

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini didesain dengan menggunakan deskripsi kuantitatif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif kuantitatif memiliki tujuan yang terstruktur, faktual, dan tepat dalam mendeskripsikan suatu kejadian, peristiwa, yang terjadi. Karakteristik, Sifat, ciri, dan persamaan adalah beberapa contoh fenomena. Oleh karena itu, penulis bertujuan untuk melakukan analisis SWOT pada strategi bisnis IKM Kerajinan Tradisional Allysa Tapis Lampung di Kelurahan Yosodadi-Metro Timur di tengah persaingan bisnis.

#### **B. Objek dan Lokasi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian pertimbangan pertama yaitu objek penelitian yang akan diteliti, yang merangkum permasalahan yang ingin diselidiki untuk tujuan penelitian. Menurut Umar (2013:18), subjek penelitian memberikan penjelasan tentang subjek penelitian, lokasi, dan waktu penyelidikan. Jika dipandang perlu, elemen tambahan yang relevan dapat ditambahkan.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa fokus penelitian berupa kumpulan sasaran keilmuan yang akan diuraikan agar memperoleh data dan informasi. Tujuannya supaya dapat menghasilkan manfaat. Objektif penelitian ini akan diteliti oleh penulis adalah produk Allysa Tapis Lampung yang dihasilkan oleh Industri Kecil Menengah. Lokasinya terletak di Jalan Cumi-cumi No. 8, RT 31, RW 12, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro Lampung.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Sugiyono (2015:56) berpendapat, populasi ialah wilayah yang meliputi dari objek atau subjek dengan jumlah dan ciri tertentu yang dipilih peneliti dalam mempelajari sebelum menarik simpulan. Studi penelitian ini melibatkan pemilik usaha IKM Allysa Tapis Lampung dan 15 karyawannya.

##### **2. Sampel**

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian dari keseluruhan ciri yang dimiliki anggota populasi. Suatu populasi yang diteliti sangat besar, maka tidak menutup kemungkinan meneliti setiap individu/objek dalam keseluruhan populasi. Oleh karena itu, diambil sampel dari keseluruhan

populasi tersebut. Hasil akhir diambil dari observasi sampel kemudian diterapkan pada seluruh populasi. Oleh karena itu, diharapkan sampel yang diambil dari populasi dapat mewakili populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2016), "Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu." Penulis memilih pengambilan sampel berdasarkan tujuan penelitian tertentu atau (*Purposive Sampling*) memerlukan pemahaman mendalam perihal masalah atau keahlian tertentu, peneliti memilih responden yang memiliki pengetahuan atau pengalaman khusus dalam bidang yang akan diteliti.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dalam penelitian, pemilihan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling* di mana pemilihan partisipan didasarkan pada pertimbangan tertentu yang dianggap penting untuk memahami fenomena yang diteliti. Salah satu contoh dari pertimbangan ini adalah individu yang dianggap mengetahui harapan atau kemungkinan yang dapat kita identifikasi berperan sebagai penguasa, yang akan mempermudah peneliti untuk mengeksplorasi obyek atau situasi yang sedang diteliti. Secara lebih spesifik, sampel diambil sesuai dengan kebutuhan penelitian. Maka dari itu, penelitian ini penulis hanya mengambil 4 orang sebagai sampel dan 1 orang yaitu pemilik usaha IKM Tapis Lampung Ibu Siti Allysa, sebagai *key informant*.

#### **D. Jenis Data**

Jenis data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah data informasi langsung (primer) dan data informasi yang terkumpul (sekunder).

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer berasal dari di mana data awal dihasilkan. Oleh karena itu, data primer diperoleh langsung dari asal data itu sendiri. Informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber asli dikenal sebagai data primer guna memberikan jawaban terhadap permasalahan atau tujuan studi yang *intens* dalam konteks penelitian deskriptif kuantitatif ini dengan menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara (Sugiyono 2018:456). Pada penelitian ini, sumber utamanya adalah Ibu Siti Allysa sebagai pemilik usaha IKM Tapis Lampung.

