

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Metode Penelitian

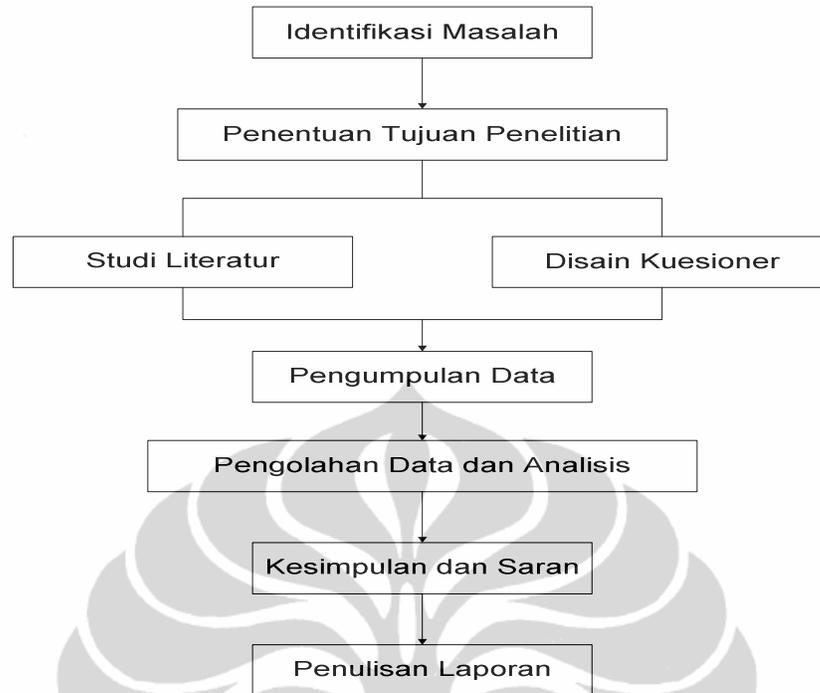
Jenis penelitian ini adalah survey sedangkan metodenya yaitu deskriptif analitis. Kerlinger (196) mengatakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut (Riduwan, “Metode dan teknik Menyusun Tesis”, 2006, h. 49)

Metode survey deskriptif adalah suatu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Setelah data diperoleh kemudian hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan pada akhir penelitian akan dianalisis gambaran tentang fakta-fakta, sifat dan hubungan antar gejala dengan penelitian penjelasan (*explanatory research*).

Survey dilakukan dengan melakukan pengamatan untuk mendapatkan keterangan-keterangan yang jelas terhadap suatu masalah tertentu dalam suatu penelitian. Penelitian dilakukan secara meluas dan berusaha mencari hasil yang segera dapat digunakan untuk suatu tindakan yang sifatnya deskriptif yaitu melukiskan hal-hal yang mengandung fakta yang fungsinya merumuskan dan melukiskan apa yang terjadi.

Secara umum penelitian ini melalui tahapan studi pendahuluan, pengembangan model dan hipotesis penelitian, pengumpulan dan pengolahan data sehingga akhirnya di dapat kesimpulan sebagai hasil interpretasi analisis.

Adapun tahapan yang spesifik dari penelitian ini dapat dilihat di gambar dibawah ini.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

3.2 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi - informasi yang berkaitan dengan kualitas jasa dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Konsep-konsep teoritis dari berbagai sumber seperti jurnal-jurnal penelitian, buku-buku literatur, artikel dalam majalah, karya penelitian berupa tugas akhir pasca sarjana dipelajari untuk memperoleh landasan teoritis yang dapat digunakan untuk mengembangkan konsep penelitian.

Review literatur ditekankan pada Konsep Manajemen strategi , Analisa SWOT dan *Porter 's 5 Forces* serta profil kompetitif terhadap bisnis *PSTN Wireline*.

