasumber dari pihak eksternal berjumlah dua orang. Narasumber yang pertama ini merupakan Staff Product & quotation PT Happy Trails yaitu Ibu Stitha (28 Tahun). Beliau sudah memiliki pengalaman di bidangnya selama 5 tahun. Narasumber yang kedua merupakan Staff Marketing PT. Harum Indah Sari Tours yaitu Ibu Ketut (30 Tahun). Beliau sudah memiliki pengalaman di bidangnya selama 6 tahun.

- b. Metode observasi yaitu pelaksanaan pengamatan secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang berkaitan dengan fokus penelitian. Instrumen observasi digunakan dalam penelitian kualitatif sebagai pelengkap dari teknik wawancara yang telah dilakukan. Observasi dalam penelitian kualitatif digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung objek penelitian, sehingga peneliti mampu mencatat dan menghimpun data yang diperlukan untuk mengungkap penelitian yang sedang dilakukan.

Peneliti memilih teknik observasi dalam penelitian ini karena sangat bermanfaat terhadap pemecahan masalah penelitian atau sesuai dengan tujuan penelitian. Data diperoleh dari peneliti yang berada dilapangan dengan mengadakan pengamatan secara langsung. Observasi ini dilakukan dengan mengamati kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang serta permasalahan apa saja yang dialami oleh bisnis PT Bali Sundaram Travel

### 3.3 Metode Analisis Data



**Sumber : Hasil Olah Peneliti**

#### 3.3.1 Matriks Internal Factor Evaluation

*Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan alat perumusan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan sebuah bisnis (David & David, 2017; Putri et al 2022). Matriks IFE berkaitan dengan lingkungan internal bisnis dengan menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh sebuah bisnis. Faktor-faktor tersebut berhubungan dengan kondisi yang terjadi di dalam perusahaan meliputi manajemen pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, serta budaya perusahaan (Zulfa & Rachmawati, 2021). Matriks IFE bertujuan untuk menganalisis faktor internal agar sesuai dengan kenyataan sebuah bisnis sehingga diharapkan memperoleh sebuah gambaran yang lebih terukur dengan tujuan merumuskan strategi. Berikut merupakan langkah dalam menyusun Matriks IFE :

1. Mengidentifikasi faktor internal, diidentifikasi dengan menyusun semua kekuatan dan kelemahan yang dimiliki bisnis.
2. Pemberian bobot setiap faktor. Penentuan bobot pada faktor internal dilakukan dengan memberikan nilai 0-1. Nilai 0 berarti faktor tidak penting, sedangkan nilai 1 berarti faktor sangat penting.
3. Pemberian rating/peringkat menggambarkan seberapa besar pengaruhnya terhadap strategi yang ada. Ketentuan pemberian rating adalah skala 1-4, nilai 1 berarti sangat lemah, nilai 2 berarti lemah, nilai 3 berarti kuat, dan nilai 4 berarti sangat kuat. Hal yang penting Kekuatan harus mendapat peringkat 3-4, sedangkan Kelemahan harus mendapat peringkat 1-2
4. Perkalian bobot dan rating. Setelah bobot dan rating diberikan pada setiap poin faktor internal, bobot dan rating dikalikan kemudian akan didapatkan nilai tertimbang. Nilai tertimbang dari setiap faktor dijumlahkan untuk memperoleh total nilai tertimbang.

**Tabel 3.1 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Nilai Tertimbang</b>
<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
<b>Jumlah</b>			

Sumber : David Fred R (2006:207)

### 3.3.2 Matriks External Factor Evaluation

*Matriks External Factor Evaluation* (EFE) merupakan indikator perumusan yang digunakan untuk mengetahui faktor eksternal perusahaan. Faktor eksternal memiliki peran untuk merumuskan peluang dan ancaman yang akan berpengaruh terhadap tindakan yang diambil oleh perusahaan (Aryani et al., 2020). Matriks EFE dipengaruhi oleh lingkungan eksternal, yaitu faktor peluang dan ancaman. Analisis ini berfokus pada mengevaluasi kondisi dan tren di luar kendali perusahaan. Tujuan analisis eksternal adalah untuk mengembangkan daftar peluang yang dapat menguntungkan perusahaan serta mengidentifikasi ancaman yang harus dihindari perusahaan. Dengan menganalisis matriks EFE, sebuah bisnis diharapkan memperoleh gambaran mengenai keadaan yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan (Zulfa & Rachmawati, 2021). Berikut merupakan langkah dalam menyusun Matriks EFE :

1. Mengidentifikasi faktor eksternal bisnis, diidentifikasi dengan menyusun semua peluang dan ancaman yang dimiliki bisnis.
2. Pemberian bobot setiap faktor. Penentuan bobot pada faktor eksternal dilakukan dengan memberikan nilai 0-1. Nilai 0 berarti faktor tidak penting, sedangkan nilai 1 berarti faktor sangat penting.
3. Pemberian rating/peringkat menggambarkan seberapa besar pengaruhnya terhadap strategi yang ada. Ketentuan pemberian rating adalah skala 1-4, nilai 1 berarti sangat lemah, nilai 2 berarti lemah, nilai 3 berarti kuat, dan nilai 4 berarti sangat kuat.
4. Perkalian bobot dan rating. Setelah bobot dan rating diberikan pada setiap poin faktor eksternal, bobot dan rating dikalikan kemudian akan didapatkan nilai tertimbang. Nilai tertimbang dari setiap faktor dijumlahkan untuk memperoleh total nilai tertimbang.

