

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode AHP (Analisis Hierarki Proses) kualitatif positif sebagai dasar melakukan penelitian yang tujuannya untuk menganalisis seberapa jauh Konsumen dalam melakukan pemilihan terhadap faktor – faktor dasar pembelian dari produk Bear Brand. AHP adalah suatu metode yang sederhana dan fleksibel yang menampung kreatifitas dalam rancangannya terhadap suatu masalah (dibuat sesuai dengan masing-masing pemakai) (Miftahun, 2014 : 48). Dimana dalam metode ini menstruktur suatu masalah ke dalam bentuk hierarki serta memasukkan berbagai pertimbangan untuk dapat menghasilkan skala dengan prioritas relatif.

AHP bahkan dapat berfungsi tanpa data keras, selama pemakai memiliki pemahaman yang baik mengenai masalah tersebut (Miftahun, 2014 : 48). Kemudahan ini sangat sesuai dengan situasi di Indonesia, dimana data masih merupakan sumber daya yang langka. Bahkan walaupun data tersebut ada, masih harus sering dibandingkan dengan menggunakan pertimbangan untuk menentukan pentingnya data tersebut. Kekuatan AHP juga terletak pada rancangannya yang bersifat holistik yang menggunakan logika, pertimbangan berdasarkan intuisi, data kuantitatif dan preferensi kualitatif. AHP merupakan model bekerjanya pikiran yang teratur atau sekelompok pikiran untuk menghadapi kompleksitas yang ditangkapnya. Ini merupakan filosofi untuk mengatur kompleksitas tersebut dan menggunakan pengaturan tersebut untuk membuat keputusan mengenai alternatif yang terbaik untuk dipilih, bagaimana mengalokasikan sumber daya yang langka, menyelesaikan konflik, melakukan perencanaan dan menganalisis biaya dan manfaat. Kekuatan AHP terletak pada struktur hierarkhinya sendiri yang memungkinkan seseorang memasukkan semua faktor yang penting, nyata maupun tanpa wujud, dan mengaturnya dari atas ke bawah

mulai dengan yang paling penting ke tingkat yang berisi alternatif, untuk dipilih mana yang terbaik. Setiap masalah dapat dirumuskan sebagai masalah keputusan berbentuk hierarkhi, kadang-kadang dengan loop ketergantungan untuk menunjukkan bahwa beberapa elemen bergantung pada yang lain dan pada saat yang sama, yang lain bergantung padanya. Elemen-elemen dalam setiap tingkat digunakan sebagai sifat bersama untuk membandingkan elemen-elemen yang berada setingkat di bawahnya.

AHP dikembangkan pada musim semi tahun 1970 untuk menghadapi masalah perencanaan militer untuk menghadapi berbagai kemungkinan / contingency planning di Amerika Serikat (Miftahun, 2014 : 49). AHP kemudian diaplikasikan dalam pengembangan rencana transportasi untuk Sudan. Segera sesudah itu, aplikasi AHP meluas pada pemerintahan dan perusahaan baik di Amerika Serikat maupun negara lain. Selain banyak instansi pemerintah di Amerika Serikat, termasuk departemen pertahanan dan Departemen Energi, perusahaan pemakai AHP berjumlah ratusan, diantaranya IBM, General Motors, Xerox, Kodak, Rockwell International, perusahaan-perusahaan farmasi dan banyak industri lain dengan berbagai masalah desain dan pemasaran. AHP juga menyediakan suatu struktur efektif untuk pengambilan keputusan secara berkelompok dengan memaksakan disiplin dalam proses pemikiran kelompok itu. Keharusan memberi nilai numerik pada setiap variabel masalah membantu para pengambil keputusan untuk mempertahankan pola-pola pikir yang kohesif dan mencapai suatu kesimpulan. Selain itu, adanya konsensus dalam pengambilan keputusan kelompok memperbaiki konsistensi pertimbangan dan meningkatkan keandalan AHP sebagai alat pengambil keputusan.

