

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

Menurut Juliansyah Noor mengatakan bahwa “Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel”. Biasanya penelitian kuantitatif berupa angka-angka yang dihasilkan dari pengolahan data.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif studi kasus melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya

#### **3.2. Obyek dan Sumber Data Penelitian**

##### **3.2.1. Obyek penelitian**

Obyek penelitian dilakukan di Rumah Sakit Lawang Medika di bawah kepemilikan PT. Dasa Usaha Jaya yang beralamat di Jl. DR Cipto 8 Bedali Lawang Kabupaten Malang

##### **3.2.2. Sumber Data**

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Hal tersebut berarti bahwa peneliti berperan sebagai pihak kedua, karena tidak didapatkan secara langsung. Menurut Sugiono, mendefinisikan data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data jumlah kunjungan pasien rawat inap dan rawat jalan PT. Dasa Usaha Jaya.

### **3.3. Variabel Operasional dan Pengukuran**

#### **3.3.1. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah

#### **3.3.2. Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (Strengths) dan kelemahan-kelemahan (Weakness) suatu lembaga atau organisasi dan kesempatan-kesempatan (Opportunities) serta ancaman-ancaman (Threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi perusahaan

1. Faktor internal meliputi Strength (kekuatan) dan Weakness (kelemahan)
  - a. Strength merupakan situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini.
  - b. Weakness merupakan situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini.
2. Faktor eksternal meliputi opportunity (peluang) dan treath (ancaman)
  - a. Opportunity merupakan situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Peluang adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen dalam mencari dan mengetahui apa saja yang menjadi peluang dan kesempatan bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sehingga perusahaan tersebut dapat meraih pangsa pasar dengan keuntungan yang lebih besar.
  - b. Threat adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen untuk mengetahui tantangan yang akan dan telah dihadapi perusahaan yang timbul karena karena adanya suatu kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan di luar perusahaan.

### **3.3.3. Volume Penjualan**

Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Besar kecilnya volume penjualan dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual. Volume penjualan merupakan total penjualan yang di dapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2009) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sugiyono (2009) juga menjelaskan bahwa “dalam penelitian pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 teknik penelitian, diantaranya :

#### **a. Observasi**

Menurut Widoyoko (2014) observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian”. Menurut Sugiyono (2014) “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis”. Menurut Riyanto (2010) “observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung:. Berdasarkan penjelasan para ahli, maka data disimpulkan bahwa observasi adalah penelitian dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari pelbagai proses biologis dan psikologis secara langsung maupun tidak langsung yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Tujuan digunakannya observasi sebagai metode penelitian diantaranya untuk mengetahui kondisi posisi Rumah Sakit Lawang Medika.

Jenis-jenis observasi menurut Riyanto (2010):

#### **1. Observasi partisipan**

Observasi partisipan adalah observasi dimana orang yang melakukan pengamatan berperan serta ikut ambil bagian dalam kehidupan orang yang diobservasi.

#### **2. Observasi non Partisipan**

Observasi dikatakan non partisipan apabila observer tidak ikut ambil bagian kehidupan observee.

3. Observasi sistematis (Structured observation)

Observasi sistematis, apabila pengamat menggunakan pedoman sebagai instrument pengamatan.

4. Observasi non sistematis

Observasi yang dilakukan oleh pengamat dengan tidak menggunakan instrument pengamatan.

5. Observasi eksperimental

Pengamatan dilakukan dengan cara observe dimasukkan ke dalam suatu kondisi atau situasi tertentu.

Peneliti menggunakan observasi partisipan karena dalam penelitiannya ikut andil dalam segala macam kegiatan yang dilakukan observe. Penggunaan observasi sistematis bertujuan supaya observasi yang dilakukan oleh peneliti terstruktur, tidak keluar dari alur penelitian. Observasi digunakan untuk mengamati kondisi internal dan eksternal Rumah Sakit Lawang Medika

b. Wawancara

Menurut Riyanto (2010) interview atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden. Menurut Afifuddin (2009) wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden.

Berdasarkan penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa, interview atau wawancara merupakan metode pengambilan data dengan bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab antara penyelidik dengan subyek atau responden dalam suatu topic tertentu. Wawancara sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mencari data kepada narasumber mengenai kondisi faktor internal dan eksternal Rumah Sakit Lawang Medika.

c. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006) adalah metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. Menurut Riyanto (2012) metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada.

### **3.5. Prosedur Analisis**

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dengan menghitung IFAS (Internal Factors Analysis Strategic) dan analisis EFAS (Eksternal Factors Analysis Strategic) dengan menggunakan skala model likert. Menurut Arikunto (2009) mengatakan bahwa “ Dengan skala ini responden diminta untuk membubuhkan tanda (√) pada salah satu dari lima kemungkinan jawaban yang tersedia “sangat setuju”, “setuju”, “tentu tidak”, “tidak setuju”, “ sangat tidak setuju”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2011) mengatakan bahwa “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”. Hampir sama dengan Arikunto bahwa jawaban setiap item pernyataan mempunyai skor yang berbeda. Menurut Sugiyono (2011) menyebutkan bahwa “jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, sangat tidak setuju”.