##### **2. Data Sekunder**

Sugiyono (2018:456) menjelaskan, informasi yang telah terkumpul atau data sekunder adalah sumber data yang menghasilkan data terhadap pengumpul data secara tidak langsung, atau diperoleh dari orang lain atau dokumen. Oleh

karena itu, dalam menjalankan penelitian terkait Strategi Bisnis pada IKM Allysa Tapis Lampung, peneliti akan melakukan evaluasi terhadap sumber-sumber tertulis yang mendukung penelitian ini, seperti arsip, dokumen, dan sumber data lainnya.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. *Library Research***

Studi kepustakaan memiliki hubungan teoritis dengan penelitian melalui penggunaan sumber terkait bersama nilai, kebudayaan, dan norma yang tumbuh dalam lingkungan sosial yang diteliti. Menurut pendapat ini, Penelitian kepustakaan ini tidak melibatkan kunjungan lapangan untuk langsung berinteraksi dengan responden, melainkan data diperoleh dari sumber-sumber pustaka, bukan dari buku atau dokumen bahan bacaan, atau dianalisis. (Sugiyono, 2019). Dalam konteks penelitian, library research dapat mencakup:

#### **a. Membaca Literatur**

Menelusuri dan membaca berbagai buku, jurnal, artikel, dan publikasi ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan subjek penelitian. Informasi dari literatur ini dapat digunakan untuk mendukung landasan teoritis dan kontekstual penelitian.

#### **b. Analisis Dokumen**

Menganalisis berbagai dokumen seperti laporan keuangan, catatan pertemuan, atau dokumen kebijakan yang dapat memberikan wawasan tambahan terkait dengan aspek tertentu dari penelitian.

#### **c. Studi Pustaka**

Melakukan studi menyeluruh terhadap karya-karya sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang terkait dengan topik yang diteliti. Hal ini membantu untuk memahami perkembangan pengetahuan yang telah ada dan mengidentifikasi celah penelitian yang dapat diisi.

#### **d. Referensi Elektronik**

Mencari dan memanfaatkan sumber informasi elektronik seperti basis data, *e-book*, dan jurnal online yang dapat diakses melalui perpustakaan atau sumber online lainnya.

### **2. *Field Research***

Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan secara langsung di tempat kejadian atau dalam suatu komunitas, artinya data

dikumpulkan atau diperoleh langsung dari lapangan atau komunitas. Dalam konteks penelitian lapangan, beberapa kegiatan yang akan dilakukan antara lain:

a. Observasi

Sugiyono (2019: 297) menjelaskan maksud dari observasi adalah metode pengumpulan data di mana seseorang melihat masalah yang sedang diteliti secara langsung. Tujuan dari observasi ini adalah untuk membandingkan keterangan yang diperoleh dengan fakta.

b. Wawancara

Sugiyono (2018) memberikan penjelasan tentang wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis pada studi kasus di mana mereka ingin menjalankan penelitian preliminier untuk menetapkan permasalahan apa yang harus diselidiki. Hal ini juga digunakan dalam kasus di mana jumlah tanggapan yang diterima oleh peneliti kecil atau tidak sama.

Semua jawaban informan dicatat atau direkam oleh peneliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Penelitian terstruktur dengan menyiapkan pertanyaan untuk informan sebelum melakukan wawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan tentang peristiwa masa lalu (Sugiyono, 2019: 315). Dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya besar dari seseorang.

## **F. Metode Analisis Data**

Analisis data adalah langkah-langkah sistematis untuk mengumpulkan dan mengatur data dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi, menurut Sugiyono (2018:482). Proses ini termasuk mengelompokkan data ke dalam kategori, merinci menjadi unit-unit terpisah, melakukan sintesis, mengidentifikasi pola, menentukan relevansi, dan menarik kesimpulan sehingga dapat dipahami dengan mudah oleh orang lain.

Pada penelitian ini, penulis menerapkan analisis data deskriptif kuantitatif dengan menjalankan langkah-langkah seperti pengambilan, pengolahan, dan presentasi data supaya dapat memperoleh hasil penjelasan yang spesifik dan jelas dan menyeluruh. Hal ini dilakukan agar pihak lain dapat dengan mudah memperoleh gambaran yang akurat terkait dengan karakteristik objek penelitian. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam proses analisis data:

## 1. Matriks SWOT

sniati dan Rizki (2019:62) mengemukakan bahwa matriks SWOT adalah alat yang efektif digunakan untuk mengatur faktor strategis perusahaan. Matriks ini menjelaskan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dengan demikian, matriks tersebut menciptakan suatu gambaran strategis yang sesuai dengan aspek-aspek SWOT yang terkandung di dalamnya. Analisis SWOT ini melibatkan pengenalan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan pelaku usaha IKM Allysa Tapis Lampung.

