

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu pengumpulan data untuk diuji atau menjawab pertanyaan dari subjek penelitian dengan melalui pengumpulan melalui daftar pertanyaan dalam survei, wawancara atau observasi. Berdasarkan penelitian deskriptif dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan penelitian analisis SWOT dalam meningkatkan strategi daya saing PT. Novo Nordisk Indonesia maka dilakukan dengan metode wawancara dan observasi sehingga data dapat dikumpulkan dan disusun laporannya.

#### **3.1. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan data primer untuk membantu memecahkan masalah, yaitu (Loafand, 2009:157):

- 1) Data primer, adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan. Pada penelitian kali ini data yang diperoleh secara langsung dari pihak perusahaan dengan melakukan observasi dan wawancara dengan jajaran tim manajemen PT. Novo Nordisk Indonesia.
- 2) Data sekunder merupakan data yang diperlukan dalam penelitian untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer. Pada penelitian kali ini data yang diperoleh melalui studi dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, majalah, serta internet untuk mendukung penelitian ini.

### 3.2. Metoda Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis diskriptif kualitatif, adalah metode analisis yang mencari hubungan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan. Dalam penelitian kali ini data aktual dikumpulkan, disusun, diklarifikasi dan dianalisis untuk kemudian diinterpretasikan yang memungkinkan untuk dilakukan pemecahan masalah yang diselidiki sehingga memberikan gambaran dan informasi mengenai masalah tersebut.

Menurut Sugiyono (2013: 430), proses analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman adalah:

#### 1. Pemilihan Data

Kajian ini dilakukan dengan metode:

- a. Tinjauan pustaka, sebagai sumber analisa teori-teori manajemen strategik yang sesuai dengan kondisi perusahaan PT. Novo Nordisk Indonesia.
- b. Kajian lapang, melalui wawancara dengan manajemen perusahaan, melakukan pemantauan terhadap strategi baik internal maupun strategi kompetitor, pemantauan terhadap kebijakan pemerintah sehingga didapatkan gambaran kondisi perusahaan di dalam menghadapi persaingan di era JKN ini.

Pada penelitian ini data yang dipilih adalah berupa hasil kebijakan dan strategi yang diambil oleh PT. Novo Nordisk Indonesia terkait dengan kebijakan-kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah terkait dengan program JKN. Selain itu juga penulis akan mengambil data yang berasal dari internal dan eksternal perusahaan berupa hasil pencapaian sales selaku *outcome* dari strategi.

## 2. Sumber Data

- a. Hasil wawancara dan interview kepada setiap Management Team (MT) di PT. Novo Nordisk Indonesia. Adapapun wawancara tersebut dilakukan kepada *Market Access and Public Affairs (MAPA) Director* selaku orang yang bertanggungjawab dari sisi *market access* dan *Key Account*. Sedangkan yang kedua wawancara akan dilakukan kepada *Sales Director* selaku orang yang bertanggungjawab dari sisi hasil penjualan perusahaan. Yang ketiga wawancara akan dilakukan kepada *Marketing Head*, selaku orang yang bertanggungjawab dari sisi strategi pemasaran. Dan yang terakhir wawancara akan dilakukan kepada *Commercial Excellence Manager* selaku orang yang mengerti dan paham dari sisi operasional baik internal maupun eksternal.
- b. Dokumen-dokumen yang ada di perusahaan seperti sejarah, visi dan misi.
- c. Buku-buku referensi untuk melengkapi penelitian tentang Analisa SWOT guna merencanakan strategi perusahaan.
- d. Jurnal-jurnal baik nasional maupun internasional guna dijadikan referensi di dalam melakukan penelitian.
- e. Data internal dan eksternal baik dari pencapaian sales maupun dari hasil survey.

## 3. Pengujian Data

Pengujian hasil Analisa data dilakukan secara informal (dalam bentuk naratif) dan formal (dalam bentuk table, garfik, dan lain-lain). Penyajian data dalam bentuk naratif untuk mengidentifikasi potensi yang ada sehingga diperoleh suatu gambaran lengkap dari permasalahan yang dibahas. Penyajian formal dilakukan untuk menggambarkan dan menjelaskan strategi pengembangan bisnis di PT. Novo Nordisk Indonesia.

## 4. Teknik Analisa Data

Semua informasi data internal dan eksternal dianalisis dengan menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT.

a. Matriks SWOT.

