

BAB 3

METODELOGI PENELITIAN

3.1 PERENCANAAN PENELITIAN DAN TINJAUAN PUSAKA

Langkah pertama dalam melakukan penelitian adalah dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan menentukan tujuan dari penelitian ini. Pengidentifikasi masalah yang ada dan penentuan tujuan dari penelitian akan membuat penelitian menjadi lebih terfokus untuk memecahkan masalah yang ada dan mencapai tujuan yang diinginkan. Pembatasan hal-hal yang ingin diteliti juga diperlukan agar penelitian tidak keluar dari jalurnya.

Setelah rencana penelitian dibuat, langkah selanjutnya adalah membaca literatur-literatur yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini. Literatur ini akan digunakan sebagai dasar teori dari penelitian yang akan dilakukan. Literatur yang dicari terutama berkaitan dengan metode Porter's 5 Forces, dan teknologi dari radio terrestrial.

3.2 PENGUMPULAN DATA

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini akan digunakan untuk melakukan analisa-analisa berikutnya. Data-data tersebut adalah:

- Data-data pelaku industri bisnis radio *trunking*
- Data-data pasar, untuk melihat bagaimana kondisi pasar dari bisnis radio *trunking*
- Data-data teknis, berguna untuk melihat ancaman-ancaman yang mungkin ditimbulkan oleh teknologi lain

Untuk mendapatkan data-data tersebut dilakukan berbagai cara, yaitu antara lain dengan melakukan wawancara dengan sumber terkait dan membaca literatur yang terpercaya.

3.3 ANALISA LINGKUNGAN USAHA

Untuk melakukan analisa lingkungan usaha akan digunakan model 5 Forces industrial analysis yang dikembangkan oleh Michael Porter. Analisa ini

akan meliputi tinjauan dari sisi produk dan jasa substitusi (*substitutions*), sisi pendatang baru (*new entrants*), sisi pembeli (*buyers*), sisi pemasok (*suppliers*), dan terakhir, sisi pemain bisnis yang sudah ada di pasar (*industry rivalry*). Analisa ini diperlukan untuk melihat apakah lingkungan usaha yang ada masih kondusif atau sudah tidak menarik lagi.

Teknologi radio teresterial adalah teknologi yang sampai saat ini masih memiliki pasar tersendiri. Berbagai industri seperti industri minyak, gas, batu bara dan keamanan masih membutuhkan teknologi ini. Hal ini disebabkan karena adanya faktor keamanan yang tinggi dan biaya investasi yang relatif lebih murah bila dibandingkan dengan teknologi telekomunikasi lainnya.

3.3.1 Sisi Pendatang Baru

Pendatang baru dalam suatu sistem ekonomi dan bisnis yang bersifat bebas dan terbuka akan menambah sisi persaingan. Ancaman persaingan dari pendatang baru tersebut banyak dipengaruhi oleh besarnya biaya yang harus dikeluarkan pendatang baru tersebut untuk masuk ke suatu pasar yang sudah ada.

Regulasi yang ada adalah hal lain yang akan mempengaruhi pendatang baru dalam memasuki bisnis yang sudah ada. Regulasi ini dapat berupa regulasi Pemerintah maupun peraturan Internasional yang berlaku di seluruh dunia. Peraturan Internasional yang mendorong meningkatnya arus pendatang baru dapat dilihat pada kebijakan WTO yang mengarah pada pembentukan sistem ekonomi dan perdagangan yang bersifat bebas rintangan (baik tarif dan non-tarif). Banyak negara berkembang yang ikut menandatangani perjanjian multilateral WTO di akhir tahun 1994 di Marakesh (Moroko) kurang mengerti tentang implikasi pemberlakuan sistem ekonomi dunia yang menganut perdagangan bebas. Kelompok negara tersebut, termasuk Indonesia, sebenarnya belum siap untuk bersaing dalam pasar bebas karena sebelum berdirinya WTO kelompok negara tersebut banyak yang menganut sistem proteksi yang bukan didasarkan pada pertimbangan ekonomi melainkan lebih banyak pertimbangan politis.