**Tabel 3. 1 Matriks SWOT**

<b>IFAS</b>          <b>EFAS</b>	<b>STRENGTHS(S)</b>  Identifikasi faktor-faktor internal yang menguntungkan	<b>WEAKNESS (S)</b>  Identifikasi faktor-faktor internal yang memerlukan perbaikan
<b>OPORTUNITIES (O)</b>  Identifikasi faktor-faktor peluang dari lingkungan eksternal	<b>STRATEGI (SO)</b>  Formulasikan strategi untuk mengoptimalkan kekuatan guna memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI (WO)</b>  Buat strategi untuk mengatasi kelemahan dan peluang
<b>TREATH (T)</b>  Identifikasi faktor-faktor yang menjadi ancaman dari lingkungan eksternal	<b>STRATEGI (ST)</b>  Bentuk strategi untuk memanfaatkan kekuatan guna menghadapi ancaman	<b>STRATEGI (WT)</b>  Rancang strategi untuk mengatasi kelemahan dalam menghadapi ancaman

Sumber: (Rangkuti, 2018)

Keterangan:

b. Strategi SO

Merupakan pendekatan yang memanfaatkan kekuatan perusahaan sepenuhnya untuk menemukan dan memanfaatkan peluang terbaik sesuai dengan perspektif perusahaan.

c. Strategi ST

Suatu strategi yang mengoptimalkan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi dan menghadapi ancaman atau tantangan yang mungkin timbul.

d. Strategi WO

Strategi ini melibatkan pemanfaatan peluang sebagai langkah untuk mengurangi kelemahan yang mungkin terjadi di dalam perusahaan.

e. Strategi W-T

Yaitu pendekatan strategis yang bersifat pencegahan, dimana fokusnya adalah menghindari ancaman dan, pada saat yang sama, berupaya untuk mengurangi kelemahan yang mungkin ada dalam perusahaan.

## 2. Matriks yang Menganalisis Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Analisis strategis faktor eksternal, atau EFAS (*External Factors Analysis Strategy*), adalah jenis analisis yang dilakukan untuk menggambarkan peluang dan ancaman bagi organisasi atau perusahaan. Analisis eksternal ini dilakukan agar dapat menggambarkan seberapa siap dan sigap suatu bisnis untuk menerima kekuatan dan tekanan dari faktor eksternal, termasuk tekanan dari pesaing. mengenai proses pembuatan EFAS (Rangkuti: 2018: 25). Berikut adalah format tabel matriks EFAS:

**Tabel 3. 2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)**

<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
Peluang			
Ancaman			
Total	1,00		

Sumber: (Rangkuti, 2018)

Tahapan Penetapan Faktor strategi eksternal:

- a. Pada kolom pertama, identifikasikan faktor-faktor yang dianggap sebagai peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi perusahaan.

- b. Di kolom kedua, tetapkan bobot kepada setiap faktor strategis bersama skor mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Ini membantu mengevaluasi tingkat signifikansi faktor dalam menghadapi peluang atau ancaman.
- c. Pada kolom ketiga, kalkulasikan total nilai setiap faktor dengan memberikan *rating* skor dari 4 (sangat baik) hingga 1 (buruk). Skala ini mencerminkan dampak relatif dari setiap faktor terhadap kondisi perusahaan. Faktor peluang yang memberikan kontribusi positif diberi rating mulai dari +4 pada peluang agar dapat terus berkembang, sedangkan skor lebih dari 1 diberikan pada peluang yang berkurang. Pemberian skor untuk faktor ancaman disesuaikan dengan tingkat kekhawatiran.
- d. Kalikan skor rating dari kolom ketiga dengan bobot dari kolom kedua, sehingga diperoleh total pembobotan pada kolom keempat. Nilai ini mencakup rentang dari 4,0 (sangat baik) hingga 1,0 (buruk) untuk masing-masing faktor.
- e. Untuk memperoleh total nilai bobot perusahaan, tambahkan nilai-nilai hasil penjumlahan bobot di kolom keempat. Jumlah nilai ini mencerminkan sejauh mana faktor-faktor strategis eksternal memberikan dampak pada perusahaan secara keseluruhan.

