

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum mengadakan pembahasan lebih lanjut tentang skripsi ini terlebih dahulu pembahas akan memberikan penjelasan mengenai beberapa istilah yang terdapat di dalam penelitian ini, Hal ini untuk menghindari adanya ketidakjelasan dan kesalahpahaman dalam memahami maksud dan tujuan dari judul penelitian ini.

Penelitian yang akan pembahas lakukan ini adalah berjudul: **“Analisis Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di PT. Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan”**.

Adapun beberapa istilah yang perlu pembahas uraikan yaitu sebagai berikut:

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab, musabab, dan duduk perkaranya).¹

Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.²

¹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustak, Jakarta, 1997, hlm. 39

²Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 2009, hlm. 339

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat.³

Keunggulan Bersaing adalah keunggulan relatif suatu organisasi yang dapat melebihi para pesaingnya.⁴

Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.⁵

Berdasarkan penegasan judul diatas yaitu Analisis Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam dimana penelitian ini membahas tentang strategi atau upaya yang di lakukan pimpinan PT Budi Berlian Motor dalam menghadapi persaingan bisnis dengan tetap berpedoman pada aturan/ prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun beberapa alasan yang mendasarisehingga terdorong untuk membahas atau meneliti masalah ini dalam bentuk skripsi adalah sebagai berikut:

³Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012, hlm.1

⁴Assauri Sofjan, *Strategic Marketing*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm.103

⁶Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Pustaka Al-Kautsar, 2003, hlm.38

1. Alasan Objektif

- a. Secara objektif, ingin melakukan penelitian tersebut karena ingin mengetahui strategi bisnis apa yang dilakukan oleh PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan agar tetap unggul dalam bersaing dengan dealer mobil yang lain.
- b. Judul skripsi ini dipilih dikarenakan semakin berkembangnya perusahaan kendaraan roda empat tentu semakin ketat persaingan bisnis yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan. Maka dari itu PT. Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan di tuntut harus mampu menciptakan strategi yang jitu supaya mampu untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain.

2. Alasan Subjektif

- a. Karena Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini sesuai dengan studi ilmu yang di pelajari selama ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu Program Studi Ekonomi Islam.
- b. Karena Banyaknya referensi yang mendukung sehingga dapat mempermudah dalam menyelesaikan skripsi ini.

C. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki perkembangan yang cukup menakjubkan pada dunia otomotif. Tidak hanya sekedar pernyataan belaka namun hal ini juga didukung oleh segelintir peneliti yang melakukan analisa terhadap perkembangan otomotif yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Vijay Rao, Automotive and Transportation Practice Frost & Sullivan, yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan

salah satu perkembangan otomotif terbesar di ASEAN setelah Thailand. Frost & Sullivan memprediksi Indonesia akan menjadi pasar otomotif terbesar di ASEAN pada 2019 dengan total kendaraan mencapai 2,3 juta. Perkembangan ini dipicu oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil, peningkatan kelas menengah dan peningkatan investasi sektor otomotif serta pemberlakuan regulasi otomotif yang mendukung pertumbuhan pasar.⁶

Selain Vijay Rao, peneliti lain dari Sekretaris Umum Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), Noegardjito, juga menyatakan risetnya di Seminar Prospek Industri Otomotif Nasional Menghadapi ASEAN Economic Community (AEC) 2015 bahwa penjualan otomotif di Indonesia hanya berbeda sekitar 100 ribu unit atau 7,5 % dari Thailand dan pertumbuhan penjualan domestik Indonesia dinyatakan dapat mencapai 23,6% per tahun.

Dengan pertumbuhan otomotif mobil yang cukup pesat di Indonesia, secara tidak langsung juga meningkatkan pengetahuan warga Indonesia akan otomotif. Banyak tipe dari berbagai merek mobil yang dapat kita ketahui. Sehingga konsumen tentu akan mempertimbangkan tipe mobil terlebih dahulu sesuai kebutuhan.

Dalam pengelolaan bisnis, setiap perusahaan akan menghadapi masalah dan tantangan dalam menjalankan usahanya. Tantangan tersebut dapat berasal dari eksternal maupun internal lingkungan operasional

⁶Perkembangan otomotif di Indonesia <http://mobilkamu.com/artikel/otomotif/> di akses pada 22 September 2016

perusahaan. Faktor eksternal yang sangat besar pengaruhnya adalah semakin meningkatnya persaingan di pasar bebas, baik yang datang dari pesaing (*competitor*) maupun permintaan pelanggan (*customer*) yang semakin spesifik.⁷

Dalam pasar internasional, sasaran aktivitas bisnis adalah konsumen. Konsumen adalah seseorang atau suatu bisnis yang membeli barang atau jasa untuk digunakan secara pribadi atau organisasi. Konsumen selalu menginginkan produk dan jasa yang terbaik, membeli produk yang sesuai dengan harga yang harus dibayarnya, dan menginginkan produk yang dibelinya dapat diandalkan. Perusahaan bisnis berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan sementara itu juga untuk menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan apa kebutuhan dan keinginan konsumen, karena konsumen terus menerus ingin produk lebih banyak dan lebih baik.