3.2 Pengumpulan Dan Pengolahan Data

3.2.1 Jenis Dan Sumber Data

Dalam metodologi AHP, data yang digunakan merupakan data primer yang didapat dari hasil wawancara (in-depth interview) dengan dengan pakar, praktisi, dan regulator, yang memiliki pemahaman tentang permasalahan yang dibahas (Rusydiana dan Jarkasih, 2010 : 12). Dilanjutkan dengan pengisian kuesioner pada pertemuan kedua

dengan responden. Data siap olah dalam AHP adalah variabel-variabel penilaian responden terhadap masalah yang menjadi objek penelitian dalam skala numerik.

3.2.2 Populasi Dan Sampel

Pemilihan responden pada penelitian ini dilakukan secara purposive sample (sengaja) dengan mempertimbangkan pemahaman responden tersebut terhadap permasalahan dalam melakukan pemilihan terhadap faktor – faktor dasar pembelian dari produk Bear Brand. Jumlah responden dalam penelitian ini terdiri dari dua puluh satu orang, dengan pertimbangan bahwa mereka cukup berkompeten dalam mewakili keseluruhan populasi dari konsumen setia Bear Brand. Di dalam analisis AHP ini jumlah sampel ataupun responden tidak digunakan sebagai patokan validitas suatu penelitian. Untuk melihat data lengkap setiap respondennya dapat dilihat pada Lampiran 1.

Pertanyaan yang ada didalam kuesioner AHP bentuknya pair - wise comparison (perbandingan berpasangan) antar elemen didalam cluster untuk dapat mengetahui elemen mana diantara keduanya yang lebih besar pengaruhnya dan lebih dominan serta seberapa besar perbedaannya apabila dilihat dari satu sisi saja (Rusydia dan Jarkasih, 2010 : 12). Skala numeriknya yaitu 1 - 9 yang digunakan yaitu terjemahan dari penilaian verbal. Pengisian kuesioner oleh responden harus didampingi peneliti untuk menjaga konsistensi dari jawaban yang diberikan. Pada umumnya, pertanyaan pada kuesioner AHP sangat banyak jumlahnya. Sehingga faktor-faktor non teknis dapat menyebabkan tingginya tingkat inkonsistensi.

Tabel 3. 1 Perbandingan Skala Verbal dan Skala Numerik

SKALA VERBAL	SKALA NUMERIK
Amatlah sangat lebih besar pengaruhnya	9
	8
Sangatlah lebih besar pengaruhnya	7
	6
Lebih besar pengaruhnya	5

	4
Hanya sedikit lebih besar pengaruhnya	3
	2
Sama saja besar pengaruhnya	1

Sumber: Ascarya (2005)

3.3 Teknik Analisis Data

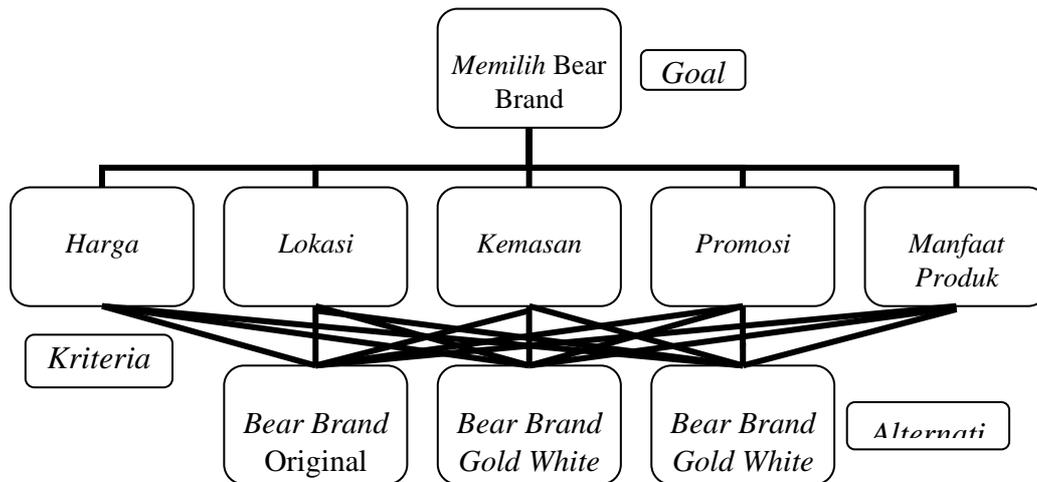
Data yang didapatkan dari penelitian akan dianalisa dengan metode AHP yang merupakan metode yang dapat digunakan dalam berbagai studi kualitatif yang beragam, seperti pengambilan keputusan, forecasting, evaluasi, mapping, strategizing, alokasi sumber daya, dan lain sebagainya (Rusydia dan Jarkasih, 2010 : 14).

