

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif memusatkan perhatian pada fenomena yang terjadi pada saat ini. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan berpusat kepada pencarian data yang ada di lapangan (Malsch & Salterio, 2016). Tujuan dari menggunakan pendekatan kualitatif adalah membuat penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan keadaan daerah tempat melakukan penelitian (Suryabrata, 2010). Penelitian kualitatif juga adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristiwanya. Penelitian ini berusaha memuat deskriptif fenomena yang diselidiki dengan cara melakukan dan mengklasifikasikan fakta atau karakteristik fenomena tersebut secara faktual dan cermat (Sukmadinata, 2017).

B. Lokasi Penelitian

Adapun mengenai lokasi yang menjadi lahan penulis untuk melakukan penelitian yakni di pusat produksi Alexa Bakery Banjarmasin Jl. Rawasari Raya, RT. 93 No. 91, Teluk Dalam.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek utama penelitian dalam penelitian ini adalah individu yang dijadikan sumber informasi yang berkaitan dengan penelitian. Subjek penelitian ini adalah pimpinan atau manajer Alexa Bakery Banjarmasin.

2. Objek Penelitian

Objek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah yang menjadi pokok perhatian dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah Analisis SWOT pengembangan bisnis Alexa Bakery Banjarmasin.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta, adapun dua data yang digali dari penelitian ini adalah meliputi:

- a. Data Pokok atau data primer yaitu diperoleh dari sumber utama. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber utamanya adalah pimpinan usaha atau manajer dan 5 karyawan Alexa Bakery Banjarmasin. Data primer ini didapat melalui wawancara mengenai Analisis SWOT Pengembangan Bisnis Alexa Bakery Banjarmasin.
- b. Data penunjang atau data sekunder yaitu diperoleh dari teori-teori atau bacaan yang relevan serta dokumentasi dari pimpinan usaha Alexa Bakery

Banjarmasin yang terkait dengan penelitian ini yaitu literatur-literatur tentang teori pengembangan bisnis dan dokumen berupa laporan keuangan.

2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian adalah informan yakni pimpinan usaha atau bagian manajer Alexa Bakery Banjarmasin dan Informan yaitu 5 orang karyawan yang dianggap penulis dapat memberikan keterangan dan tambahan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk menggali (mengumpulkan) data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu:

A. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berhadapan langsung, atau berinteraksi langsung dengan melakukan percakapan yang diarahkan pada masalah tertentu, proses ini merupakan proses tanya jawab secara lisan (Subagyo, 1997, hlm.106).

B. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara untuk mengumpulkan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, sehingga akan memperoleh data yang lengkap dan bukan berdasarkan perkiraan (Afrizal, 2015).

F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik pengolahan data

Setelah mendapatkan data-data yang diinginkan untuk penelitian ini, maka yang selanjutnya dilakukan adalah melakukan pengolahan data dan analisis data. Pengolahan data dapat dilakukan setelah semua data terkumpul.

Ada beberapa teknik pengolahan data yang digunakan yaitu :

- a. Koleksi data, yaitu penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data pokok maupun penunjang melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- b. Editing, penulis melakukan pengecekan kembali terhadap data yang telah diteliti, untuk mengetahui apakah jawaban yang telah terisi lengkap dan dapat dipahami serta kejelasan tulisan responden.
- c. Klasifikasi data, yaitu dengan pengkategorian jawaban responden dan informan menurut macam dan bentuknya yang sesuai dengan data yang diperoleh.
- d. Interpretasi data, yaitu data yang telah diperoleh kemudian selanjutnya diberikan penjelasan dan menguraikannya dalam bentuk deskriptif yang kemudian dilakukan analisis data. Pemahaman mengenai materi- materi tersebut dan untuk memungkinkan menyajikannya kepada orang lain (Emzir, 2012).