Menurut Gurel dan Tat. (2017 4). Matriks SWOT adalah merupakan alat yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Método ini terlebih dahulu menentukan komponen-komponen dari analisis SWOT itu sendiri seperti pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Komponen Matriks SWOT

Organizational Strengths	Characteristics that give advantage over others in the industry.
Organizational Weaknesses	Characteristics that place at a disadvantage relative to others.
Environmental Opportunities	External elements in the environment that give benefits for the organizations.
Environmental Threats	External elements in the environment that could cause trouble for the organizations.

Setelah menentukan komponen matriks SWOT, maka langkah berikutnya adalah mengidentifikasi faktor-faktor dari lingkungan internal dan eksternal. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis sebagaimana dimuat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Matriks SWOT

Internal	<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
Eksternal	<b>Opportunities</b>	<b>Threats</b>
	S-O strategies (Strategi agresif)	W-O strategies (Strategi diversifikasi)
	S-T strategies (Strategi diferensiasi)	W-T strategies (Strategi defensif)

Hasil pengumpulan data untuk setiap faktor yang diteliti dikelompokkan menurut faktor internal dan eksternal yaitu aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap situasi yang dihadapi oleh PT. Novo Nordisk Indonesia.

Selanjutnya untuk mengetahui gambaran mengenai strength posture dilakukan penjumlahan S dan W, sedangkan gambaran competitive posture dilakukan penjumlahan O dan T. Keterpaduan dari dua hal tersebut akan menunjukkan

posisi Analisis data hasil kuesioner untuk menentukan SWOT mengikuti cara penentuan faktor internal dan faktor eksternal.

b. Matriks Internal Eksternal (IE)

Menurut Dayani (2017: 184-287), tahapan-tahapan di dalam menyusun matriks IE adalah sebagai berikut:

1. Menentukan faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap perusahaan.
2. Setiap factor internal dan eksternal diberikan bobot, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot tersebut menggambarkan besarnya pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap posisi strategi bisnis perusahaan.
3. Menentukan rating untuk masing-masing faktor internal dan eksternal, mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) menurut pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Faktor-faktor yang bersifat positif terhadap perusahaan (kekuatan dan peluang) diberi rating mulai dari +1 (baik) sampai dengan +4 (sangat baik), sedangkan faktor-faktor yang bersifat negative terhadap perusahaan (kelemahan dan ancaman) diberi rating kebalikannya, mulai dari 4 (berpengaruh negative) sampai dengan 1 (sangat berpenaruh negative).
4. Faktor pembobotan diperoleh dengan mengalikan bobot dengan rating dari masing-masing faktor internal dan eksternal tersebut.
5. Nilai total dari masing-masing faktor internal dan eksternal diperoleh dengan menjumlahkan faktor pembobotan, sehingga akan menghasilkan nilai yang bervariasi mulai dari 4,0 sampai dengan 1,0.

Dengan menggunakan matriks IE, posisi perusahaan dapat ditentukan berdasarkan nilai total dari faktor dan eksternal sebagaimana dimuat dalam table 3.3.

Tabel 3.1. Matriks IE

		Total Skor Faktor Strategi Internal		
		Tinggi (3-4)	Sedang (2-3)	Rendah (1-2)
Total Skor Faktor Strategi Eksternal	Tinggi (3-4)	1 Pertumbuhan	2 Pertumbuhan	3 Penciutan
	Sedang (2-3)	4 Stabilitas	5 <u>Pertumbuhan</u> Stabilitas	6 Penciutan
	Rendah (1-2)	7 Pertumbuhan	8 Pertumbuhan	9 Likuidasi

Diagram tersebut dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

- 1) Strategi pertumbuhan yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1, 2 dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8). Strategi ini dirancang untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset, laba atau kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, pengembangan produk baru, menambah mutu produk atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Dua strategi dasar dari pertumbuhan perusahaan, adalah pertumbuhan melalui konsentrasi pada satu industri atau pertumbuhan dengan melalui diversifikasi ke industri lain.
- 2) Strategi stabilitas adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah diterapkan.
- 3) Strategi penciutan (sel 3, 6 dan 9) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan oleh perusahaan.

### **3.3. Hipotesis**

Menurut Arikunto 2010: 7, hipotesis hanya dibuat jika yang dipermasalahkan menunjukkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Jawaban untuk satu variabel yang sifatnya deskriptif, tidak perlu dihipotesiskan. Penelitian eksploratif yang jawabannya masih dicari dan sukar diduga, tentu sukar ditebak apa saja, atau bahkan tidk mungkin dihipotesiskan. Berdasarkan pendapat tersebut, maka pada penelitian kali ini tidaka da hipotesis.