BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

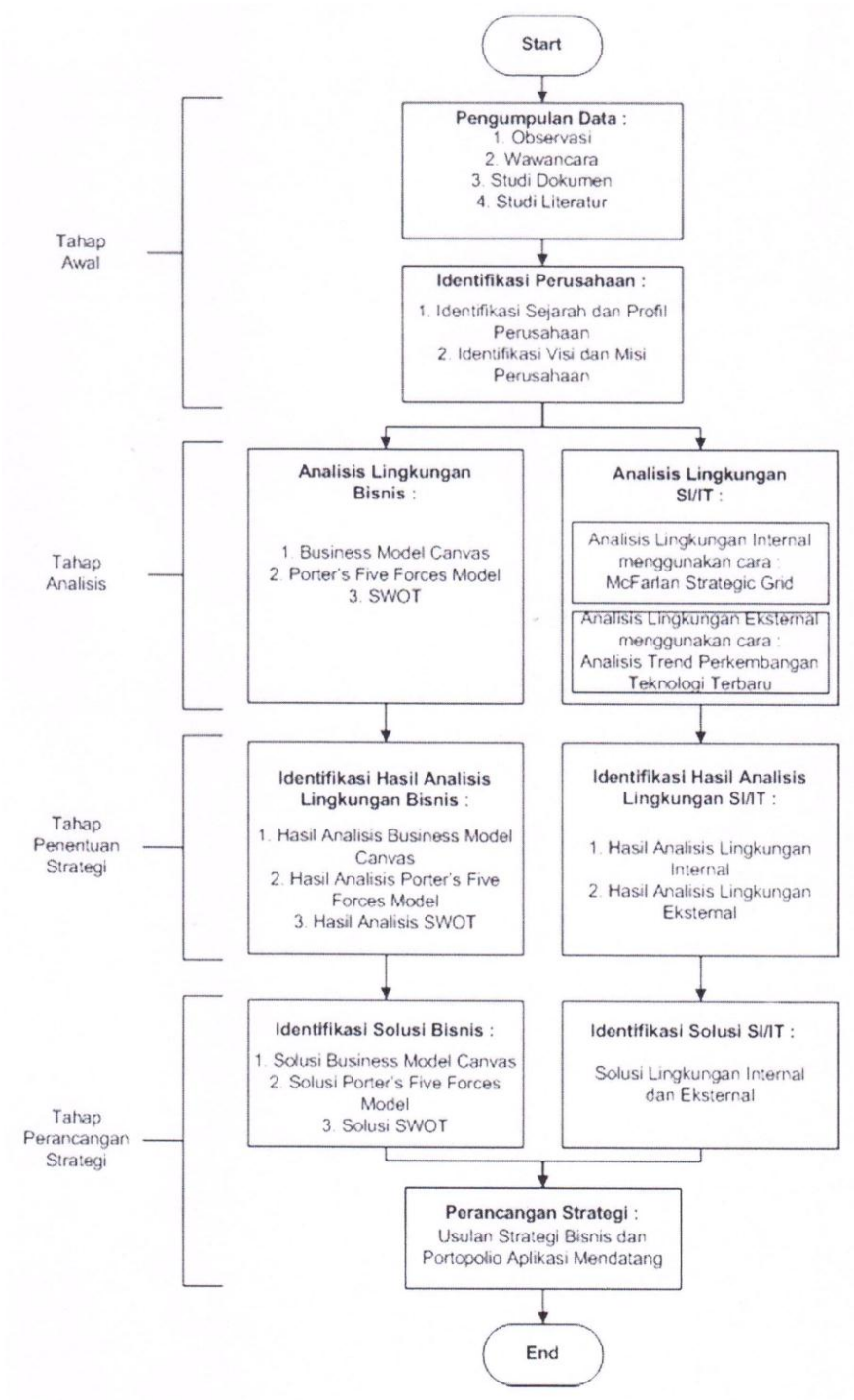
3.1 Metodologi Penelitian

3.1.1 Metode dan Alur Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan langkah-langkah secara terencana dan sistematis, hal ini berguna agar dapat mempermudah proses dalam pengerjaan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode tindakan karena tujuan dari penelitian ini agar memperoleh metode kerja yang efektif dan efisien dalam menentukan kebijakan dalam perusahaan tau organisasi yang berbentuk pemberian saran dalam merencanakan stratei bisnis dan strategi SI/IT.