3.3.1 Pembentukan Hirarki

Dalam bagian ini diperkenalkan suatu pendekatan konseptual untuk penilaian alternatif merk dengan menggunakan model AHP (Miftahun, 2014 : 50). Dalam model yang diusulkan dalam penelitian ini, setidaknya terdapat 3 level hirarki sebagai berikut:

1. Level I: Sasaran atau tujuan dari keputusan yang akan diambil ditempatkan pada puncak hirarki. Dalam hal ini sasaran yang dimaksud adalah “Pemilihan Alternatif Merk”.
2. Level II: Pada tingkatan kedua, diajukan kriteria-kriteria penilaian yang dapat menunjukkan kualitas atau tingkat pelayanan dari alternatif merk yang diusulkan. Kriteria-kriteria tersebut terdiri dari harga, lokasi, kemasan, promosi dan manfaat produk.
- Level III: Pada tingkatan ketiga, diusulkan alternatif merk.

Gambar 3. 1 Struktur *Hirarki Pemilihan Alternatif Merk*



(Sumber : pengolahan data)

Pengumpulan dan pengolahan data dengan menggunakan software Expert Choice atau Excel.

3.3.2 Landasan AHP

AHP memiliki tiga aksioma yang menjadi landasan teorinya (Rusydia dan Jarkasih, 2010 : 15) :

1. Resiprokal

Aksioma ini yang mengatakan bila $PC (EA, EB)$ merupakan nilai perbandingan yang pasangan dari elemen A dan B, dilihat dari elemen induknya yaitu C yang menunjukkan berapa kali lebih banyak elemen A dan memiliki apa yang dimiliki oleh elemen B, maka nantinya $PC (EB, EA) = 1 / PC (EA, EB)$. Jika A lima kali lebih besar dari B maka B besarnya $1 / 5$ dari besarnya A.

2. Homogenitas

Aksioma ini menyatakan elemen - elemen yang diperbandingkan sebaiknya tidak mempunyai perbedaan terlalu besar yang dapat menimbulkan kesalahan judgements lebih besar.

3. Aksioma ini menyatakan bahwa mereka yang mempunyai alasan terhadap keyakinannya harus memastikan bahwa ide-ide mereka cukup terwakili dalam hasil agar sesuai dengan ekspektasinya.

3.3.3 Prinsip Dasar AHP

Prinsip dasar dari AHP ada tiga seperti : dekomposisi, penilaian komparasi dan komposisi hierarkis atau sintesis dari prioritas (Rusyiana dan Jarkasih, 2010 : 16).

1. Prinsip Dekomposisi

Digunakan untuk menstrukturkan masalah yang dianggap kompleks serta menjadi kerangka hierarki ataupun jaringan cluster, sub - cluster, sus - sub cluster dan selanjutnya. Dengan kata lain dekomposisi merupakan memodelkan masalah untuk dimasukkan ke dalam kerangka AHP.

2. Prinsip Penilaian Komparasi

Diterapkan untuk dapat membuat perbandingan pasangan (pair - wise comparison) dari semua kombinasi elemen - elemen dalam cluster dapat dilihat dari cluster induknya. Perbandingan pasangan ini untuk mendapatkan prioritas lokal dari beberapa elemen dalam satu cluster dapat dilihat dari cluster induknya.