3.3 Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan cara melihat dan mempelajari langsung sistem layanan telekomunikasi yang diberikan oleh operator. Selain itu, wawancara langsung dengan pelanggan jasa *PSTN Wireline* dan pihak operator akan menjadi masukan yang sangat berarti di dalam penelitian ini. Penulis juga menjelaskan kepada target kuesioner mengenai maksud dan tujuan dari

penyebaran kuesioner, cara pengisiannya untuk menghindari kesalahan persepsi dalam pengisian kusioner.

3.4 Pengembangan Model dan Hipotesa Penelitian

Pengembangan model penelitian dilakukan dengan cara mengidentifikasi variable-variabel penelitian berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian dan didukung landasan-landasan teori yang diperoleh melalui studi pustaka. Setelah itu diformulasikan suatu model penelitian yang menggambarkan hubungan antar tiap variabel penelitian. Untuk keperluan perancangan kuesioner yang digunakan dalam memperoleh data, maka dikembangkan identifikasi elemen – elemen dari setiap variabel penelitian.

3.5 Sumber Data

Data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian diperoleh dari dua sumber data:

1. Data Primer

Data yang dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan manajemen perusahaan tempat penelitian Data yang terkait dengan data primer diantaranya sebagai berikut: Profil UNES TNS, Identifikasi *Key Succes Factor* untuk analisis SWOT, Lembar kuesioner yang disampaikan ke pelanggan , Bussiness Overview TNS, dan lain-lain.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh baik dari perusahaan maupun dari luar perusahaan. Dari intern perusahaan yang dikumpulkan diantaranya adalah: Pendapatn UNES TNS tahun 2007-2009, profile pelanggan TNS, Keputusan Direksi terkait DIVES, portofolio produk PT TELKOM dan sebagainya.

Sedangkan data dari luar perusahaan diantaranya adalah : *customer base*, portofolio bisnis pelanggan, karakteristik pelanggan, dan lain-lain.

Data sekunder diperoleh melalui penyebaran kuesioner, wawancara dengan *account manager* atau studi pustaka dari beberapa literature , majalah dan jurnal berkaitan dengan jasa telekomunikasi.

3.6 Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi obyek penelitian ini adalah pelanggan korporasi *segment Trading & Services* dengan sebagian besar lokasi kantor pusat berada di Jakarta. Sejalan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini, maka untuk menghindari adanya distorsi hasil penelitian, pengambilan sampel akan dikerjakan menggunakan teknik *Stratified Random Sampling*, dimana populasi pelanggan dikelompokkan menjadi 7 (tujuh) kelompok berdasarkan sub segmentasi pelanggan sehingga didapat kelompok-kelompok populasi yang lebih homogen

Adapun jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin (1960) yang dikutip sevilla (1994) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (misalnya 1 sampai dengan 20 %)

Merujuk pendapat di atas maka penentuan jumlah sampel dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1589}{1 + 1589 \times 0,2^2} = \frac{1589}{64,56} = 24,61 \approx 25 \text{ responden}$$

Jadi jumlah sampel sebesar 25 responden yang terdiri dari perwakilan subsegment pelanggan dalam Unit Segmen *Trading & Service*.

Penentuan pelanggan yang dipilih sebagai target kuesioner dilakukan dengan cara pemilihan secara acak dari jumlah alokasi proportional sampel yang telah ditentukan sesuai dengan kelompoknya sehingga tiap subsegment dari populasi pelanggan segmen *Trading & Service* mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Bertolak dari kondisi-kondisi tersebut, Riduwan dalam bukunya mengatakan bahwa mutu penelitian tidak selalu ditentukan oleh besarnya sampel, tetapi oleh kokohnya dasar-dasar teorinya, desain penelitian serta mutu pelaksanaan dan pengolahannya (Riduwan, “Metode Dan Teknik Menyusun Tesis”, 2006 , h.277)

Adapun hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan mewakili keadaan populasi ditentukan oleh beberapa parameter diantaranya parameter kecermatan peneliti dalam mendeskripsi ciri-ciri populasi , ketepatan dalam pemilihan tehnik sampel serta jumlah sampel yang diambil (Supardi , “Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis”, 2005 , h 104)

3.7 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner

Variabel-variabel penelitian ditentukan dan dituangkan dalam bentuk kuesioner dengan daftar pertanyaan yang menilai fitur-fitur layanan jasa dan disusun secara kronologis menurut pengalaman layanan jasa yang dialami. Materi kuesioner dilakukan dengan wawancara tenaga ahli yang terkait dengan bidang tersebut diantaranya yaitu :

- a. General Manager UNES TNS (1 orang)
- b. Manager Solution TNS dan Manager Analis TNS (2 orang)
- c. Para Koordinator Account Manager (2 orang)
- d. Para Senior Account Manager (4 orang).