Alur penelitian mengacu untuk menggunakan metode analisis *Business Model Canvas*, *Porter's Five Forces Model,* dan SWOT pada sektor bisnisnya. Identifikasi awal perusahaan menggunakan BMC lalu untuk membantu dalam perencanaan dari sisi strategi bisnis makan dilakukan pula identifikasi analisis bisnis menggunakan Porter yang kemudian dilakukan pula identifikasi analisis bisnis menggunakan SWOT. Pada sektor SI/IT pada penelitian ini menggunakan McFarlan *Strategic Grid* untuk dapat memetakan lingkungan internal aplikasi SI/IT perusahaan dan menggunakan identifikasi analisis tren perkembangan SI/IT eksternal perusahaan.

Adapun alur penelitian secara lebih spesifik dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut :



Gambar 3.1. Alur Penelitian

Sesuai dengan gambar 3.1., alur penelitian terdsiri dari empat tahap yaitu tahap awal, tahap analisis, tahap penentuan strategi, dan tahap rencana implementasi. Penjelasan lebih rinci sebagai berikut:

1. Tahap Awal

   Tahap awal pada penelitian ini adalah dilakukan identifikasi perusahaan dan pengumpulan data. Pada identifikasi perusahaan dilakukan identifikasi sejarah dan profil dari CV. RC serta visi dan misi. Kedua hal tersebut dijadikan sebagai dasar pembuatan perencanaan strategi bisnis dan strategi SI/IT. Pada pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi perihal kegiatan sehari-hari dan situasi yang ada di perusahaan yang digunakan sumber data serta dilakukan pengamatan dan pencatatan fenomena-fenomena yang terjadi berkaitan dengan proses bisnis dan kondisi SI/IT saat ini, melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait baik pada narasumber, sumber data lingkungan internal maupun lingkungan eksternal CV. RC, dan melakukan pengumpulan dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri terkait dengan topik penelitian.

2. Tahap Analisis

   Pada tahap ini dilakukan analisis lingkungan baik dari sisi bisnis maupun SI/IT. Penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) untuk melakukan identifikasi perusahaan pada sembilan blok yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership,* dan *Cost Structure*.

Setelah itu maka akan dilakukan pengembangan analisa dengan menganalisa menggunakan Porter untuk mendapatkan gambaran akan variabel-variabel dan bukti-bukti hasil dari analisa sera prediksi dan asumsi. Selanjutnya dilakukan analisa SWOT untuk dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaam. Pada lingkungan SI/IT dilakukan pada internal dan eksternal perusahaan. Pada lingkuingan internal menggunakan McFarlan *Strategic Grid* untuk dapat memetakan SI/IT berdasarkan dari skala prioritasrencana pengembangan dan tujuan bisnis perusahaan. Serta dilakukan pula analisa *trend* perkembangan teknologi terbaru yang ada pada lingkungan industri bisnis perusahaan.

3. Tahap Penentuan Strategi

   Pada tahap ini mulai memberikan gambaran dari solusi perencanaa strategi bisnis dan strategi SI/IT di CV. RC. Dalam penentuan strategi yang dilakukan, ditentukan berdasarkan dari hasil analisa sebelumnya yang telah dilakukan baik dari BMC, *Porter's Five Forces Model*, dan SWOT pada analisa lingkungan bisnis serta juga berdasarkan hasil dari analisa lingkungan internal dan eksternal SI/IT perusahaan untk dijadikan bahan standarisasi pembuatan portopolio aplikasi di masa depan.

4. Tahap Implementasi

   Tahap ini merupakan tahapan yang berisikan rekomendasi dari strategi bisnis dan strategi SI/IT yang berguna untuk membantu dalam pengambilan keputusan strategi di masa yang akan datang bagi CV. RC.

Hasil dari tahap rencana implementasi ini berupa portopolio aplikasi strategi bisnis dan strategi SI/IT terkait dengan langkah yang akan dlilakukan berdasarkan dengan visi dan misi perusahaan, skala prioritas, rencana investasi bisnis, dan kebutuhan akan SI/IT di masa depan bagi perusahaan CV. RC.

3.1.2 Tujuan Perencanaan Strategi Bisnis dan SI/IT

Dalam merencanakan baik suatu strategi bisnis perlu dilakukan analisa terlebih dahulu agar hasil yang didapat untuk proses pengambilan keputusan dapat akurat. Banyak cara untuk dapat merencanakan strategi bisnis namun yang perlu diperhatikan adalah dalam dunia bisnis nilainya tidak pasti, tetapi lebih ke arah situasional yang terihat berbeda pada ilmu matematika kita mengenal ilmu yang memiliki nilai absolut atau mutlak dapat diibaratkan seperti “1 + 1 = 2”. Oleh karena itu penilaian dalam dunia bisnis tidak selalu absolut namun situasional seperti bagaimana tren yang sedang berkembang di pasar.

