BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu Dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pabrik A'ang Kerupuk yang berlokasi di Kp.Telajung, RT/RW: 003/008, Kec. Cikarang Barat - Bekasi. Adapun alasan memilihlokasi penelitian tersebut yaitu karena penulis melihat disekitar pabrik A'ang kerupukini banyak usaha yang menjalankan usaha yang sama atau sejenis. Sehingga dianggapperlu dilakukan analisa untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat yang bertujuanuntuk meningkatkan penjualan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023 sampai dengan bulan April 2023. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui uraian tabel waktu penelitian berikut ini:

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian						
		Feb	Mar	April	Mei	Juni	Juli	Ags
1	Pengajuan Judul Penelitian	■						
2	Observasi Tempat Penelitian	■	■					
3	Pengajuan Izin Penelitian		■					
4	Persiapan Instrumen Penelitian		■					
5	Pengumpulan Data (Wawancara)			■	■			
6	Pengolahan Data				■			
7	Analisis Data				■	■		
8	Penulisan Laporan						■	
9	Seminar Hasil Proposal							■

Sumber: Rencana Penelitian (2023)

3. 2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian pada suatu karya ilmiah dengan tujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara alami dengan memfokuskan proses komunikasi yang mendalam anatar seorang peneliti dengan fenomena yang akan diteliti. Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).

Menurut Rukin dalam Andika (2019:33), pendekatan kualitatif menekankan pada arti, penalaran, definisi suatu keadaan tertentu (dalam konteks tertentu) serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Sedangkan pada penelitian pendekatan deskriptif akan menggambarkan, menjelaskan, menjabarkan, serta menganalisis kondisi yang ada dan sedang terjadi pada hasil wawancara.

3.3. Jenis Data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang di peroleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama (Supriyono dalam Andika, 2019:34). Data penelitian primer yang dimaksud kan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari hasil wawancara narasumber yaitu pihak perusahaan. Sumber data ini di peroleh secara langsung dari pemilik pabrik A'ang dengan melakukan interview dan wawancara kepada Ibu Imas.
2. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber tulisan dan berbagai macam sumber lainnya. Adapun data skunder pada penelitian ini didapatkan daridokumen-dokumen yang ada di Pabrik A'ang kerupuk yang berkaitan dengan masalah, catatan-catatan penjualan, dan profil usaha. Data skunder ini bersifat innternal dimana informasi yang di peroleh langsung dari pabrik A'ang kerupuk.

3 .4. Sumber Data

Sumber data merupakan dari mana data tersebut di peroleh. Sumber data dapatbersal dari manusia maupun non manusia. Sumber data dalam penelitian kualitatif dinamakan sebagai narasumber atau partisipan dalam penelitian (Zulkipli, 2022:60). Sumber data yang digunakan dalama penelitian ini adalah data primer dan data skunder Teknik pengumpulan data kualitatif biasanya dengan cara observasi,wawancara dan dokumentasi. (Zulkipli, 2022:60).

Dari penjelasan diatas, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara mendalam dan observasi dengan pemilik langsung Pabrik A'ang Kerupuk.

1. Informan kunci : Pemilik Pabrik A'ang kerupuk
2. Informan utama : Pegawai Pabrik A'ang kerupuk

3 .5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara memperoleh sebuah data yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data maka.Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh orang yang akan melakukan penelitian. Dengan cara turun secara langsung ke lapangan dan menggali informasi mendalam kegiatan yang akan diteliti.

Penulis melakukan pengamatan secara langsung kepada pengusaha pabrik home industri A'ang kerupuk yaitu Ibu Imas guna memperoleh data valid yang menjadi obyek penelitian melalui pendataan, pencatatan, dan sebagainya untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai keadaan factual.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan dengan tujuan mendapatkan informasi dengan cara bertanya-tanya langsung kepada pengusaha untuk memberikan keterangan yang berhubungan dengan judul penelitian. Wawancara dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara dokumendan. Dalam metode ini, dokumen bisa berupa data, gambar, produk yang dijualdan lain sebagainya. Dari data-data yang diperoleh kemudian peneliti akan memproses data tersebut untuk dijadikan data tambahan dalam menyusun skripsi ini.