Berdasarkan pernyataan Arikunto dan Sugiyono maka pada penelitian ini untuk menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan, peneliti menggunakan skala likert dengan “sangat tidak setuju” dengan skor 1, “tidak setuju” dengan skor 2, “kurang setuju” dengan skor 3, “setuju” dengan skor 4 dan “sangat setuju” dengan skor 5.

#### **3.5.1. Analisis IFAS (Internal Factors Analysis Strategic)**

Menurut Wahyu (2010) mengatakan bahwa “IFAS adalah suatu bentuk analisis strategis dari faktor-faktor internal organisasi/perusahaan”. Langkah-langkah dalam menyusun IFAS adalah sebagai berikut :

1. Membuat matrik yang terdiri dari 5 kolom dan 4 baris.

2. Pada baris 2 dibuat faktor kekuatan dan faktor kelemahan organisasi.
3. Pada kolom 2, berikan bobot pada masing-masing faktor dimulai dari angka 0,0... untuk faktor yang tidak penting, dan 1,0 untuk faktor yang dianggap sangat penting. Indikator penting dan tidaknya faktor adalah tingkat peran faktor tersebut terhadap dampaknya bagi keputusan strategis.
4. Pada kolom 3 adalah rating untuk masing-masing faktor. Angka rating dimulai dari angka 1 untuk kondisi lemah dan sampai 4 bagi faktor yang kuat berpengaruh bagi organisasi/perusahaan. Cara memberikan rating adalah :
  - a. Faktor kekuatan adalah nilai positif 1 (+1) bagi kekuatan yang bernilai kecil dan positif 4 (+4) bagi faktor kekuatan yang memiliki nilai sangat besar.
  - b. Faktor kelemahan adalah nilai positif 1 (+1) bagi kelemahan yang bernilai besar dan positif 4 (+4) bagi faktor kelemahan yang memiliki nilai sangat sedikit.
5. Kolom 4 adalah skor, yaitu perkalian antara bobot dan rating (kolom 2 dan kolom 3) dari masing-masing faktor. Hasil skor pembobotan masing-masing faktor ini akan dimulai dari angka 1 (lemah) sampai pada angka 4 (kuat).
6. Selanjutnya hasil skor ini dijumlahkan untuk memperoleh total skor pembobotan. Total skor pembobotan ini akan menunjukkan potret organisasi/perusahaan didalam menyikapi kekuatan dan kelemahan terhadap kondisi objektif internal organisasi/perusahaannya. Total skor faktor internal ini dapat dipergunakan untuk membandingkan dengan kekuatan dan kelemahan dari organisasi/perusahaan lainnya.
7. Kolom 5 berisi tentang komentar atau catatan dari masing-masing faktor. Kolom ini bersifat bila mana diperlukan.

Tabel 3.1 Tabel IFAS

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	<i>Rating</i>	Skor	Komentar
Kekuatan ( <i>Strength</i> )				

1.xxx	x,xx	x	x,xx	
2.xxx	x,xx	x	x,xx	
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1.xxx	x,xx	x	x,xx	
2.xxx	x,xx	x	x,xx	
Total	1,00		Nilai IFAS	

Sumber: Wahyu (2010)

### 3.5.2. Analisis EFAS (External Factors Analysis Strategic)

Menurut Wahyu (2010) “EFAS adalah suatu bentuk analisis strategis dari faktor-faktor eksternal organisasi/perusahaan”. Analisis ini biasanya digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman suatu organisasi/perusahaan. Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui tingkat kesiapan organisasi dalam menghadapi kekuatan dan tekanan dari lingkungan eksternal organisasi/perusahaan. Adapun yang harus dilakukan dalam menyusun EFAS adalah sebagai berikut:

1. Membuat matrik yang terdiri dari 5 kolom.
2. Pada baris 2 dibuat faktor peluang dan faktor ancaman organisasi/perusahaan.
3. Pada kolom 2, berikan bobot pada masing-masing faktor dimulai dari angka 0,0... untuk faktor peluang yang tidak penting, dan 1,0 untuk faktor peluang yang dianggap sangat penting. Indikator penting dan tidaknya faktor eksternal adalah tingkat peran faktor tersebut terhadap dampaknya bagi keputusan strategis.
4. Pada kolom 3 adalah rating untuk masing-masing faktor. Angka rating dimulai dari angka 1 untuk kondisi lemah dan sampai 4 bagi faktor yang kuat berpengaruh bagi organisasi/perusahaan. Cara memberikan rating adalah :
  - a. Faktor peluang adalah nilai positif 1 (+1) bagi peluang yang bernilai kecil dan positif 4 (+4) bagi faktor peluang yang memiliki nilai sangat besar.
  - b. Faktor ancaman adalah nilai positif 1 (+1) bagi ancaman yang bernilai besar dan positif 4 (+4) bagi faktor ancaman yang memiliki nilai sangat sedikit.