Tujuan dari perencanaan strategi bisns dan SI/IT pada CV. RC adalah agar dapat mempunyai rencana untuk mengembangkan bisnisnya dengan memperluas sektor jaringan penjualannya seperti membuka toko atau butik pakaian lalu memproduksi hasil karya ciptaa milik sendiri untuk dijual kepada masyarakat namun tanpa mengesampingkan tetap melayani pemesanan-pemesanan baik baju, celana, tas dan yang lainya. Satu hal lagi yang perlu diperhatikan adalah sisi SI/IT karena pada era teknologi saat ini perusahaan yang menjual produk atau jasa dipaksa untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi yang digunakan oleh

masyarakat namun tetap dapat mengembangkan bisnisnya. Saat ini perusahaan tidak serta merta langsung mendirikan perusahaan, namun diperlukan pula langkah konkrit dengan penggunaan SI/IT. Banyak manfaat yang didapat oleh perusahaan apabila menerapkan penggunaan SI/IT diantaranya, dapaat dijadikan media promosi tanpa batas dalam konteks memperluas jaringan yang berawal masih nasional menjadi internasional, kinerja dari perusahaan terkendali dan terawasi karena sudah menerapkan sistem informasi yang baik. Hal itu semua dikarenakan sistem informasi merupakan suatu kumpulan daro perangkat keras dan perangkat lunak komputer serta perangkat manusia yang akan mengolah data seperti mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi menggunakan perangkat keras dan perangkat lunat tersebut untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi (Andri Kristanti, 2008). Da sistem informasi dapat diaktaka baik apabila sistem informasi tersebut terintegrasi dengan *enterprise*. Oleh sebab itu, untuk dapat menghasilkan sistem informasi yang terintegrasi diperlukan strategi sistem informasi.

3.1.3 Teknik Perencanaan Strategi Bisnis dan SI/IT

Perencanaan strategi bisnis dan SI/IT yang dibangun dalam penelitian ini menggunakan gabungan dari metode analisis *Business Model Canvas* (BMC), *Porter's Five Forces Model,* dan SWOT dalam pengidentifikasiannya untuk menentukan strategi bisnis. Penggunaan BMC untuk mengidentifikasikan perusahaan melalui sembilan blok yang menjadi dasar metode BMC. Lalu selanjutnya akan menganalisa dari identifikasi menggunakan Porter untuk

mendapatkan gambaran variabel-variabel dan bukti-bukti hasil dari analisa serta prediksi dan asumsi yang diketahui. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat maka dilakukan pula analisis SWOT yang berguna untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh CV. RC. Pada tahapan analisis SWOT ini akan menggunakan diagram matriks untuk dapat menentukan masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta menimplementasikan pula model bobot SWOT untuk dapat menghitung posisi kuadran dari analisis tersebut dengan menggunakan kombinasi antara bobot dan rating. Perhitungan pembobotan ini berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi terkait dengan SWOT. Tahap selanjutnya adalah menggunakan McFarlan *Strategic Grid* untuk dapat memetakan lingkunga aplikasi SI/IT berdasarkan dari skala prioritas dan tujuan bisnis perusahaan.

Setelah tahap analisis dilakukan maka selanjutnya adalah melakukan perancangan untuk menentukan strategi-strategi bisnis dan juga strategi SI/IT berdasarkan hasil analisa sebelumnya yang akan dilanjutkan ke tahap terakhir yaitu menghasilkan rekomendasi portopolio aplikasi masa depan yang akan diimplementasikan di CV. RC.

3.2 Objek Penelitian

3.2.1 Sejarah dan Profil CV. RC

CV. RC merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidan industri konveksi skala besar yang berdomisili di Jln. Raya Cipacing No. 2 Jatinangor. Dalam menjalankan usahanya, CV. RC menerima pesanan dan memproduksi

berbagai produk *fashion* berupa pakaian, celana, topi, tas, dan berbagai kebutuhan lainnya. Berdiri sejak tahun 1978 didirikan oleh H. Maman Taufik dengan tujuan awal untuk mendapatkan kemampuan membuat pakaian, mulai dari proses bahan mentah sampai menjadi pakaian jadi. Hingga pada saat ini telah berpindah tangan dan dikelola oleh Satria Fajar Ramadhan, kini CV. RC mulai melakukan perubahan besar untuk melebarkan sayap dengan cara melakukan pemasaran melalui media online.

