

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pelaku usaha ternak sapi potong di CV. Mutis Indotama, Provinsi Nusa Tenggara Timur pada bulan April sampai dengan Juni 2022 yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.

No	Kegiatan	Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal												
2	Pengajuan izin penelitian												
3	Persiapan instrumen penelitian												
4	Pengumpulan data												
5	Pengolahan data												
6	Analisis dan evaluasi												
7	Penulisan laporan												
8	Seminar hasil penelitian												

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Menurut Sugiyono (2018:4-5) penelitian survey yaitu:

penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory atau confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya.

3.3. Informan Penelitian

Sejalan dengan pengertian Informan, banyak ahli yang mendefinisikan pengertian tentang Informan. Sugiyono (2017:81) mengatakan bahwa:

“Informan adalah subjek atau orang yang memberikan tanggapan jawaban dari suatu penelitian seseorang. Jenis angket yang disebarkan kepada informan penelitian adalah berupa mewakili individu atau organisasi. Informan yang akan diwawancarai betul-betul representatif atau mewakili dan mampu memberikan informasi secara detail”.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka informan yang akan diwawancarai yakni berjumlah 10 orang yang terdiri dari pengambil kebijakan atau pimpinan dan tenaga kerja pada usaha ternak sapi potong yang berada di CV. Mutis Indotama yang memiliki kemampuan dan kapasitas untuk membaca, mempengaruhi dan memformulasikan strategi pada usahannya.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2018: 224) menyatakan bahwa: “Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.”

Selanjutnya perlu penulis sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan data primer yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus (Sugiyono, 2018:222). Juga data sekunder yaitu data yang tidak langsung berasal dari sumber datanya dimana biasanya data tersebut dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Sugiyono, 2018:223). Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Kuesioner (Angket) Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuisisioner.

2. *Interview* (Wawancara) Selain menggunakan kuesioner, penulis juga menggunakan teknik *interview* (wawancara). Hal ini penulis lakukan dalam rangka melakukan studi pendahuluan misalnya untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti, mengetahui hal lain dari responden secara lebih mendalam dan lain sebagainya. Adapun bentuk *interview* yang penulis lakukan adalah *interview* terbuka, artinya penulis tidak membatasi jawaban yang harus dikemukakan oleh responden.
3. *Observasi* (Pengamatan) Teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan adalah *observasi*. Hal ini dilakukan dengan cara mengamati berbagai obyek tanpa melakukan komunikasi secara langsung. Teknik ini penulis gunakan saat penulis hendak mengetahui tentang perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

3.5. Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, Menurut Rangkuti (2017:24-25) menyatakan bahwa: “Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya”

Perumusan pilihan Strategi pengembangan usaha sapi potong dan analisis dengan menggunakan analisis SWOT. Proses tersebut dilakukan dalam tiga tahap, yaitu pengumpulan data (*input stage*), analisis (*matching stage*), pengambilan keputusan (*decision stage*). Tahap pengambilan data dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pengusaha dapat dilakukan dengan wawancara terhadap ahli pengusaha abon ikan yang bersangkutan. Setelah mengetahui berbagai faktor dalam perusahaan maka selanjutnya adalah membuat matriks internal dan eksternal.

Tabel 3.2 Matriks Faktor Strategi Internal dan Eksternal (IFAS & EFAS)

Factor strategi internal dan eksternal	Rating	Bobot	Skor (rating x bobot)
Kekuatan/Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
Total Skor		100	
Peluang/Ancaman			
1.			
2.			
3			
Total Skor		100	

Sumber: Rangkuti (2017:25)

Berdasarkan tabel berikut, tahapan yang dilakukan dalam menentukan faktor strategi adalah menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan/ kelemahan serta peluang/ancaman dalam kolom 1, lalu beri peringkat (rating) untuk setiap faktor pada kolom dua berdasarkan respon sampel penelitian terhadap faktor-faktor tersebut, yaitu:

Tabel 3.3 Peringkat (Rating) Faktor Internal dan Eksternal

Rating	Kategori	Factor internal	Factor eksternal
4	Setuju	Kekuatan	Peluang
3	Agak Setuju	Kekuatan	Peluang
2	Kurang setuju	Kekuatan	Peluang
1	Tidak Setuju	Kekuatan	Peluang
1	Tidak setuju	Kelemahan	Ancaman
2	Kurang setuju	Kelemahan	Ancaman
3	Agak setuju	Kelemahan	Ancaman
4	Setuju	Kelemahan	Ancaman

Sumber: Rangkuti (2017:84)

Kemudian beri bobot masing-masing faktor tersebut yang jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1 pada kolom 3 dengan rumus seperti berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Ranting} \times \text{Total bobot}}{\text{Rating}}$$

Kemudian yang terakhir, kalikan setiap bobot faktor dengan rating untuk mendapatkan skor dalam kolom dan Model yang dapat digunakan sebagai alat analisis adalah matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) (Rangkuti, 2017: 85)

Ada beberapa langkah dalam menyusun matrik SWOT, yaitu :

1. Tuliskan kekuatan internal perusahaan yang menentukan.
2. Tuliskan kelemahan internal perusahaan yang menentukan.
3. Tuliskan peluang eksternal perusahaan yang menentukan.
4. Tuliskan ancaman eksternal perusahaan yang menentukan.
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam set yang tepat.
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat.

