

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Daerah penelitian ditentukan secara purposive, yaitu sampel ditentukan secara sengaja karena sesuai karakteristik dan tujuan penelitian. Waktu Penelitian dilakukan pada bulan maret hingga mei 2022. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tunas Jaya Kecamatan Buana Pemaca Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Berdasarkan hasil pra survei sebelumnya bahwa pada daerah tersebut merupakan daerah sentra produksi Kopi Robusta yang apabila dikembangkan akan meningkatkan kesejahteraan para pelaku usahatani di desa ini.

#### **1.2 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini saya menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2017:137) Data Primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) penelitian primer diperoleh oleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian, data primer dalam penelitian ini di peroleh dengan kuisisioner dan wawancara langsung ke petani kopi desa tunas jaya. Data sekunder menurut Sugiyono (2017:137) merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data dan dokumentasi arsip sekertaris Desa Tunas Jaya Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan.

### **1.3 Jenis Penelitian**

Penelitian yang peneliti lakukan ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan suatu objek berdasarkan dengan kenyataan yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan input data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif (persepsi manusia) di dapat dengan bantuan wawancara, sedangkan data kualitatif tersebut akan diolah menjadi data kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT.

### **1.4 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah strategi pengembangan usahatani kopi robusta di desa Tunas Jaya Kecamatan Buana Pemaca Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Penelitian ini merupakan wawasan teori tentang variable-variabel yang berkaitan dengan strategi pengembangan usahatani di Desa Tunas Jaya Kecamatan Buana Pemaca Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan.

### **1.5 Populasi dan Sampel**

#### **1.5.1 Populasi**

Populasi adalah seluruh obyek atau individu yang akan diteliti yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu dalam penelitian ini yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah kelompok tani kopi Robusta di Desa Tunas Jaya Kecamatan Buana Pemaca Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, yang berjumlah 150 orang petani.

### 1.5.2 Sampel

Penarikan atau pembuatan sampel dari populasi untuk mewakili populasi disebabkan untuk mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Arikunto (2010:174) mengatakan bahwa Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan menggunakan yaitu teknik sampling insidental. Teknik sampling insidental disebut juga teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data Ghazali, (2014:67).

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 150 orang Menurut Sugiyono (2017:81). Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10 %.

Rumus Slovin :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

$$n = N / (1 + (150 \times 10\%)^2)$$

$$n = 150 / (1 + (150 \times 0,1))$$

$$n = 150 / (1 + 1,5)$$

$$n = 150 / 2,5$$

$$n = 60$$

Maka besar sampel pada penelitian ini sebanyak 60 orang petani yang akan dijadikan responden.

## **1.6 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilaksanakan langsung pada pemilik usahatani di Desa Tunas Jaya. Untuk dapat memperoleh data yang akurat yang dapat dipercaya kebenarannya dan relevan masalah yang diteliti, maka pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode:

### **1. Wawancara**

Merupakan proses untuk memperoleh keterangan untuk mencapai tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab responden atau pihak-pihak terkait dengan penelitian secara tertutup.

### **2. Observasi**

Merupakan pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam hal ini, peneliti mengamati secara langsung keadaan usahatani tersebut.

### 3. Studi pustaka

Studi pustaka yaitu pengumpulan data atau informasi dengan menggunakan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian dan bertujuan untuk menemukan teori, konsep, dan variabel lain yang dapat mendukung penelitian. Di dalam metode studi pustaka ini, peneliti mencari data melalui referensi-referensi, jurnal, dan artikel di internet.

#### **1.7 Teknik Analisis**

Teknik analisis data yang akan digunakan untuk menganalisis dengan metode analisis data deskriptif kualitatif yaitu menganalisis data dengan cara mempelajari penerapan teori yang ada dalam praktek yang akan diterapkan oleh perusahaan dan kemudian menggunakan metode analisis SWOT.

##### **1.7.1 Pengertian Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis

situasi adalah Analisis SWOT. (Freddy Rangkuti, dalam buku hal Erwin suryatama, hal 25, 2020).

### 1.7.2 Kerangka Konsep Matriks SWOT-4K

Matriks SWOT-4K, pertama, mencoba mencari tahu posisi satu unit bisnis strategis (UBS) tentu dalam salah satu kuadran yang dimiliki oleh matriks tersebut, dan dua, merumuskan strategi bersaing yang seharusnya dipilih oleh manajemen UBS tersebut berdasar posisi yang dimiliki. Secara visual dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



**Gambar 3.1**  
**Matrik SWOT-4K**  
**Ancaaman Bisnis (Threat) Suwarsono, (2014)**

Matriks SWOT-4K, sesuai dengan namanya, memiliki empat kuadran yang terbentuk oleh satu sumbu horizontal yang mencerminkan variabel lingkungan internal perusahaan dan satu sumbu vertikal yang mencerminkan lingkungan eksternal. Sepanjang sumbu horizontal bernilai positif merupakan simbol kekuatan perusahaan, sedangkan setengah yang lain merupakan sumbu bernilai negatif yang merupakan representasi kelemahan perusahaan. Setengah sumbu

vertikal bernilai positif merupakan representasi kelemahan perusahaan. Setengah sumbu vertikal bernilai positif merupakan representasi peluang bisnis, sedangkan setengah lainnya bernilai negatif merupakan simbol ancaman bisnis. Kuadran I, terbentuk oleh potongan sumbu horizontal positif (kekuatan perusahaan) dan potongan sumbu vertikal positif (peluang bisnis). Kuadran II, terbentuk oleh potongan sumbu vertikal positif (peluang bisnis) dan potongan sumbu horizontal negatif (kelemahan perusahaan). Kuadran III terbentuk oleh potongan sumbu horizontal negatif (kelemahan perusahaan) dan potongan sumbu vertikal negatif (ancaman perusahaan). Kuadran IV terbentuk oleh potongan sumbu vertikal negatif (ancaman bisnis) dan potongan horizontal positif (kekuatan perusahaan).