4. Triangulasi Data

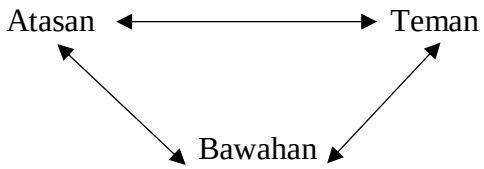
Dalam teknik pengumpulan data triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari segi teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Triangulasi data dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Triangulasi sumber

   Triangulasi sumber untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Gambar 3.1 Triangulasi sumber

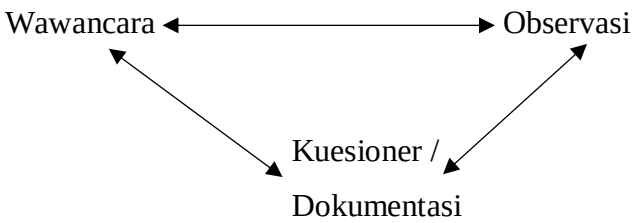


Sumber: Sugiono (2020)

2. Triangulasi teknik

   Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kreadibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Gambar 3.2 Triangulasi teknik

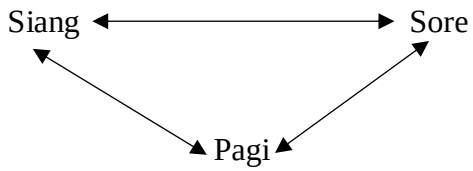


Sumber: Sugiono (2020)

3. Triangulasi waktu

   Triangulasi waktu juga mempengaruhi kreadibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar dan belum banyak masalah. Akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Gambar 3.2 Triangulasi waktu



Sumber: Sugiono (2020)

3. 6. Teknik Analisis Data

Untuk mendapatkan strategi pembangunan dan pengembangan usaha maka tahap pertama yang perlu dilakukan untuk meringkas informasi input dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi. Tahap kedua adalah tahap pencocokan yaitu menghasilkan strategi alternatif dengan memadukan faktor-faktor internal dan eksternal. Tahap ketiga yaitu tahap keputusan yang akan menentukan strategi alternatifmana yang sesuai untuk digunakan (Dafid dalam Andika, 2019).

Alat yang digunakan dalam menyusun strategi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Yang dimiliki pabrik A'ang kerupuk yang didapatkan dari hasil wawancara. Berikut adalah matrik analisis SWOT dengan menganalisa terlebih dahulu faktor-faktor yang ada di lingkungan internal.

Tabel 3.2. Matriks IFAS

Faktor - Faktor Strategi Inernal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1.			
2.			
Dst.			
Kelemahan			
1.			
2.			
Dst.			
Total	1,00		

(Rangkuti dalam Dosinaen dan Sastika, 2019:4-5

Berdasarkan Tabel 3.3 diata, Berikut ini adalah langkah-langkah penentuan IFAS (Rangkuti dalam Dosinaen dan Sastika, 2019:4-5) :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1
2. Beri bobot masing - masing faktor tersebut dengan sekala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak bolehmelebihi skor total 1,0.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 *(outstanding)* sampai dengan 1 *(poor)*, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai

   dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata- rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif,kebalikannya. Contohnya, Jika kelemahan perusahaan besar

sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaandibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 *(outstanding)* sampai dengan 1,0 *(poor)*.
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukan 57 bagaimana perusahaan tertentu dapat bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan inidengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Kedua, setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal perusahaan, masukanfaktor eksternalnya kedalam matriks EFAS

Tabel 3.3 Matriks EFAS

Faktor - Faktor Strategi Inernal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1.			
2.			
Dst.			
Ancaman			
1.			
2.			
Dst.			
Total	1,00		

Sumber: Rangkuti dalam Dosinaen dan Sastika (2019:5-6),

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas, Menurut Rangkuti dalam Dosinaen dan Sastika (2019:5-6), dalam membuat matriks faktor strategi eksternal beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk penentuan faktor strategi eksternalnya. Masalah strategi yang akan dimonitor harus dutentukan karena mungkin akan mempengaruhi perusahaan dimsa mendatang, metode-metode kuantitatif sangat di anjurkan untuk membuat peramalan *(forecasting)*, dan asumsi seperti eksplorasi, *brainstorming,stastical modeling* riset pasar dan sebagainya. Berikut adalah cara cara penentuan faktor strategi eksternal :

1. Susunlah dalam kelompok 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor stategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 *(outstanding)* sampai dengan 1 *(poor)* berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, Jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 *(outstanding)* sampai dengan 1,0 *(poor)*.
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan satu dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri serupa.