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif, seperti pada Tabel 8. Berikut:

Tabel 3.4 Matriks SWOT

EFI	Strength (S)	Weaknesses (W)
EFE	(Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	(Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal)
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
(Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada

Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
(Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal)	Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2017:31)

Berdasarkan Matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

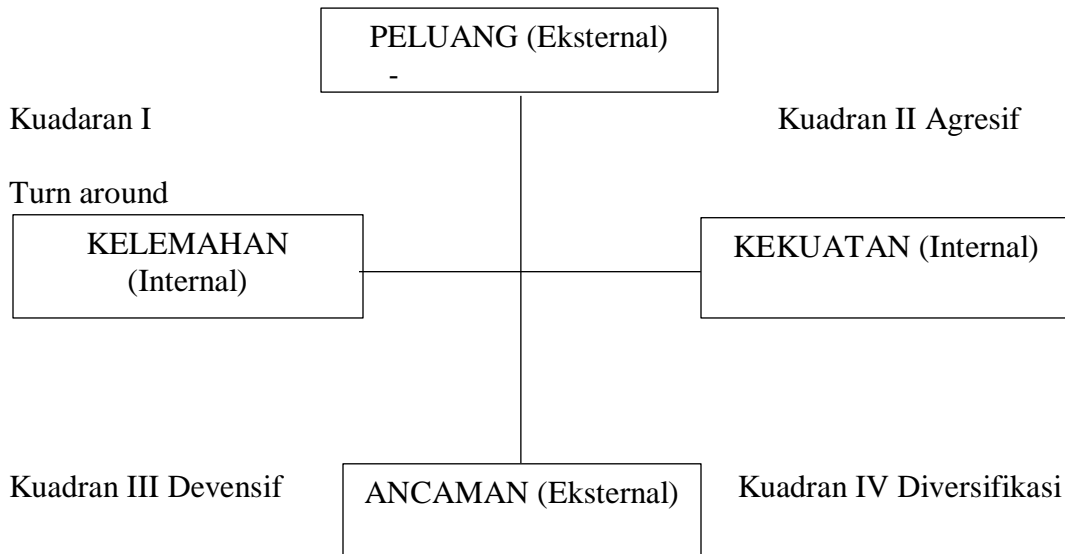
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

3.5.1. Bagan Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2017: 85), menyatakan bahwa: Analisis SWOT membandingkan antara factor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan factor internal kekuatan (Strength), dan kelemahan (Weaknesses). Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal

terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan (gambar 2.)

Gambar 3.1 Bagan Analisis SWOT



Kuadran I:

Ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II:

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III:

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV:

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

Dalam analisis SWOT, dilakukan perbandingan antara faktor-faktor strategis internal maupun eksternal untuk memperoleh strategi terhadap masing-masing faktor tersebut, kemudian dilakukan skoring Rangkuti (2017:87).

3.5.2. Analisis QSPM

Menurut Rangkuti (2017:90) Quantitative Strategic Planninh Matrix (QSPM) merupakan alat untuk mengevaluasi berbagai alternative strategi secara obyektif berdasarkan faktor-faktor kunci baik eskternal maupun internal yang telah dipertimbangkan pada tahap sebelumnya. QSPM ini merupakan alat pertimbangan yang bersifat intuitif. Langkah Menyusun QSPM:

1. Masukkan data dan bobot yang telah dibuat pada EFE (*Eksternal Factor Evaluasion*) Matrikx dan IFE (*Internal Factor Evaluasion*) matriks dimasukan kedalam QSPM.
2. Periksa matrix pada tahap penandingan, lakukan identifikasi alternatif strategi yang dipertimbangkan untuk diimplementasikan. Cantumkan alternatif strategi (dua *alternative*) pada baris atas QSPM. Kedua strategi tersebut sebaiknya dipilih yang bersifat saling meniadakan atau *mutuall exclusive*.
3. Berikan skor kemenarikan (SK) tiap komponen faktor yang ada pada EFE Matrikx dan IFE Matriks dengan kisaran skor: 1 (tidak menarik), 2 (Agak Menarik), 3 (Cukup menarik) dan 4 (sangat menarik). Penentuan skor kemenarikan pada suatu faktor eksternal (EFE) maupun internal (IFE) dengan cara mengajukan pertanyaan: *apakah faktor ini berdampak terhadap strategi yang sedang dipilih? Jika jawaban “Ya” kemudiaan berbagai strategi harus dibandingkan dengan relatif dengan faktor kunci tersebut. Dengan kata lain menunjukan kemenarikan relative strategi yang satu dibandingkan dengan lain berkaitan dengan skor kunci tertentu. Jika jabawan “Tidak” maka jangan cantumkan skor kemenarikan atau beri tanda – (dash)*
4. Hitung total skor kemenarikan (TSK) yang merupakan hasil kali antara bobot dengan skor kemenarikan (SK), kemudiaan jumlahkan TSK tersebut. Total skor kemenarikan

setiap strategi yang dipilih dalam QSPM yang lebih tinggi menunjukkan semakin menariknya strategi yang bersangkutan.