

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Moleong (2017:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode.

Menurut Subagyo (2017:158), penelitian kualitatif disebut juga penelitian natural atau penelitian alamiah. Jenis penelitian ini lebih mengutamakan penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji atau diukur dengan setepat-tepatnya dengan data yang berupa data deskriptif. Data deskriptif yang dimaksud berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan penelitian yang diamati.

Pendekatan deksriptif merupakan sebuah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan meinterpretasikan objek dengan apa adanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan gambaran secara lengkap mengenai suatu kejadian atau dimaksudkan untuk mengekspos dan mengklarifikasi suatu fenomena yang terjadi.

Penelitian kualitatif dengan menggunakan data deskriptif ini cocok digunakan untuk menggambarkan masalah yang terjadi dilokasi terkait pemasaran usaha, yang datanya diperoleh dari hasil survey dan wawancara yang dilakukan langsung dilokasi. Sehingga dalam penelitian ini, setiap gejala yang terkait dengan pemasaran usaha yang dilakukan CV.Jaya Mandiri Argo ini dapat dikaji secara menyeluruh dan mendalam.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran usaha rumah tangga pembibitan buah dan dilangsungkan di rumah tangga produksi di Jl. Pertanian Badransari RT/RW.07/04 Pekalongan Lampung Timur.

C. Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah analisis data untuk meringkas dan mendeskripsikan data-data yang akurat agar mudah untuk diinterpretasikan (Azuar Juliandi, 2013). Sedangkan menurut sujarweni (2015) metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dan dilakukan tanpa adanya perlakuan yang diberikan, serta tidak ada uji hipotesis (Sari, 2021). Metode deskriptif memusatkan perhatian kepada penemuan fakta-fakta tentang bagaimana keadaan sebenarnya.

D. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Eko Sugiarto (2017) data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni informasi dari tangan pertama atau narasumber. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang akan diteliti. Kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dari sumber yang fenomenal dapat dihindari. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi di CV. Jaya Mandiri Argo. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari observasi obyek penelitian dan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan informan yakni pemilik CV. Jaya Mandiri Argo beserta anggota-anggotanya yang terkait.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain). Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik, hasil riset, studi literatur, dan data internal perusahaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai penulis dalam melakukan penelitian adalah :

a. Observasi/Teknik Pengamatan

Menurut Sugiyono (2015:145) observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri-ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain wawancara selalu berkomunikasi dengan orang.

Teknik pengamatan/observasi adalah suatu pengamatan dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi dilakukan dengan cara ikut mengambil bagian dalam kehidupan informan yang diteliti dan diamati. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan keadaan yang terjadi, aktifitas-aktifitas, dan melihat makna aktifitas tersebut dari perspektif informan. Proses observasi ini dilakukan dua tahap. Tahap pertama adalah observasi yang bertujuan untuk memastikan lokasi penelitian, dalam tahap pertama ini saya melakukan observasi ke CV.Jaya Mandiri Argo sebagai tempat lokasi penelitian saya. Tahap kedua adalah observasi yang bertujuan untuk memperoleh data-data terkait dengan pokok-pokok masalah, dalam hal ini saya membuat dokumentasi untuk memperkuat hasil observasi saya. Penelitian secara langsung mengamati secara keseluruhan objek atau situasi yang berkembang di lokasi penelitian. Hal yang menjadi fokus pengamatan adalah situasi dan kondisi dari setiap aktifitas pengusaha pembibitan buah di CV.Jaya Jaya Mandiri Argo.

b. Wawancara

Menurut sugiyono (2015:231) wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari respnden yang lebih mendalam. Wawancara untuk mendapatkan data atau informasi yang lebih jelas mendalam, maka dilakukan wawancara secara mendalam dengan pengusaha pembibitan buah dan karyawannya dengan pedoman wawancara hanya memuat garis besar yang hanya akan ditanyakan.

Teknik yang sesuai untuk menggali informasi dari informan dan menjawab pertanyaan penelitian adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa panduan wawancara, panduan wawancara digunakan sebagai petunjuk umum atau garis besar pokok-pokok yang ditanyakan dalam wawancara, dengan pedomoan tersebut peneliti memikirkan bagaimana pertanyaan dijabarkan secara kongkrit dalam kalimat tanya,

sekaligus menyesuaikan pertanyaan dengan konteks aktual saat wawancara berlangsung.