**Tabel 3.1**  
**Matrik SWOT**

<b>IFAS</b> (Internal Facators)	<b>Strength (kekuatan)</b>	<b>Weakness (kelemahan)</b>
	Faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 kelemahan internal
<b>EFAS</b> (Eksternal Factors)	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<b>Opportunies (O) (peluang)</b> Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threat (ancaman)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kelemahan untuk mengatasi ancaman

a. Strategi SO

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

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. (freddy rangkuti,teknik membedah kasus bisnis ,juli 2019)

### **1.7.3 Analisis Matriks Evaluasi Faktor Internal Dan Eksternal**

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan.tahapannya adalah : Langkah-langkah penyusunan Matriks IFAS antara lain :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis. (Semua

bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

- c. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- d. Jumlahkan total score masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat. (Freddy rangkuti, teknik membedah kasus ANALISIS SWOT cetakan kedupuluh, juli 2019)

Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) ada lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal menurut (Freddy rangkuti, 2019) yaitu:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat

memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

- c. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- d. Kalikan masing-masing, bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan semua score untuk mendapatkan total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa Usahatani Desa Tunas Jaya Kecamatan Buana Pemaca Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, memanfaatkan peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman. Total score 1,0 menunjukkan strategi-strategi yang di terapkan Usahatani Desa Tunas Jaya Kecamatan Buana Pemaca Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternalnya.

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analisis Summary*). Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matrik IFAS.

**Tabel 3.2**  
**Matrik Internal Factor Analisis Summary (IFAS)**

<b>Faktor-Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>peringkat</b>	<b>Skor</b>	<b>keterangan</b>
<b>Peluang :</b>				
<b>Ancaman :</b>				
<b>Total</b>	<b>1,0</b>			

*Sumber :* (Freddy rangkuti, teknik membedah kasus ANALISIS SWOT cetakan kedupuluh , juli 2019, hal 27-28)

Selanjutnya, analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Untuk maksud tersebut digunakan matrik EFAS (*External Factors Analisis Summary*), seperti disajikan di bawah ini.

**Tabel 3.3**  
**Matrik External Factors Analisis Summary (EFAS)**

<b>Faktor-Faktor External</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Skor</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Peluang :</b>				
<b>Ancaman :</b>				
<b>Total</b>	<b>1,0</b>			

*Sumber :* (Freddy rangkuti, teknik membedah kasus ANALISIS SWOT cetakan kedupuluh , juli 2019, hal 26)

Dalam pengisian matrik tersebut untuk kolom pertama disusun variabel dari faktor-faktor strategi perusahaan yang telah teridentifikasi yang terdiri atas variabelvariabel dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk kelompok kedua diisi dengan memberikan nilai bobot faktor-faktor perusahaan dengan menggunakan skala likert yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya, menentukan nilai-nilai ranting dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kolom tiga adalah sebagai berikut:

1. Dalam pemberian nilai untuk variabel kekuatan dan peluang. Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat positif terhadap perusahaan, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut:

- Memiliki pengaruh positif sangat kecil 1
- Memiliki pengaruh positif kecil 2
- Memiliki pengaruh positif besar 3
- Memiliki pengaruh positif sangat besar 4

2. Pemberian nilai untuk variabel kelemahan dan ancaman. Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat negatif terhadap perusahaan, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut:

- Memiliki pengaruh negatif sangat besar 1
- Memiliki pengaruh negatif kecil 2
- Memiliki pengaruh negatif kecil 3
- Memiliki pengaruh negatif sangat kecil 4

Bobot adalah jumlah nilai dari faktor strategi perusahaan dengan skala nilai 0,0 (tidak penting ) sampai 1,0 (paling penting). Bobot dan ranting di rumuskan sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\mathbf{x}}$$

Ranting adalah nilai dari faktor strategis perusahaan dengan skala 1 (*poor*) sampai dengan 4 (*outstanding*). Fungsi pemberian ranting adalah untuk mengetahui apakah faktor strategis perusahaan dapat memberikan dampak positif (+) yaitu kekuatan dan peluang, sedangkan faktor negatif (-) dapat menjadi faktor ancaman dan kelemahan.

Sedangkan untuk mengisi kolom 4 dilakukan perhitungan skor pembobotan dengan mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating dengan kolom 3. Kemudian, jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana strategi pemasaran bereaksi terhadap faktor - faktor strateginya.

### **1.8 Batasan Operasional Variabel**

Operasionalisasi variabel meliputi penjelasan mengenai variabel penelitian, konsep variabel dan indikator variabel.Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian dan tujuan ke dalam konsep indikator yang bertujuan untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Tabel 5 akan menjelaskan secara rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 3.4**  
**Batasan Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Lingkungan internal	Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada bisnis yang sama kuatnya atau sama lemahnya di semua area. Fred R.David(2011:176)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemasaran.</li> <li>2. Keuangan.</li> <li>3. Produksi.</li> <li>4. Organisasi.</li> </ol> <p><b>David (2016 : 81)</b></p>
Lingkungan eksternal.	Tujuan audit eksternal adalah untuk membangun sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindarinya. fred R.David(2011:120)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekonomi.</li> <li>2. Budaya social.</li> <li>3. Pemerintah.</li> <li>4. Kekuatan teknologi.</li> <li>5. Kekuatan persaingan.</li> </ol> <p><b>David (2016 : 81)</b></p>