Kemudian, dengan pendekatan yang serupa, dilakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan strategis internal. IFAS (*Internal Factors Analysis Strategy*) merupakan jenis analisis strategis yang mengkaji faktor-faktor internal dalam suatu organisasi atau perusahaan. Analisis ini harus dilakukan untuk menggambarkan kekuatan dan kelemahan organisasi atau perusahaan (Rangkuti: 2018: 27). Berikut adalah format matriks tabel IFAS.

**Tabel 3. 3 Matriks Analisis Faktor Internal IFAS**

<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
Peluang			
Ancaman			
Total	1,00		

Sumber: (Rangkuti, 2018)

Tahapan dalam menentukan faktor-faktor internal adalah sebagai berikut:

- a. Pada kolom pertama, identifikasikan faktor yang merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

- b. Berikan bobot skor untuk setiap faktor menggunakan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Bobot ini mencerminkan pengaruh faktor terhadap keadaan strategis perusahaan, dan total bobot keseluruhan tidak boleh lebih 1,0.
- c. Di kolom ketiga, kalkulasikan total nilai tiap masing-masing faktor dengan memberikan skor dari 4 (sangat baik) hingga 1 (buruk). Skala ini mencerminkan dampak faktor-faktor tersebut akan situasi perusahaan.
- d. Nilai rating yang tercantum di kolom ketiga dikali dengan bobot skor dari kolom kedua, sehingga diperoleh total pembobotan faktor di kolom keempat. Nilai hasil untuk setiap faktor berkisar antara 4,0 (sangat baik) hingga 1,0 (buruk).
- e. Untuk menghitung total skor pembobotan perusahaan, jumlahkan nilai-nilai pembobotan di kolom keempat. Total nilai ini memberikan gambaran tentang bagaimana faktor-faktor strategis internal dapat memengaruhi kinerja suatu perusahaan tertentu. Skor ini dapat digunakan untuk membandingkan bisnis satu sama lain, terutama di antara kelompok orang yang sama.

### 3. Matriks IE

Berdasarkan Rangkuti (2016), kerangka kerja Internal-Eksternal (IE) ini berasal dari metode *general electric* (GE). Alat ukur yang digunakan termasuk kekuatan internal dan pengaruh eksternal perusahaan. Tujuan dari menggunakan model ini adalah untuk mendapatkan strategi bisnis yang lebih detail di tingkat korporasi atau divisi unit. Matriks IE terdiri dari Tiga kategori utama yang berbeda. Pertama, aturan untuk divisi yang termasuk ke sel I, II, dan IV disebut tumbuh dan membangun.

**Tabel 3. 4 Matrik Internal-Eksternal**

	<i>HIGH</i> (3-4)	<i>MEDIUM</i> (2-3)	<i>LOW</i> (1-2)
<i>HIGH</i> (3-4)	1 <i>GROWTH</i> Fokus melalui integrasi vertikal	2 <i>GROWTH</i> Fokus melalui integrasi horizontal	3 <i>RETRENCHMENT</i> Strategi <i>turn-around</i>
<i>MEDIUM</i> (2-3)	4 <i>STABILITY</i>	5 <i>GROWTH</i> Konsentrasi	6 <i>RETRENCHMENT</i> Strategi divestasi

	<i>HIGH</i> (3-4)	<i>MEDIUM</i> (2-3)	<i>LOW</i> (1-2)
		melalui integrasi horizontal atau strategi profit stabilitas	
<i>LOW</i> (1-2)	7 <i>GROWTH</i> Diversifikasi konsentrik	8 <i>GROWTH</i> Diversifikasi Konglomerat	9 <i>LIKUIDASI</i>

Sumber: (Rangkuti, 2016)

Tabel di atas menggambarkan tingkatan IX sel strategi pada perusahaan, yang dapat dikelompokkan pada tiga bagian strategi utama, yaitu:

- a. Strategi Pertumbuhan pada kolom 1, 2, dan 5, sedangkan diversifikasi pada i kolom 7 dan 8, mewakili variasi dari pertumbuhan suatu perusahaan.
- b. Strategi Stabilitas adalah penggunaan strategi tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.
- c. Strategi Konsolidasi terdapat di sel 3, 6, dan 9, merupakan usaha untuk meminimalisir atau mengurangi aktivitas yang diterapkan oleh suatu perusahaan