

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 118), objek penelitian adalah variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah struktur pasar, penetapan harga barang (kartuperdana) dan jasa telekomunikasi telepon seluler (SMS, telepon, dan akses data), dan strategi bersaing. Komponen dalam struktur pasar berupa jumlah pelaku ekonomi, keragaman produk (barang dan jasa), halangan masuk (entry) pasar dan keluar (exit) dari pasar. Komponen dalam penetapan harga berupa struktur pasar, perilaku masyarakat, peraturan pemerintah, dan permintaan dan penawaran di pasar. Komponen dalam strategi bersaing berupa strategi bersaing melalui harga dan strategi bersaing di luar harga.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah dan prosedur yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.

Menurut SyofianSiregar (2010:2), metode deskriptif adalah metode yang berkenaan dengan bagaimana cara mendeskripsikan, menggambarkan, menjabarkan atau menguraikan data sehingga mudah dipahami.

Terkaitdenganmetodedeskriptifini M. Nazir (2005:55) berpendapatbahwa :

“Metode penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dalam situasi-situasi tertentu termasuk tentang

hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.”

Sehingga metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti setatus sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam suatu penelitian dibutuhkan suatu populasi yang akan meliputi karakteristik dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2004:72) populasi mempunyai arti sebagai berikut

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (2004:72)”

Menurut Suharsimi Arikunto (2006 : 130) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi yang dimaksud dalam suatu penelitian adalah sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian, dapat berupa benda-benda, manusia, gejala, peristiwa, atau hal – hal lain yang memiliki karakteristik tertentu untuk memperjelas masalah penelitian.

Berdasarkan pengertian di atas, maka populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia yaitu PT Telekomunikasi Seluler (“Telkomsel”), PT Indosat Tbk., PT. XL Axiata (XL), NTS/Axis, Hutchison, Bakrie Telecom, Mobile 8, Smart dan Sampoerna Telecom.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2004:73), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dibagi menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Non probability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampling nonprobability yaitu sampel jenuh. Sampling jenuh yaitu : “teknik penentuan sampling bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil yaitu kurang dari 30”, (Sugiyono, 2011:68). Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dariseluruh anggota populasi yaitu PT. Telekomunikasi Seluler (“Telkomsel”), PT Indosat Tbk., PT. XL Axiata (XL), NTS/Axis, Hutchison, Bakrie Telecom, Mobile 8, Smart dan Sampoerna Telecom.

3.4 Operasional Variabel

Untuk memudahkan dalam pengukuran serta pengumpulan data, maka perlu dikemukakan batas – batas mengenai variabel atau hal – hal yang berhubungan dengan variabel tersebut. Adapun batasan pengertian masing – masing variabel dan pengukuran adalah sebagai berikut :

Tabel 4
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Sumber Data
Struktur Pasar	Penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan ciri-ciri.	Menurut Henry Faisal Noor (2007:105), parameter yang menentukan bentuk struktur pasar yaitu : - Jumlah pelaku ekonomi - Keragaman Produk (barang dan jasa) - Halangan masuk (entry) pasar dan keluar (exit) dari pasar - Jenis persaingan dalam pasar	Data diperoleh dari media cetak dan berita online mengenai telekomunikasi telepon seluler.
Penetapan Harga	Nilai jual yang ditetapkan oleh produsen untuk produknya	Menurut Henry Faizal Noor (2007:297), harga dapat terbentuk dari struktur pasar, perilaku masyarakat, peraturan pemerintah, dan permintaan dan penawaran di pasar.	Data diperoleh dari media cetak dan dokumentasi (PT Telekomunikasi Seluler (“Telkomsel”), PT Indosat Tbk., PT. XL Axiata (XL), NTS/Axis, Hutchison, Bakrie Telecom, Mobile 8, Smart dan Sampoerna Telecom)

			tahun 2013.
Strategi Bersaing	Strategi/ cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengalahkan pesaing.	Menurut Henry Faizal Noor (2007:115) Strategi bersaing dapat dilakukan melalui dua cara yaitu strategi bersaing melalui harga dan strategi bersaing di luar harga.	Data diperoleh dari media cetak dan dokumentasi (PT Telekomunikasi Seluler (“Telkomsel”), PT Indosat Tbk., PT. XL Axiata (XL), NTS/Axis, Hutchison, Bakrie Telecom, Mobile 8, Smart dan Sampoerna Telecom) tahun 2004-2013.

3.5 Sumber dan Jenis Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:129) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh berdasarkan jenisnya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, bukuharian, notula rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari badan-badan resmi seperti kementrian-kementrian, hasil-hasil studi, tesis, hasil survey, studi histories, dan sebagainya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data dan dapat digunakan untuk menguji anggapan dasar dan hipotesis. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Studi Dokumentasi, yaitu studi yang digunakan untuk mencari dan memperoleh hal-hal yang berupa catatan-catatan, laporan-laporan serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
- 2) Studi literatur, yaitu teknik pengumpulan data dengan memperoleh data dari buku, laporan ilmiah, media cetak dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, yaitu preferensi.