

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2008:15) penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan jumlah penjualan kopi ASSA di Lampung Tengah.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi peningkatan jumlah penjualan kopi ASSA. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada kopi ASSA di Kecamatan Seputih Agung, Lampung Tengah.

C. Jenis dan Sumber penelitian

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang akan diteliti. Data primer dari penelitian ini berupa kuisisioner yang akan diisi oleh responden melalui wawancara dengan pemilik. Pemilihan responden pada pertimbangan bahwa pemilik paling mengetahui secara baik mengenai kondisi *home industry* dan strategi yang akan digunakan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari usaha kopi di kecamatan Lampung Tengah berupa data jumlah anggota dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara yaitu peneliti mewawancarai secara langsung dengan pimpinan untuk mendapatkan informasi mengenai data-data penunjang penelitian, seperti data jumlah anggota dan gambaran umum *home industry*.

D. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu metode matriks SWOT yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang kemudian dapat memberikan solusi terhadap permasalahan.

E. Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel penelitian digunakan untuk membatasi ruang lingkup atau pengertian variabel-variabel diamati/diteliti, perlu sekali variabel-variabel tersebut diberikan batasan atau "definisi operasional". Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran atau pengamatan terhadap variabel-variabel yang bersangkutan serta pengembangan *instrument* (alat ukur). Adapun definisi operasional penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strengths*) kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya, dengan indikator sebagai berikut:

- a) Produk berkualitas adalah produk yang dinyatakan memenuhi persyaratan baik syarat umum maupun syarat khusus yang sesuai dengan ketentuan SNI 01-2907-2008.
 - b) Harga di pasar bersaing, harga kopi ASSA yang relative murah dapat membuat semua kalangan dapat membeli.
 - c) Lokasi perusahaan strategis, artinya tempat yang digunakan untuk menjalankan usaha mudah untuk dijangkau.
 - d) Memiliki berbagai macam variasi, yang mana *home industry* kopi ASSA mengembangkan berbagai varian jenis produk kopi.
 - e) Produksi dan pengolahan yang berkembang dan modern, artinya *home industry* kopi ASSA menggunakan alat produksi dan pengelolaan yang berkembang dan modern.
2. Kelemahan (*weaknesses*) adalah kegiatan-kegiatan *home industry* yang tidak berjalan baik. Kelemahan yang dimiliki kopi ASSA adalah sebagai berikut :
- a) Belum maksimal sistem manajemen, artinya belum maksimal menjalankan sistem manajemen dalam kegiatan operasional *home industry* .
 - b) Promosi dan fasion, kopi ASSA belum memiliki fasion yang menarik sehingga kegiatan promosi yang dilakukan belum maksimal dikarenakan wilayah pemasaran produk yang dimiliki masih terbatas.

- c) Kapasitas produksi masih terbatas, artinya jumlah produk yang dihasilkan belum maksimal dan belum mencapai target.
 - d) Minimnya sarana dan prasarana operasional, artinya tempat dan peralatan yang dimiliki *home industry* untuk kegiatan operasional masih belum sepenuhnya mampu menunjang kegiatan operasional perusahaan.
 - e) Minimnya modal yang dimiliki, pemilik *home industry* kopi ASSA menggunakan modal pribadi dalam menjalankan usahanya tanpa ada tambahan modal usaha dari pihak lain.
3. Peluang (*opportunities*) adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkan. Opportunity tidak hanya berupa kebijakan atau peluang dalam hal ini mendapatkan modal berupa yang akan tetapi bisa juga respon masyarakat. Peluang yang dimiliki *home industry* kopi ASSA adalah sebagai berikut :
- a) Daya beli masyarakat, kopi merupakan komoditas terbesar dan menjadi salah satu kebutuhan primer dan gaya hidup masyarakat.
 - b) Budaya ngopi masyarakat, di daerah penghasil kopi tertinggi menjadikan masyarakatnya memiliki tingkat konsumsi kopi yang tinggi dan menjadikan sebuah budaya daerah.
 - c) Perkembangan teknologi yang semakin maju, menjadikan peluang karena menjadikan akses dalam perkembangan dan kemajuan usaha.

- d) Perkembangan produk substitusi, *home industry* kopi ASSA mengembangkan produk dengan berbagai jenis olahan kopi.
 - e) Ketersediaan bahan baku, di daerah Sumatera khususnya wilayah Lampung merupakan daerah penghasil kopi terbaik dan besar.
4. Ancaman (*threats*) adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan, dengan indikator sebagai berikut:
- a. Banyaknya pesaing antar usaha sejenis ini, hal ini tentu akan membuat saingan baru untuk *home industry* kopi ASSA.
 - b. Ada banyaknya inovasi dan kreasi produk kopi baru yang ada di masyarakat yang dengan berbagai macam olahan kopi.
 - c. Munculnya pesaing baru, artinya usaha kopi merupakan peluang yang baik dan menjanjikan.
 - d. Tidak adanya izin produk dan produksi, *home industry* kopi ASSA belum memiliki izin dalam produksi dan produk seperti IPRT, SIUP, BPOM, dan label halal.
 - e. Harga yang tidak stabil, dimana ketetapan harga di tentukan sesuai dengan permintaan dan penawaran.