3. Prinsip Komposisi Hierarkis Atau Sintesis

Diterapkan untuk dapat mengalikan prioritas lokal dari beberapa elemen dalam cluster dengan prioritas “global” dari elemen induk yang dapat menghasilkan prioritas global dari keseluruhan hierarki serta menjumlahkannya untuk dapat menghasilkan prioritas global terhadap elemen level terendah.

3.3.4 Fungsi Utama AHP

Metodologi AHP memiliki tiga fungsi utama sebagai berikut (Rusyiana dan Jarkasih, 2010 : 16) :

1. Melakukan Strukturisasi Pada Kompleksitas

Dalam penelitiannya, Saaty menemukan adanya pola-pola yang sama dalam beberapa contoh tentang bagaimana manusia dalam memecahkan sebuah kompleksitas dari masa ke masanya. Dimana kompleksitas distruktur secara hierarkis ke dalam beberapa cluster yang homogen dari faktor - faktor.

a. Pengukuran Ke Dalam Skala Rasio

Metodologi dalam pengambilan keputusan yang terdahulu umumnya menggunakan pengukuran level terendah dalam pengukuran ordinal ataupun interval), sedangkan metodologi AHP dapat menggunakan pengukuran skala rasio yang mereka yakini terakurat dalam mengukur faktor - faktor yang membentuk suatu hierarki. Level pengukuran dari yang terendah sampai ke yang tertinggi adalah nominal, ordinal, interval serta rasio. Dari setiap level pengukurannya memiliki arti yang dimiliki oleh level lebih rendah dengan tambahan arti yang baru. Dalam pengukuran interval tidak memiliki arti rasio, namun memiliki arti interval, ordinal serta nominal. Pengukuran rasio dapat diperlukan untuk mencerminkan propors. Untuk tetap menjaga kesederhanaan metodologi, Saaty mengusulkan dalam penggunaan penilaian rasio dari kesetiap pasang faktor dalam hierarki untuk mendapatkan pengukuran skala rasio. Setiap metodologi dengan struktur hierarki wajib menggunakan prioritas skala rasio sebagai elemen diatas level yang terendah dari hierarki. Hal ini sangat penting dikarenakan prioritas atau bobot dari setiap elemen di level manapun dari hierarki akan ditentukan dengan mengalikan prioritas dari setiap elemen pada level dengan prioritas dari elemen induknya. Dikarenakan hasil perkalian dari kedua pengukuran level interval secara matematis tidak memiliki arti khusus, skala rasio diperlukan untuk perkalian ini. AHP dapat menggunakan skala rasio pada kesemua level terendah dari hierarki ataupun jaringan, termasuk kedalam level terendah (alternatif dalam model pilihan). Skala rasio inipun menjadikan semakin penting apabila prioritas tidak hanya digunakan untuk aplikasi pilihan saja, namun untuk aplikasi lainnya, seperti untuk aplikasi alokasi sumber daya.

b. Sintesis

Sintesis yaitu kebalikan dari analisis. Jika analisis merupakan mengurai entitas material ataupun abstrak ke dalam beberapa elemennya, maka sintesis berarti menyatukan semua bagian menjadi satu kesatuan. Dikarenakan kompleksitas,

situasi keputusan penting ataupun prakiraan serta alokasi sumber daya yang sering mengajak banyak dimensi bagi manusia untuk bisa melakukan sintesis secara intuitif, sehingga kita memerlukan suatu cara khusus untuk dapat melakukan sintesis dari banyak dimensi tersebut. Meskipun AHP memfasilitasi analisis, namun fungsi yang lebih penting lagi lainnya dalam AHP yaitu kemampuannya dalam membantu kita untuk melakukan pengukuran dan sintesis sejumlah faktor – faktor dalam hierarki atau jaringan.