Perhatian bisnis terhadap konsumen dewasa ini tampak makin besar, karena persaingan dalam bisnis makin ketat dan adanya anggapan bahwa konsumen merupakan “Raja” maka dengan memperhatikan konsumen diharapkan kelangsungan bisnis dapat dipertahankan. Moto “konsumen adalah raja” seharusnya dianut oleh pelaku bisnis dimasa mendatang. Pebisnis yang baik dan berhasil akan selalu memperhatikan perilaku pelanggan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.⁸

⁷Meidi Wibowo, *Efisiensi Perusahaan Melalui Penerapan Manajemen Proses Bisnis*, PT Grasindo, Jakarta, 2004, hlm. 7

⁸Pandji Anoraga, *Op.Cit.*, hlm. 13

Dewasa ini, persaingan tidaklah terbatas hanya dalam ruang lingkup suatu negara saja atau secara regional, melainkan sudah mencapai pada taraf global. Isu globalisasi telah merasuk di segala aspek bisnis. Untuk itu, suatu perusahaan/ organisasi harus mampu memilih strategi bersaingnya dengan bijak agar perusahaan tersebut dapat tetap eksis di dalam lingkungan yang semakin kompetitif.⁹

Saat ini begitu banyak jenis dan tipe kendaraan yang di tawarkan oleh perusahaan-perusahaan roda empat yang ada di Natar Lampung Selatan. Salah satu ny yaitu PT Budi Berlian Motor. PT Budi Berlian Motor merupakan salah satu Authorized Dealer Mitsubishi di Lampung yang berdiri sejak 20 oktober 2002 yang bergerak dalam bidang penjualan kendaraan Mitsubishi, layanan jasa sevice, penjualan genuine part dan layanan jasa body repair (all merk). Maraknya jenis dan kendaraan roda empat yang ada di pasaran tentu akan menimbulkan masalah bagi perusahaan itu sendiri, dimana akan terjadi persaingan didalam mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Untuk menarik minat para pembeli, salah satu upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan memperbaiki strategi yang ada pada perusahaan. Strategi perusahaan akan menentukan keberhasilan dan hidup matinya perusahaan tersebut. Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Strategi ini

⁹*Ibid*, hlm. 346

merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.¹⁰

Setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha. Dalam mengkaji strategi perusahaan, perlu diketahui bahwa bentuk strategi akan berbeda-beda antar industri, antar perusahaan, dan bahkan antar situasi. Namun, ada sejumlah strategi yang sudah banyak diketahui umum dan dapat diterapkan pada berbagai ukuran perusahaan.¹¹ perusahaan menetapkan strategi melalui penyesuaian kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri. Strategi merupakan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Penerapan strategi bersaing dengan tepat artinya sesuai dengan kondisi perusahaan, dan lingkungan yang dihadapi, akan menjadikan perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Keunggulan bersaing suatu perusahaan sangat tergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya. Apabila para pesaing bertempat di tempat negara-negara lain maka posisi sumber daya yang satu terhadap yang lain beragam sesuai dengan kondisi pasokan sumber daya yang berbeda pada masing-masing

¹⁰*Ibid*, hlm.338

¹¹Husein Umar, *Strategic Manajemen in Action*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005, hlm.103

lokasi.¹² Satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai daya saing sebuah perusahaan adalah besar laba ekonomi yang diperoleh perusahaan tersebut. Sebuah perusahaan dapat dikatakan mempunyai daya saing yang kuat jika perusahaan itu mampu memperoleh laba ekonomi diatas rata-rata perolehan laba ekonomi para pesaingnya di dalam industri atau pasar yang sama.¹³

Setiap Strategi yang dipilih memerlukan penempatan internal para fungsional secara langsung untuk mendukung semua kegiatan yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi publik. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga konsistensi dan pengetatan dalam menjalankan seluruh kegiatan menuju tercapainya misi yang telah ditentukan sebelumnya (*predetermined*).¹⁴