Hasil yang di dapat dari tahap percocokkan atau *matching stage* berupa alternatif-alternatif strategi yang nantinya akan digunakan untuk menentukan strategi utama atau strategi yang tepat untuk direkomendasikan kepada UKM (*home industry*) sebagai berikut :

1. Strategi S-O (kekuatan-peluang)

Menggunakan kekuatan internal perusahaan bertujuan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.

2. Strategi W-O (kelemahan-peluang)

Bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

3. Strategi S-T (kekuatan-ancaman)

Berusaha agar perusahaan mampu menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal.

4. Strategi W-T (kelemahan-ancaman)

Teknik untuk bertahan yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan-kelemahan internal serta menghindari dari ancaman-ancaman lingkungan.

Definisi Operasional dari penelitian ini terdiri dari beberapa poin pokok SWOT yang dirumuskan sebagai berikut :

Table 3.1.
Oprasional Variabel

No	Variable	Indikator	Skala
1	Strategi peningkatan jumlah penjualan produk	<p>A. Analisis S.W.O.T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Strengths</i>(Kekuatan) <ol style="list-style-type: none"> a) Produk berkualitas sesuai SNI 01-2907-2007 b) Harga di pasar relative murah dan bersaing c) Lokasi strategis d) Memiliki banyak varian produk e) Produksi dan pengolahan yang berkembang dan modern 2. <i>Weaknesses</i> (Kelemahan) <ol style="list-style-type: none"> a) Belum maksimal sistem manajemen perusahaan b) Promosi dan fasion c) Kapasitas produksi terbatas d) Minimnya sarana dan prasaran oprasional e) Minimnya modal yang dimiliki 3. <i>Opportunities</i> (Peluang) <ol style="list-style-type: none"> a) Daya beli masyarakat b) Budaya ngopi masyarakat c) Pengembangan produk substitusi d) Ketersediaan bahan baku 4. <i>Treats</i> (Ancaman) <ol style="list-style-type: none"> a) Banyaknya pesaing antar usaha sejenis b) Munculnya pesaing baru c) Adanya berbagai olahan kopi baru d) Tidak adanya izin produksi e) Harga yang tidak stabil <p>B. Analisis strategi S.W.O.T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi S-O (kekuatan-peluang) Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang 2. Strategi W.O (kelemahan-peluang) Memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang 3. Strategi S-T (kekuatan-ancaman) Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman 4. Strategi W-T (kelemahan-ancaman) Pengurangan kelemahan dan menghindari ancaman 	Matriks

Sumber: Pengolahan variabel dan indikator penelitian pada home industry kopi ASSA, 2020.

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2016), mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan berbagai cara yang sesuai dengan informasi yang diinginkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu. Melakukan wawancara untuk mendapatkan data atau informasi dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada manajemen/pemilik *home industry* Kopi ASSA. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut mengenai objek yang diteliti.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan atau peninjauan secara langsung ditempat kerja (UKM Kopi ASSA) dengan mengamati dan pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dengan mempelajari dokumen-dokumen perusahaan berupa laporan kegiatan produksi, laporan jumlah produksi, rencana kerja, serta dokumen kepegawaian.

G. Alat Analisis

Data yang telah didapatkan, kemudian diolah dan dianalisis. Hasil dari pengolahan dan analisis data digunakan untuk merumuskan strategi. Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mengumpulkan data untuk memberikan

solusi terhadap permasalahan. Analisis kuantitatif dibagi dua yaitu analisis eksternal dan internal. Alat analisis yang digunakan mengacu pada konsep seperti berikut ini :

1. Analisis Deskriptif

Melakukan analisis deskriptif bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum, visi dan misi usaha. Analisis deskriptif yang digunakan dapat juga digunakan untuk mendapatkan kondisi aktual (*Home industry*) Kopi ASSA.

2. Matrik SWOT

Analisis strategi menggunakan analisis efektivitas dan analisis SWOT atau analisis situasi untuk mengidentifikasi secara sistematis faktor-faktor lingkungan internal berupa kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) disamping faktor-faktor eksternal berupa peluang (*oppurtunities*) dan ancaman (*threats*) (Husein, 2009). Digambarkan dalam table berikut :

Tabel 3.2
Analisis Matrik SWOT.

Lingkungan Internal 1. S t Lingkungan Eksternal	<i>Strenght (S)</i> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<i>Weakness (W)</i> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<i>Oppurtinity (O)</i> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis, Husein, 2009.

1. Strategi W-O (kelemahan-peluang)

Bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

2. Strategi S-T (kekuatan-ancaman)

Berusaha agar perusahaan mampu menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal.

3. Strategi W-T (kelemahan-ancaman)

Teknik untuk bertahan yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan-kelemahan internal serta menghindari dari ancaman-ancaman lingkungan.