3.8 Pengolahan Data

Di dalam pengolahan data, dilakukan pembentukan model dengan estimasi terhadap model untuk menghasilkan nilai-nilai parameter dengan menggunakan salah satu metode estimasi yang tersedia. Pemilihan metode estimasi yang digunakan ditentukan berdasarkan karakteristik dari variabel-variabel yang telah ditentukan.

3.8.1 Pemodelan Porter

Pendefinisian peran dalam model Porter's 5 Forces pada bisnis PSTN *Wireline* dalam industri telekomunikasi nasional, dijabarkan sebagai berikut :

- 1 Pemain baru didefinisikan sebagai pemain yang saat ini belum terjun ke dalam bisnis PSTN *Wireline*, namun dengan potensi yang dimilikinya memungkinkan pemain baru ini untuk terjun ke dalam bisnis ini.
- 2 Produk pengganti (substitusi) didefinisikan sebagai produk yang memiliki fungsi yang sama namun dengan teknologi yang berbeda, contohnya *Fixed Wireless* atau *mobile cellular* (berbasis teknologi CDMA atau GSM).
- 3 Pembeli adalah pelanggan korporasi segmen *Trading & Service* sebagai pengguna produk PSTN *Wireline*, merupakan pelanggan baru atau pelanggan eksisting.
- 4 Pemasok adalah Divisi *Product Owner* sebagai penyedia infrastruktur yang akan dijual oleh DIVES. Divisi *Product Owner* yaitu Divisi Infrastruktur Telekomunikasi (INFRATEL), Divisi Multimedia (DIV MEDIA), Divisi Media Akses (DIVA) dan Divisi Fixed Wireless (DFWN)
- 5 Persaingan antara kompetitor eksisting adalah persaingan antar operator penyedia layanan *PSTN Wireline*, *Fixed Wireless* atau *mobile cellular* (berbasis teknologi CDMA atau GSM).

Setelah melakukan identifikasi terhadap tiap-tiap komponen, kemudian dilakukan pemodelan dan perhitungan berdasarkan variabel-variabel dengan menggunakan asumsi pembobotan untuk menganalisis indikator dari masing-masing variabel yang telah ditentukan.

Adapun asumsi pembobotan yang digunakan untuk membantu menganalisis indikator dari setiap variabel adalah sebagai berikut :

- a) Untuk kesesuaian indikator-indikator dengan industri telekomunikasi produk *PSTN Wireline* saat ini, digunakan kriteria sebagai berikut:
 - 0 : apabila tidak sesuai dengan kondisi indikator
 - 1 : apabila sesuai dengan kondisi indikator

b) Untuk pembobotan tekanan, prosentase dari angka 1 terhadap keseluruhan menyatakan nilai *kuantitatif* dari tekanan yang ada pada satu sumber tekanan, kemudian hasilnya diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu :

- LOW : 0 – 33.33%
- MEDIUM : 33.34%– 66.66%
- HIGH : 66.67%– 100%

3.8.2 Pemodelan SWOT

Posisi kuadran untuk strategi SWOT dapat dihitung menggunakan kombinasi rating dan bobot, dengan mengumpulkan informasi yang dilakukan melalui kuesioner dengan target adalah pelanggan korporasi *segmen Trading and Service*, kemudian dilakukan perhitungan pembobotan berdasarkan hasil pengisian kuesioner untuk kemudian dilakukan analisa lebih lanjut.