**Tabel 3.2 Matriks External Factor Evaluation (EFE)**

<b>Faktor External</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Nilai Tertimbang</b>
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b> 1. 2. 3. 4. 5.			
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b> 1. 2. 3. 4. 5.			
<b>Jumlah</b>			

Sumber : David Fred R (2006:207)

### **3.3.3 Matriks Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk perencanaan strategis dan manajemen strategis dalam sebuah organisasi. Analisis SWOT dapat digunakan secara efektif untuk membangun strategi organisasi dan strategi bersaing (Gürel & Tat, 2017; Putri et al 2022). Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang dimiliki oleh bisnis. Analisis SWOT bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi secara sistematis untuk menentukan perencanaan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta pada saat yang sama dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Zahra et al., 2021). Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebuah perusahaan dapat menarik kesimpulan mengenai (Gürel & Tat, 2017; Putri et al 2022):

1. Bagaimana strategi organisasi dapat disesuaikan dengan kemampuan sumber daya dan peluang pasarnya.

2. Seberapa mendesak bagi organisasi untuk memperbaiki kelemahan sumber daya tertentu dan menjaga terhadap ancaman eksternal tertentu.

Ada empat strategi yang dapat dikembangkan oleh sebuah bisnis dengan analisis SWOT, yaitu:

1. Strategi S-O (*Strength-Opportunities*), merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan internal untuk mendapatkan kekuatan eksternal.
2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), merupakan strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan internal bisnis dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi S-T (*Strength-Threats*), merupakan strategi dengan berusaha menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
4. Strategi W-T (*Weakness-Threats*), merupakan strategi bertahan dengan mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

**Tabel 3.3 Matriks Evaluasi SWOT**

	<b>Kekuatan – <i>Strenght</i> (S)</b> Tuliskan Kekuatan 1. 2. 3. 4. 5.	<b>Kelemahan – <i>Weakness</i> (W)</b> Tuliskan Kelemahan 1. 2. 3. 4. 5.
<b>Peluang– <i>Opportunities</i> (O)</b> Tuliskan Peluang 1. 2. 3. 4. 5.	<b><i>Strenght Opportunities</i> (SO)</b> Gunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang 1. 2. 3. 4. 5.	<b><i>Weakness Opportunities</i> (WO)</b> Mengatasi kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang 1. 2. 3. 4. 5.
<b>Ancaman - <i>Threats</i> (T)</b> Tuliskan Ancaman 1. 2. 3. 4. 5.	<b><i>Strenght Threats</i> (ST)</b> Gunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari ancaman 1. 2. 3. 4. 5.	<b><i>Weakness Threats</i> (WT)</b> Meminimalkan kelemahan perusahaan dan menghindari ancaman 1. 2. 3. 4. 5.

**Sumber : David Fred R (2006:287)**

### 3.3.4 Matriks Internal External

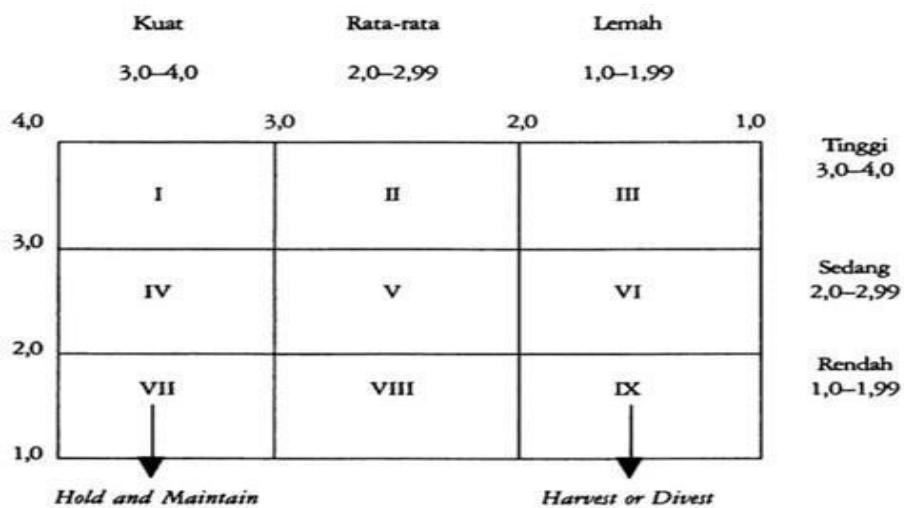
*Matriks Internal External* (IE) merupakan hasil dari gabungan matriks IFE dan matriks EFE. Matriks IE bertujuan untuk menentukan posisi perusahaan agar dapat diketahui strategi yang harus dilakukan sebuah bisnis secara umum. Matriks IE terdiri dari sembilan kuadran serta memiliki dua dimensi, yaitu besaran nilai matriks IFE ditempatkan pada sumbu X dan besaran nilai matriks EFE ditempatkan pada sumbu Y



(David & David, 2017). Hasil dari matriks IE dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu (Setyorini et al., 2016):

1. *Grow and Build* (tumbuh dan membangun) berada di dalam sel I, II, atau IV. Strategi yang dapat diterapkan adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal)
2. *Hold and Maintain* (menjaga dan mempertahankan) di dalam sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dapat diterapkan adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar.
3. *Harvest and Divest* (panen atau divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dapat diterapkan adalah divestasi strategi penciutan dan divestasi.

**Gambar 3.1 Matriks Internal External**



Sumber : David Fred R (2010:344-346)