Pada saat awal memulai usahanya, sang pemilik, melakukan beberapa upaya yaitu seperti membongkar pakaian yang sudah jadi untuk selanjutnya dilakukan pengamatan dari pakaian tersebut, pola dari pakaian, hingga pola dari jahitan yang ada di pakaian tersebut. Keterbatasan modal merupakan kendala yang dihadapi pada awal usahanya, untuk mensiasatinya dilakukan penerimaan sejumlah pesanan dari masyarakat sekitar untuk dibuatkan pakaian. Seiring berjalannya waktu usaha tersebut semakin berkembang hingga pada tahun 1987 jumlah pemesanan dalam skla besar mulai berdatangan, seperti dari pesanan pakaian partai pemilu sampai sekolah-sekolah di daerha terdekat. Pada tahun 2004, sang pemilik mendirikan perusahaan berbentuk CV (*Commanditaire Vennonstchap*) yangdiberi nama "RC". Sejak didirikannya perusahaan berbentuk CV, perkembangan perusahaan dalam bidang konveksi pun semakin pesat berkembang dan semakin banyak omset yang didapat dikarenakan mulai semakin percaya masyarakat dengan berdasarkan pada kedudukan dari usaha yang sudah menjadi perusahaan berbentuk CV. Namun pada zaman saat ini yang mengalami kemajuan teknologi dan informasi yang sangat pesat maka berdampak pula pada

perkembangan perusahaan, banyaknya pesaing dalam bidang konveksi menjadi fkator utama pasang surut omset yang didapat perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan strategi bisnis yang dilakuka serta strategi dalam penggunaan SI/Itn dalam menjalankan bisnisnya agar dapat bersaing dengan pesaing dan dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman.

3.2.2 Visi dan Misi CV. RC

Berikut adalah Visi dari CV. RC, yaitu sebagai berikut:

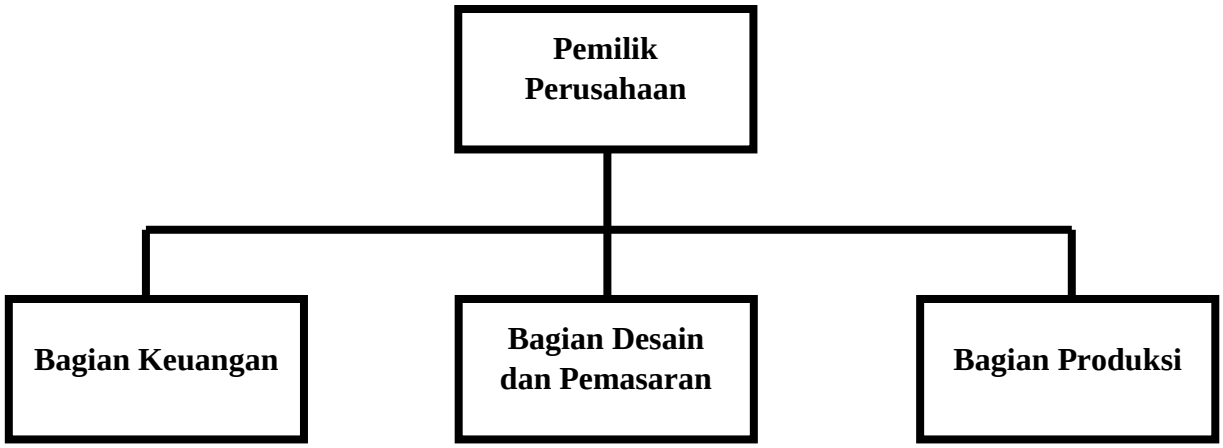
“Menjadi salah satu perusahaan garmen berskala internasional dengan cara memberikan pelayanan terbaik bagi semua pelanggan kami dengan mempertahankan kualitas barang dan ketepatan waktu”

Berikut ini adalah Misi dari CV. RC, yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cara mengutamakan kuantitas produk yang berkualitas.
2. Menjalin hubungan yang harmonis dan menjaga kepercayaan dengan konsumen.
3. Mensejahterkan para karyawan sehingga dapat menciptakan produk yang berkualitas.
4. Memperluas jaringan perusahaan menjadi skala yang lebih besar.

3.2.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada pada CV. RC dapat dilihat pada gambar 3.2 dibawah ini.



Gambar 3.2. Struktur Organisasi CV. RC