Model yang digunakan untuk menghitung bobot adalah sebagaimana berikut :

Tabel 3.1. Model Bobot SWOT

STP	Sangat tidak penting jika isu sangat tidak mempengaruhi kondisi layanan PSTN <i>Wireline</i>
TP	Tidak penting jika isu tidak mempengaruhi kondisi layanan PSTN <i>Wireline</i>
R	Ragu-ragu jika isu tidak dapat dijustifikasi
P	Penting jika isu mempengaruhi kondisi layanan PSTN <i>Wireline</i>
SP	Sangat Penting jika isu sangat mempengaruhi kondisi layanan PSTN <i>Wireline</i>

Karena jumlah bobot harus sama dengan 1 (satu) untuk setiap matriks evaluasi, maka bobot untuk setiap responden tidak mesti sama, tergantung dari banyak jumlah variabel yang dipilih, atau dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$A (SP) + B (P) + C (R) + D (TP) + E (STP) = 1.00 \quad \dots\dots\dots (3.2)$$

Dimana :

A = jumlah banyaknya SP dalam satu matrik evaluasi

- B = jumlah banyaknya P dalam satu matrik evaluasi
- C = jumlah banyaknya R dalam satu matrik evaluasi
- D = jumlah banyaknya TP dalam satu matrik evaluasi
- E = jumlah banyaknya STP dalam satu matrik evaluasi
- SP = bobot nilai Sangat Penting
- p = bobot nilai Penting
- R = bobot nilai Ragu-ragu
- TP = bobot nilai Tidak Penting
- STP = bobot nilai Sangat Tidak Penting

Agar Lebih Mudah maka nilai rasio perbandingan antara SP hingga STP, dibuat sama dengan 2, sehingga :

$$SP : P : R : TP : STP = 1 : 2 : 4 : 8 : 16 \dots\dots\dots (3.3)$$

Jika SP = X, maka :

$$P = 1/2 X \dots\dots\dots (3.4)$$

$$R = 1/4 X \dots\dots\dots (3.5)$$

$$TP = 1/8 X \dots\dots\dots (3.6)$$

$$STP = 1/16 X \dots\dots\dots (3.7)$$

Sehingga :

$$A (X) + B (1/2 X) + C (1/4 X) + D (1/8 X) + E (1/16 X) = 1.00 \dots (3.8)$$

$$X = 16 / (16A + 8B + 4C + 2D + E) \dots\dots\dots (3.9)$$

$$X = SP \dots\dots\dots (3.10)$$

Model yang digunakan untuk menghitung Rating adalah sebagaimana berikut:

Tabel 3.2. Model Rating SWOT

1	Isu yang disampaikan sangat tidak relevan
2	Isu yang disampaikan tidak relevan
3	Isu yang disampaikan relevan
4	Isu yang disampaikan sangat relevan

Masing-masing responden bebas untuk memasukkan rating sesuai dengan pendapatnya untuk setiap atribut dimensi.

Setelah didapatkan nilai bobot dan rating, maka total nilai untuk masing-masing dimensi dihitung berdasarkan formulasi berikut :

$$\text{Nilai}_{(\text{kekuatan-kelemahan})} = \sum (\text{rating } (S_n) \times \text{bobot } (S_n)) + \sum (\text{rating } (W_n) \times \text{bobot } (W_n))$$

$$\text{Nilai}_{(\text{peluang-tantangan})} = \sum (\text{rating } (O_n) \times \text{bobot } (O_n)) + \sum (\text{rating } (P_n) \times \text{bobot } (P_n))$$

3.9 Analisis Hasil Dan Pengolahan Data

Berdasarkan rangkuman hasil kuesioner dan pemodelan yang ada maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis deskriptif untuk memperoleh gambaran tentang hubungan faktor internal, eksternal, *positioning* layanan, citra perusahaan serta kebutuhan customer. Dengan memadukan konsep teori manajemen strategi , analisa SWOT dan Porter, maka diperoleh hasil analisa dan kesimpulan yang berdasarkan kajian dalam penelitian ini.