5. Kolom 4 adalah skor, yaitu perkalian antara bobot dan rating (kolom 2 dan kolom 3) dari masing-masing skor. Hasil skor pembobotan masing-masing faktor ini akan dimulai dari angka 1 (lemah) sampai pada angka 4 (kuat). Namun karena pada penbelitian ini menggunakan skala likert, maka skor pembobotan dimulai
6. Selanjutnya hasil skor ini dijumlahkan untuk memperoleh total skor pembobotan. Total skor pembobotan ini akan menunjukkan potret organisasi/perusahaan disalam menyikapi peluang dan ancaman terhadap kondisi obyektif eksternal organisasi/perusahaannya. Total skor faktor eksternal ini dapat dipergunakan untuk membandingkan dengan peluang dan ancaman dari organisasi/perusahaan lain.
7. Kolom 5 berisi tentang komentar atau catatan dari masing-masing faktor. Kolom ini bersifat bilamana diperlukan

Tabel 3.2 EFAS

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1.xxx	x,xx	x	x,xx	
2.xxx	x,xx	x	x,xx	
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1.xxx	x,xx	x	x,xx	
2.xxx	x,xx	x	x,xx	
Total	1,00		Nilai EFAS	

Sumber : Wahyu (2010)



### 3.5.3. Analisis Internal dan Eksternal

Berdasarkan analisis lingkungan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan, maka perusahaan dapat mengetahui posisi perusahaan berada di kuadran mana, maka dibutuhkan matrik IE . menurut Wahyu (2010) mengatakan bahwa “Untuk menentukan posisi organisasi berada pada kuadran mana, maka sebagai acuannya adalah hasil IFAS dan EFAS”. Sumbu koordinat x untuk hasil analisis IFAS yang dimulai dari angka 0 dan ke arah kiri, sedangkan sumbu y untuk hasil EFAS mulai dari angka 0 ke arah atas. Angka 0 berada pada sudut kanan bawah, untuk lebih jelas, bisa dilihat dari matrik IE berikut:

Tabel 3.3. Matriks IE

<b>GROWTH</b> Konsentrasi melalui intergrasi vertikal	<b>GROWTH</b> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	<b>RETRENCHMENT</b> turnaround
<b>STABILITY</b> Hati-hati	<b>GROWTH</b> Konsentrasi melalui integrasi horizontal <b>STABILITY</b> Tidak ada perubahan strategi	<b>RETRENCHMENT</b> Captive company atau divesment
<b>GROWTH</b> Diversifikasi konsentrik	<b>GROWTH</b> Diversifikasi konglomerat	<b>RETRENCHMENT</b> Bangkrut atau likuidasi

Penjelasan matrik IE

- a. Strategi pertumbuhan (Growth). Tujuan strategi perusahaan mengacu pada pencapaian pertumbuhan penjualan, modal, laba atau gabungan dari semuanya. Pada posisi ini perusahaan harus bisa memanfaatkan peluang-peluang yang ada, dan mengefesiensikan biaya yang keluar agar perusahaan dapat bertahan.

- b. Strategi stabilitas (Stability). Perusahaan yang berada diposisi ini cenderung tidak adanya pertumbuhan, tetapi biasanya perusahaan yang berada diposisi ini merupakan perusahaan yang sukses beroperasi pada daya tarik industri menengah. Strategi ini berguna untuk jangka pendek karena apabila dipergunakan untuk jangka panjang maka akan berbahaya bagi perusahaan tersebut.
- c. Strategi penciutan (Retrenchment). Strategi ini dilakukan apabila perusahaan memiliki persaingan yang lemah, pada posisi ini mengakibatkan kinerja yang buruk sehingga penjualan menurun. Pada posisi ini perusahaan harus membuat strategi baru agar bergerak dan berkembang.

#### **3.5.4. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan analisis yang mudah, ampuh apabila digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mengembangkan usahanya yang dilihat dari hasil analisis faktor internal dan eksternal perusahaan. Menurut Husein (2010,hal. 86) alternatif strategi yang bisa dilakukan yaitu :

- a. Strategi SO (Strength-Opportunity) Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (Strength-Threat) Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.
- c. Strategi WO (Weakness-Opportunity) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT (Weakness-Threat) Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Berikut ini adalah bentuk bagan matriks SWOT:

Tabel 3.4. Matriks SWOT

<p><b>Internal</b></p> <p><b>Eksternal</b></p>	<p><b>Strength (S)</b></p> <p>Susunlah daftar kekuatan-kekuatan kunci internal perusahaan</p>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <p>Susunlah daftar kelemahan-kelemahan kunci internal perusahaan</p>
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <p>Susunlah daftar peluang-peluang kunci eksternal perusahaan</p>	<p><b>Strategi SO</b></p> <p>Hasilkan strategi-strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p><b>Strategi WO</b></p> <p>Hasilkan strategi-strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p><b>Treath (T)</b></p> <p>Susunlah daftar ancaman-ancaman kunci eksternal perusahaan</p>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>Hasilkan strategi-strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>Hasilkan strategi-strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>