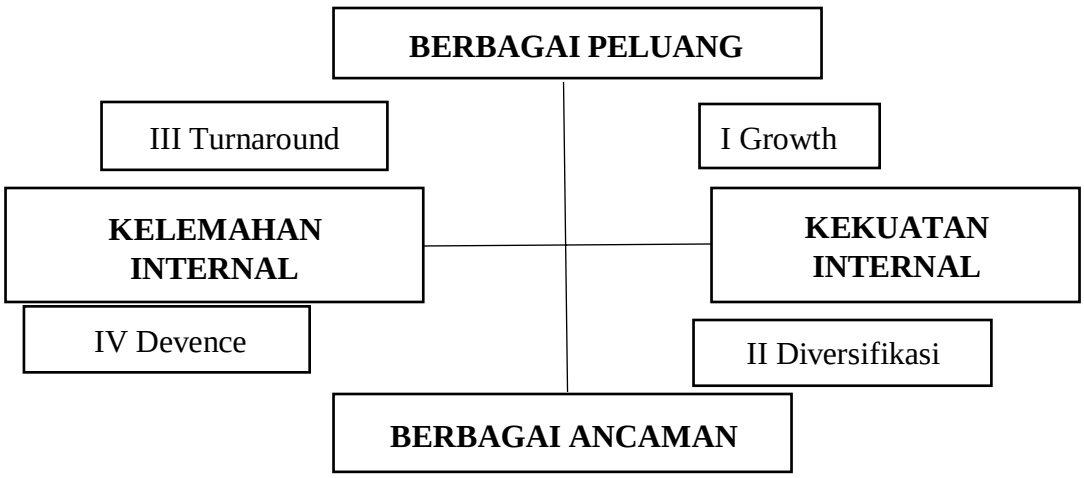
Terakhir, setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan, Maka akan menghasilkan sebuah kesimpulan strategi apa yang tepat untukdigunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Tabel 3.4 Matriks SWOT

IFAS / EFAS	STRENGHT (S) Menentukan 1-10 Faktor-Faktor Kekuatan Internal	WEAKNESS (W) Menentukan 1-10 Faktor-Faktor Kelemahan Internal
OPPORTUNITIES (O) Menentukan 1-10 Faktor-Faktor Kekuatan Eksternal	Strategi SO Menciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Memanfaatkan Peluang	Strategi WO Menciptakan Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Memanfaatkan Peluang
THREATHS (T) Menentukan 1-10 Faktor-Faktor Kekuatan Eksternal	Strategi ST Menciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Menjadi Ancaman	Strategi WT Menciptakan Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Menghindari Ancaman

Sumber : Rangkuti (2014)

Gambar 3.4 Diagram Matriks SWOT



Sumber : Freddy Rangkuti Dalam Nasihin et., al (2020:78)

Keterangan :

Kuadran I : Merupakan situasi yang menguntungkan, usaha atau bisnis tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus digunakan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agrrsif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran II : Meskipun menhadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (pasar atauproduk).

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi dilain pihak perusahaan mengahadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik.

Kuadran IV : Situasi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan perusahaan, yang dimana perusahaan tersebut mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal,situasi ini mengharuskan untuk segera mencari strategi bertahan(*defence strategy*).

Matriks SWOT diatas memudahkan penilitian dalam pendapatkan hasil penelitian. Hal ini, karena matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagian peluang dan ancaman eksternal yang di hadapi dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan 4 sel kemungkinan alternatif yaitu strategi kekuatan - peluang, kekuatan - ancaman, kelemahan - peluang serta kelemahan – ancaman.