Strategi bisnis, disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang/ jasa perusahaan dalam industri khusus/ segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis divisi mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan.¹⁵ Bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang

¹²Pandji Anoraga, *Op.Cit*, hlm.345

¹³Tedy Herlambang, *Ekonomi Manajerial Dan Strategi Bersaing*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 331

¹⁴Suyadi Prawirosentono Dan Dewi Primasari, *Manajemen Stratejik dan Pengambilan Keputusan Korporasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2014, hlm.32

¹⁵Sedarmayanti, *Op.Cit*, hlm. 43

diperlukan oleh manusia baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba.¹⁶

Sedangkan Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan-aturan Islami (halal dan haram).¹⁷ Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan ilmu dengan etika, politik dengan etika. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spiritual. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.¹⁸ Bisnis tidak dapat dipisahkan dari persaingan, Islam menganjurkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam mencari kebaikan sebagaimana Firman Allah:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ □ ١٤٨

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya

¹⁶Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 31

¹⁷Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2012, hlm.3-4

¹⁸*Ibid*, hlm. 35-37

Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”(Q.S Al- Baqarah : 148)¹⁹

Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memasukkan norma-norma agama dalam dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan. Kontrak sosial merupakan janji yang harus di tepati.²⁰

Setiap perusahaan pasti memiliki pesaing, seperti PT Budi Berlian Motor yang mempunya pesaing yang menawarkan produk yang sama dan lokasi yang sama yaitu di Natar Lampung Selatan. Hal tersebut yang membuat perusahaan semakin inovatif dalam merencanakan strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya agar tetap unggul di banding perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penting untuk di kaji dan di analisis skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Pada PT. Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan”.

¹⁹Departemen Agama RI, *AL-Hikmah, Al-Qur'an dan Terjemahny*, CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 23

²⁰Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 37

D. Identifikasi Masalah

Seperti yang diuraikan pada latar belakang di atas, maka pembahas mengidentitas masalah sebagai berikut:

1. Semakin berkembangnya dealer mobil sebagai pilihan tempat bagi para konsumen untuk membeli mobil, dan semakin tingginya tingkat persaingan antara beberapa dealer mobil untuk menarik para konsumen.
2. Terdapat dealer mobil lain yang menjadi pesaing Dealer Mobil Mitsubishi di Natar Lampung Selatan. Yang juga menawarkan berbagai macam produk, sama-sama terletak di lokasi Natar dan jarak antara dealer yang satu dengan yang lain tidak begitu jauh, hanya beberapa meter. Hal tersebut yang menjadi ancaman bagi perusahaan Mitsubishi, maka dari itu perlu ny strategi bisnis agar perusahaan tetap unggul dalam bersaing.

E. Batasan Masalah

Untuk mencegah mengembangnya permasalahan maka pembahas membatasi masalah untuk lebih terperinci dan jelas sehingga pemecahannya terarah dan berhasil. Penulis membatasi hanya pada Strategi Bisnis yang dilakukan oleh PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan Terhadap Keunggulan Bersaing.

F. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang masalah di atas, pembahas dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Bisnis yang diterapkan PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing?
2. Bagaimana Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Strategi yang diterapkan PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan?

G. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Strategi Bisnis yang diterapkan PT. Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing
- b. Untuk mengetahui Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Strategi yang diterapkan PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti mengenai penerapan strategi bisnis oleh PT. Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat memberikan masukan bagi perusahaan dengan harapan dapat digunakan sebagai dasar kebijakan lebih lanjut dalam menentukan strategi bisnis oleh PT. Budi berlian Motor Natar Lampung Selatan

c. Bagi IAIN Raden Intan Lampung

Dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan mengambil permasalahan yang serupa serta penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan, jadi metodologi adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Seangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, sampai menyusun laporannya.²¹

Suatu karya dapat dikatakan sebagai karya ilmiah jika dalam penyusunannya telah sesuai dengan sistematika karya ilmiah dan memiliki bobot ilmiah. Untuk mendukung penulisan skripsi sehingga mempunyai bobot ilmiah, maka diperlukan metode yang berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan agar penelitian mempunyai relevansi dalam tiap babnya sehingga mudah dipahami.