Wawancara dilakukan terhadap pengusaha pembibitan buah CV.Jaya Mandiri Argo. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu melakukan observasi dan pendekatan terhadap informan. Hal ini peneliti lakukan agar dapat lebih mudah menyelami dan mendalami karakter dari masing-masing informan, memberikan rasa nyaman terhadap kehadiran peneliti menciptakan suatu percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu. Dalam hal ini, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yang sudah terstruktur kepada narasumber yang dianggap kompeten dibidangnya diharapkan dapat memberikan jawaban dan data secara langsung, jujur dan valid. Inti dan metode wawancara ini bahwa setiap penggunaan metode ini selalu muncul beberapa hal, yaitu pewawancara, responden, dan materi wawancara (Bungin, 2013). Dalam hal ini yang menjadi narasumber/responden adalah pihak pengusaha pembibitan buah tersebut. Rasa kekeluargaan yang nantinya mempengaruhi pelaksanaan wawancara, informan lebih mudah mengungkapkan jawaban tanpa harus merasa canggung dan tertekan karena sudah ada pendekatan sebelumnya, dengan begitu informasi yang dihasilkan akan sesuai dengan yang di harapkan peneliti.

c. Dokumentasi

Yakni proses mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa surat kabar, notulen, prasasti, catatan dan transkrip. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengambilan gambar.

d. Studi Literatur

Pengumpulan data ini dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, jurnal, dan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang sedang dibahas. Dalam penelitian ini, literatur yang digunakan berupa data Kementrian/ BPS, skripsi, jurnal ataupun buku yang terkait dengan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) membantu para manager untuk mengatur faktor-

faktor strategi kedalam kategori-kategori kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penggunaan bentuk IFAS dan EFAS melibatkan langkah-langkah berikut:

Pertama, mengidentifikasi dan mendaftarkan item untuk masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kedua, berikan bobot pada item-item tersebut mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting). (Jumlah seluruh bobot harus mencapai 1,0 tanpa memandang jumlah faktor strategis perusahaan). Ketiga, berikan rating untuk masing-masing faktor mulai dari 4 (sangat baik) sampai 1 (sangat buruk), berdasarkan respon manajemen terhadap setiap faktor tersebut. Setiap rating adalah penilaian seberapa baik analis meyakini bahwa manajemen perusahaan sedang menghadapi faktor-faktor internal tersebut. Keempat, kalikan bobot setiap item dengan rating untuk mendapatkan skor terbobot. Kelima, jumlahkan seluruh terbobot untuk memperoleh skor terbobot total untuk perusahaan tersebut.

Proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui 3 tahap analisis, yaitu:

a. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini adalah kegiatan mengumpulkan data informasi yang terkait dengan lingkungan internal perusahaan. Faktor internal berupa pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

b. Tahap Analisis

Dimana semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan dapat digambarkan secara jelas, bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Semua informasi disusun dalam bentuk matriks SWOT kemudian dianalisis untuk memperoleh strategi yang cocok dalam mengoptimalkan upaya untuk mencapai kinerja yang efektif, efisien dan berkelanjutan untuk itu digunakan matriks SWOT agar dapat dianalisis dari segi yang ada, mana yang dimungkinkan bagi perusahaan untuk bergerak maju, apakah strategi *Strength-Opportunities (SO)*, Strategi *Weaknesses-Opportunities (WO)*, Strategi *Strength-Threats (ST)* atau Strategi *Weaknesses-Threats (WT)*.

c. Tahap Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini mengkaji ulang dari empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis, setelah itu diambil keputusan dimana semua data yang telah dianalisis akan menghasilkan alternatif.

Setelah posisi usaha diketahui kemudian dilakukan formulasi alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengusaha. Matriks SWOT akan menghasilkan empat jenis strategi, seperti disajikan:

Tabel 5. Matrik SWOT

IFAS EFAS	Strength (S) Tentukan 1-10 faktor kekuatan internal	Weakness (W) Tentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunity (O) Tentukan 1-10 faktor peluang eksternal	Strategi (SO) Menciptakan Strategi yang Menggunakan Kekuatan untuk Memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Menciptakan Strategi yang Meminimalkan Kelemahan untuk Memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 1- 10 faktor ancaman eksternal	Strategi (ST) Menciptakan Strategi yang Menggunakan Kekuatan untuk Menghindari Ancaman	Strategi (WT) Menciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan internal perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada.

b. Strategi ST

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi.

c. Strategi WO

Strategi ini menitik beratkan pada pemanfaatan peluang guna meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.