

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metodologi Penelitian

3.1.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Keripik di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Uludengan ruang lingkup pembahasan tentang Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Keripik di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu.

3.2. Data dan Sumber Data

3.2.1. Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan (Sudijono, 2011:69).Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data Primer (*Primary Data*) dan data sekunder.Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, yaitu hasil pengisian kuesioner.Data sekunder adalah berupa dokumen-dokumen tertulis.

3.2.2. Sumber Data

Menurut Arikunto (2010: 172) mengemukakan bahwa sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.Sumber data dalam penelitian ini berupa hasil jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan kepada pengusaha keripik yang berisi tanggapan responden mengenai Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Keripik di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu.

3.3. Metode Pengumpulan Data

a) Angket

Angket adalah pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket terbuka dan tertutup. Data ini akan diambil dari pelaku usaha keripik di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu. Menurut Sudijono (2011:85), kuesioner dapat berbentuk pilihan ganda dan dapat pula berbentuk skala sikap. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbentuk pilihan ganda dimana pada setiap item soal disediakan 4 alternatif pilihan jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut:

- 1) Jawaban A dengan skor 4
- 2) Jawaban B dengan skor 3
- 3) Jawaban C dengan skor 2
- 4) Jawaban D dengan skor 1

b) Dokumentasi

Pengumpulan data dengan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder melalui dokumen-dokumen tertulis. Pengumpulan data seperti ini oleh sebagian peneliti diyakini integritasnya karena mengambil dari berbagai sumber yang relevan. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang dalam penelitian ini, dokumen dimaksudkan untuk melengkapi data dari wawancara dan observasi.

Adapun dokumentasi yang diperlukan dan akan dipergunakan dalam penelitian ini meliputi gambar-gambar terkait penelitian, pendapatan, realisasi strategi pengembangan yang diteliti yang diperoleh dari jurnal, laporan, buku, internet atau sumber lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 2010:102). Dalam penelitian ini, sampel penelitian mengacu pada seluruh pelaku Usaha Keripik di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu yang berjumlah 31 orang.

3.5. Model Analisis

3.5.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki industri. Analisis SWOT adalah suatu alat manajemen untuk mengevaluasi internal dan eksternal organisasi sehingga dapat memberikan informasi mengenai isu- isu penting bagi organisasi/ dinas. Analisis SWOT dimulai dengan identifikasi aspek positif, yaitu *strength* (kekuatan) dan aspek negatif, yaitu *weakness* (kelemahan) dari internal organisasi. Sedangkan dari *eksternal* organisasi dilakukan identifikasi *opportunities* (peluang) dan *threat* (ancaman).

Berikut ini langkah- langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sektor industri kecil keripik:

- a) Identifikasi faktor- faktor internal dan eksternal Identifikasi faktor- faktor internal dan eksternal ini diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang diperoleh diklasifikasikan. Hal ini dilihat pada format tabel berikut ini:

Tabel 3
Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Faktor- faktor strategi internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Peluang			
Ancaman			

Sumber: Rangkuti, 2012:24

Pemberian bobot masing- masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting) berdasarkan pengaruhnya. Semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00. Pemberian rating untuk masingmasing faktor- faktor dengan skala mulai dari empat sampai dengan satu berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi sektor industri kecil keripik. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif semakin besar diberi rating 4 tetapi bila kecil diberi rating 1. Pemberian nilai rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negatif semakin besar diberi rating 1 tetapi bila kecil diberi rating 4.

b) Matrik Internal Eksternal

		Total Skor Faktor Strategi Internal			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4.0	3.0	2.0	1.0
Total skor faktor strategi Eksternal	Tinggi	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan		VI Penciutan
	Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi	
		3.0	2.0	1.0	

Gambar 3.1

Gambar Internal-Eksternal Matrik

Sumber :Rangkuti (2012:25)

Keterangan :

I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal

II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal

III : Strategi turn around

IV : Strategi stabilitas

V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan).

VI : Strategi divestasi

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan pemberdayaan industri kecil keripik, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut kedalam rumusan strategi. Alat yang dipakai untuk menyusun strategi adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagian peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan 4 sel kemungkinan alternative strategi sebagai berikut:

Tabel 3.1

Matrik Analisis SWOT

Internal Eksternal	S <i>Strength</i> (kekuatan)	W <i>Weakness</i> (kelemahan)
O <i>Opportunities</i> (peluang)	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
T <i>Threats</i> (ancaman)	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber :Rangkuti (2012: 31)

Keterangan :

- a) *Strengths* (S): Kekuatan, yaitu faktor- faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan termasuk satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

- b) *Weakness (W)*: Kelemahan, yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.
- c) *Opportunity (O)*: Peluang, yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.
- d) *Threats(T)*: Ancaman, faktor- faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.

(Siagian, 2005:172).

1. *Strategi SO*

Apabila didalam kajian terlihat peluang- peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Dua elemen eksternal dan internal yang baik ini tidak boleh dilepaskan begitu saja, tetapi akan menjadi isu utama pemberdayaan meskipun demikian proses pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan. Kondisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha dalam mempertahankan keunggulan komparatif tersebut.

(Strategi SO: menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang).

2. *Strategi ST*

Kotak ini merupakan kajian yang mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi sebuah peluang bagi

pemberdayaan selanjutnya.(Strategi ST : menggunakan kekuatan untuk mengusir hambatan).

3. *Strategi WO*

Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sector untuk mengungkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan dengan hati-hati untuk memilih dan untuk menerima peluang tersebut, khususnya dikaitkan dengan potensi kawasan.(Strategi WO: menggunakan peluang untuk menghindari kelemahan).

4. *Strategi WT*

Merupakan tempat untuk menggali berbagai kelemahan yang akan dihadapi oleh sector dalam perkembangannya. Hal ini dapat dilihat dari pertemuan antara ancaman dan tantangan dari luar dengan kelemahan yang terdapat didalam kawasan. Strategi yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan sedikit membenahi sumberdaya internal yang ada. (Strategi WT: meminimalkan kelemahan dan mengusir hambatan).

3.6. Batasan Operasional

Untuk menyamakan persepsi tentang variabel-variabel yang digunakan dan menghindari terjadinya perbedaan penafsiran.Variabel penelitian adalah objek penelitian yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Suharsimi Arikonto, 2010:118). Sementara itu menurut Sugiyono (2012:2) variabel dalam penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh

penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut.

Variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Rangkuti,2012:4).

b. SDM (Tenaga Kerja)

Variabel SDM dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Jumlah Tenaga Kerja
- 2) Alokasi Waktu (HKO)
- 3) Tingkat Pendidikan

c. Teknologi

Variabel Teknologi dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Teknologi yang digunakan
- 2) Teknologi Tepat Guna

d. Permodalan

Variabel Permodalan dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Nilai Modal Kerja
- 2) Sumber modal

e. Pemasaran

Variabel Pemasaran dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Unit yang terjual (*output*)
- 2) Omset

3) Daerah Sasaran