Metode penelitian adalah cara evaluasi, analisis dan seleksi berbagai alternatif, cara atau teknik. Metode ilmiah adalah cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan, dan penjelasan. Metode penelitian merupakan sub bagian perencanaan usulan penelitian. Rencana penelitian harus logis, diikuti unsur-unsur yang urut,

²¹Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta, 2009, hlm. 1

konsistensi, dan operasional, menyangkut bagaimana penelitian tersebut akan dijalankan.²² Penelitian yang akan dilaksanakan ini merupakan penelitian yang sifatnya deskriptif kualitatif. Penelitian tentang strategi bisnis ini akan dilaksanakan pada PT Budi Berlian Motor Kec. Natar Kab. Lampung Selatan. Berikut adalah hal-hal yang berkaitan dengan metode penelitian yang akan digunakan:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian (Field Research). Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau kepada responden.²³ penelitian yang menggunakan kenyataan atau realitas lapangan sebagai sumber data primer yang objek utamanya adalah strategi bisnis yang di lakukan oleh PT Budi Berlian Motor Kec. Natar Kab. Lampung Selatan. Data pendukung dan pelengkap lainnya adalah dari buku-buku yang berkaitan dengan materi pembahasan, serta dari sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan induktif. Menurut Srtauss dan Corbin yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan

²²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hlm. 112

²³Etta Mamang Sangadji dan Sophia, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2010, hlm. 28

menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).²⁴ Pendekatan induktif adalah pendekatan yang dilakukan untuk membangun sebuah teori berdasarkan hasil pengamatan atau observasi yang dilakukan secara berulang-ulang dan membentuk pola yang akan melahirkan hipotesis yang berasal dari pola pengamatan yang dilakukan dan barulah diperoleh sebuah teori.²⁵ Dari berbagai data yang telah dikumpulkan akan diolah dan di analisis terkait strategi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan terhadap keunggulan bersaing yang ada pada PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca, mengutip, dan menyusun berdasarkan data-dat yang telah diperoleh. Dalam penulisan skripsi ini data yang peneliti peroleh berasal dari data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari sumber pertamanya.²⁶ Data primer adalah data pokok, atau data yang diperoleh secara langsung, dari sumber data pertama yaitu lokasi penelitian (objek

²⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, PUSTAKA BARU PRESS, Yogyakarta, 2015, hlm. 11

²⁵*Ibid*, hlm. 17-18

²⁶Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, PT BUMI AKSARA , Jakarta, 2008, hlm. 26

penelitian). Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari pimpinan, kepala bagian marketing ataupun karyawan. Sumber data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan di PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan, dengan melihat strategi yang dilakukan oleh pimpinan maupun oleh karyawan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang ada atau diperoleh dari sumber internal maupun eksternal.²⁷ sumber data sekunder (data tidak langsung) adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan atau data yang dapat dilihat dari responden serta diperoleh dari literatur-literatur seperti dokumen, buku-buku referensi, artikel, internet, jurnal, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan strategi bisnis suatu perusahaan.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.²⁸ Populasi dalam penelitian disini adalah seluruh jumlah karyawan, jumlah keseluruhan karyawan

²⁷M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2000, hlm. 82

²⁸Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Erlangga, Jakarta, 2009, hlm. 123

yaitu 176 karyawan yang terdapat di dalam PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi itu. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²⁹ Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang bersifat tidak acak, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Menurut Suharsimi Arikunto sebagai perkiraan apabila subjeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika subjeknya besar maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.³⁰ Berdasarkan data populasi yang ada, total keseluruhan karyawan PT. Budi Berlian Motor berjumlah 176 orang, maka penulis mengambil sampel 10%, artinya $10\% \times 176 \text{ populasi} = 17,6 \text{ orang}$, jika dibulatkan maka 18 responden. Namun, berdasarkan persetujuan pimpinan perusahaan penulis hanya diperkenankan untuk melakukan wawancara kepada 3 responden saja. Dan untuk sebagai pembanding data, penulis mengambil 3 karyawan sebagai anggota responden PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan.

²⁹Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm. 56

³⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993, hlm. 10

5. Metode Pengumpulan Data

Melihat dari permasalahan yang akan diteliti, maka dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.³¹

b. Metode Wawancara/Interview

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal. Jadi, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Dalam metode ini, wawancara ditujukan kepada pihak PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan.

c. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan yaitu sebuah penelitian yang bertujuan guna mendapatkan data sekunder melalui penelaahan terhadap beberapa buku literatur, tulisan-tulisan

ilmiah yang berkaitan dengan strategi bisnis perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain.

6. Metode Analisis Data

Analisis data bukan hanya merupakan tindak lanjut logis dari pengumpulan data, tetapi juga merupakan proses yang tidak terpisahkan dengan pengumpulan data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu informan kunci hasil wawancara, dari hasil pengamatan yang tercatat dalam berkas di lapangan, dan dari hasil studi dokumentasi.³²

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 438