Hal-hal yang berhubungan dengan sisi pendatang baru adalah:

- Skala ekonomi. Skala ekonomi ini akan berhubungan dengan biaya proses produksi. Tingkat skala ekonomi dapat memberatkan bagi pemain baru karena

bila skala yang ada cukup besar maka akan muncul reaksi yang keras dari pemain lama, sedangkan bila skala cukup kecil maka perusahaan baru akan menghadapi kendala kerugian biaya.

- Kebijakan Pemerintah. Pemerintah memegang peranan penting dalam bisnis ini untuk menentukan apakah diperbolehkannya pemain baru atau tidak.
- Diferensiasi produk. Diferensiasi produk berkaitan dengan kemudahan pemain baru untuk memasuki pasar. Bila produk yang ada terdiferensiasi, akan mudah bagi pemain baru untuk memasukinya.

3.3.2 Sisi Pembeli

Hal yang mempengaruhi dari daya tawar pembeli salah satunya adalah tingkat pengeluaran pembeli dalam rutinitas konsumsi suatu produk. Semakin tinggi tingkat pengeluaran dalam suatu rutinitas, maka pembeli akan semakin sensitif terhadap harga.

Hal yang berpengaruh adalah ada atau tidaknya produk pengganti. Bila tidak ada produk pengganti, maka harga tidak akan menjadi sebuah masalah untuk setiap pembeli. Banyaknya informasi yang tersedia juga merupakan salah satu faktor kunci untuk pembeli. Semakin banyak informasi tentang suatu produk, maka pembeli akan semakin banyak memiliki pertimbangan dalam mengkonsumsi suatu produk. Pertimbangan-pertimbangan tersebut tentunya termasuk pertimbangan dalam hal harga. Pembeli akan semakin tertarik pada suatu produk bila harga yang ditawarkan lebih murah.

Pembeli akan memiliki kekuatan yang kuat bila:

- Pembeli terkonsentrasi, hanya ada sedikit pembeli dengan pasar yang besar
- Pembeli membeli produk dengan proporsi produksi yang besar
- Pembeli memiliki perjanjian tertentu

Sedangkan beberapa hal yang akan memperlemah posisi dari pembeli adalah:

- Produsen dapat melakukan distribusi sendiri sehingga dapat menguasai pasar, seperti pada industri perfilman

- Pembeli memiliki biaya yang besar jika ingin berganti produk yang digunakan
- Pembeli terbagi-bagi sehingga tidak ada pembeli yang memiliki pengaruh khusus terhadap harga atau produk
- Produsen memenuhi kebutuhan yang sangat penting bagi pembeli

3.3.3 Sisi Produk Substitusi

Produk substitusi adalah sebuah produk yang dapat memberikan nilai yang sama dengan produk yang digantikannya. Produk substitusi ini akan berpengaruh pada tingkat harga dan tingkat penjualan pula. Bila terdapat banyak produk substitusi dan kualitas dari produk substitusi itu tidak lebih buruk, maka kemungkinan besar produk yang tersubstitusi itu akan mengalami penurunan harga atau meningkatkan kualitasnya agar tidak tergantikan dengan mudah.

Dalam dunia telekomunikasi, sangat banyak produk substitusi yang ada. Adanya konvergensi antara sektor teknologi telekomunikasi, informasi, dan penyiaran membuat produk substitusi yang ada juga ikut terkonvergensi.

3.3.4 Sisi Pemasok

Posisi tawar sangat menentukan untuk mendapatkan penjualan dan laba. Bila berhadapan dengan pemasok yang umum dimana banyak terdapat pemasok untuk suatu barang, posisi pemasok lebih lemah dibandingkan dengan pihak yang dipasok. Hal sebaliknya akan terjadi pada komponen-komponen tertentu dimana sangat sedikit pemasok yang tersedia atau bahkan hanya satu pemasok. Dalam kondisi ini pihak yang dipasok menjadi pihak yang lemah.

Pemasok dapat berpengaruh dalam suatu bisnis dalam penentuan harga dan juga kualitas barang. Adanya dominasi atau monopoli dari pemasok akan membuat pemasok menjadi sebuah kekuatan yang sangat hebat dan dapat mengatur harga pasar dengan mudah. Bila pemasok sudah mendapatkan posisi yang sangat kuat, akan susah bagi perusahaan untuk melawannya kecuali dengan strategi-strategi tertentu seperti mencari produk substitusi sekuat tenaga.

Pemasok akan memiliki kekuatan yang tinggi bila terjadi hal-hal seperti di bawah ini:

- Adanya perjanjian untuk pemasok
- Adanya konsentrasi pemasok
- Biaya yang tinggi untuk berpindah pemasok

Sedangkan pemasok akan berada dalam posisi yang lemah bila terjadi hal-hal berikut ini:

- Banyak pemasok yang kompetitif karena adanya standardisasi produk
- Adanya perjanjian dengan pembeli
- Pembeli yang terkonsentrasi

3.3.5 Sisi Persaingan Internal dalam Industri

Intensitas persaingan merupakan hal lain dalam 5 Porter. Intensitas persaingan ini akan terjadi bila terdapat banyak produsen. Setiap produsen ini akan menjadi kompetitor bagi produsen lainnya. Kompetitor disini adalah pemain yang menjual produk sejenis dan bersaing memperebutkan ceruk pasar yang sama. Pertumbuhan pasar yang lambat juga akan meningkatkan intensitas persaingan karena akan lebih banyak terjadi perebutan konsumen yang sudah ada dibandingkan dengan perebutan pasar yang baru muncul. Beberapa hal yang akan mempengaruhi persaingan dalam industri ini adalah sebagai berikut.

- Jumlah pemain banyak. Banyaknya pemain dengan kekuatan masing-masing tentu saja akan meningkatkan intensitas persaingan dalam kompetisi.
- Pertumbuhan industri yang lambat. Pertumbuhan industri yang lambat membawa kompetisi kearah persaingan marketshare, dimana pertumbuhan demand yang rendah akan membuat pemain akan saling berebut pelanggan bukannya menciptakan peluang pasar baru.
- *lack of differentiation*. Produk barang atau jasa dengan penawaran yang sama akan menyebabkan pembeli memilih berdasarkan harga dan layanan. Hasilnya adalah tekanan kompetisi yang sangat kuat pada harga serta layanan.

- Differensiasi produk menciptakan lapisan pelindung tambahan untuk menghindar dari perang kompetisi karena pembeli memiliki ketertarikan, kesenangan dan loyalitas pada penjual tertentu.
- *capacity augmented in large increase*. Pada periode tertentu, industri bisa menghadapi lonjakan kebutuhan yang sangat drastis. Ketidakmampuan dalam menghadapi hal ini menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan dimata pelanggan. Namun kesalahan dalam menghadapinya bisa juga menghasilkan kapasitas berlebih yang dapat mengakibatkan ketidakseimbangan dalam alokasi pendanaan.
- *diverse competitor*. Kompetitor yang bervariasi dalam strategi, originalitas, personalitas serta hubungan dengan perusahaan induk akan memiliki differensiasi tujuan, serta strategi tentang bagaimana berkompetisi. Kompetitor asing biasanya menambahkan differensiasi yang baik dalam industri karena mereka memiliki kebiasaan yang berbeda, dan biasanya juga memiliki tujuan yang berbeda.
- kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah dalam hal ini adalah yang berkaitan dengan peraturan kompetisi yang berlaku

3.4 HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah yang telah teridentifikasi dan dapat mencapai tujuan dari penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil penelitian ini akan berupa analisa terhadap posisi perusahaan dan juga kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta ancaman dan kesempatan yang masih terbuka untuk perusahaan.

3.5 ALUR PENELITIAN

Alur penelitian yang ada pada penelitian ini untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur penelitian