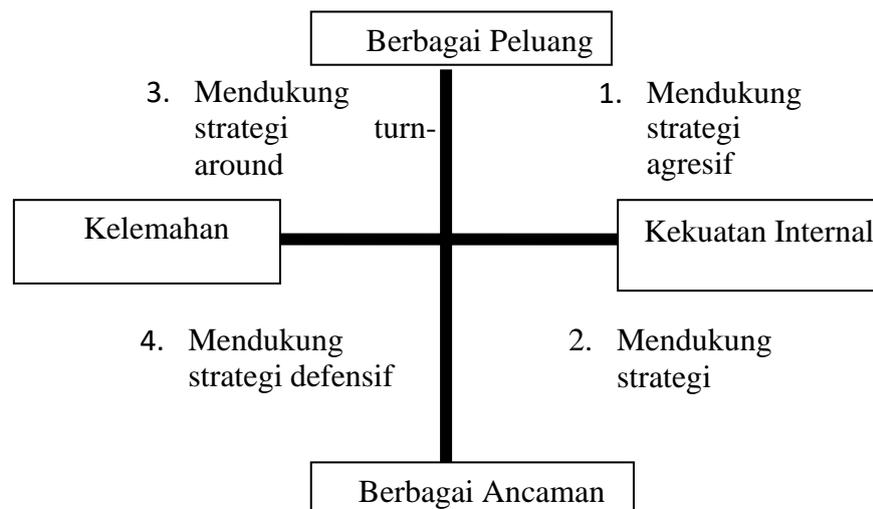
2. Analisis Data

Pada dasarnya analisis data merupakan proses penyederhanaan data agar lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Data yang ada akan dianalisis kedalam bentuk yang lebih sederhana untuk selanjutnya dicari makna dan implikasi yang lebih luas dari hasil penelitian (Suryabrata,

2010).

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) lingkungan internal dan *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2014:20). Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Gambar 3.1. Kuadran Analisis SWOT



Sumber: Rangkuti (2014: 20)

Kuadran 1: menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan, sehingga pada posisi ini perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan agresif

Kuadran 2: Pada posisi ini perusahaan memiliki ancaman, namun masih ada kekuatan dari segi internal sehingga ancaman tersebut dapat diatasi dengan kekuatan yang ada. Strategi yang tepat untuk posisi ini adalah strategi diversifikasi (produk/pasar) dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

Kuadran 3: Perusahaan memiliki peluang besar namun ada kelemahan internal sehingga perusahaan harus memilih strategi yang tepat agar kelemahan yang ada tidak mengurangi peluang besarnya. Strategi yang tepat untuk posisi ini adalah perusahaan meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik

Kuadran 4: Posisi ini merupakan posisi yang sangat merugikan karena perusahaan harus menghadapi berbagai ancaman dengan kondisi internal yang lemah. Strategi yang harus diterapkan mendukung strategi defensive.

Dalam proses penyusunan perencanaan strategis terdapat tiga tahapan analisis yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan. Pada tahap pertama yaitu tahap pengumpulan data, dilakukan evaluasi faktor eksternal maupun internal untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Tahap selanjutnya adalah tahap analisis dimana pada tahap ini terdapat beberapa model alat analisis yaitu; matrik tows, matrik BCG, matriks internal-eksternal, matriks space, dan

matriks grand strategi. Semakin banyak matrik yang digunakan dalam analisis, maka analisis yang dilakukan akan semakin akurat. Tahap terakhir proses penyusunan perencanaan strategi adalah tahap pengambilan keputusan yang mana pada tahap ini dapat digunakan matrik perencanaan strategis kuantitatif untuk mempermudah pemilihan strategi.

Dalam penelitian ini, untuk tahap pengumpulan data akan digunakan matrik faktor strategi eksternal dan matriks strategi internal.

a. Matriks faktor strategi eksternal

Dalam menyusun matriks faktor strategi eksternal, terlebih dahulu kita harus mengetahui Faktor Strategi Eksternal (EFAS). Terdapat beberapa cara penentuan Faktor Strategi Eksternal yaitu :

- 1) Susunlah 5 sampai 10 peluang dan ancaman dalam kolom 1.
- 2) Pada kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Hal ini perlu dilakukan karena faktor-faktor yang telah disusun dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- 3) Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala angka 4(*outstanding*) sampai 1(*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap proses pengembangan wisata. Faktor-faktor peluang diberikan nilai rating positif yang artinya semakin besar peluang diberi rating +4, namun jika peluangnya kecil diberi rating +1.

Pemberian rating ancaman berkebalikan dengan pemberian rating peluang, jika ancamannya besar diberi rating 1 dan sebaliknya ketika nilai ancamannya sedikit diberi rating 4.

- 4) Kalikan bobot dan rating untuk memperoleh faktor pembobotan berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*)
- 5) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan.

Tabel 3.1. Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Peluang : Tentukan 5-10 peluang pengembangan bisnis Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi			
Ancaman: Tentukan 5-10 ancaman pengembangan bisnis Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi			
TOTAL			

Sumber: Rangkuti, 2014:20

b. Matriks Faktor Strategi Internal

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal, maka dilakukan penyusunan tabel IFAS untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam *Strength and Weakness*. Tahapan penyusunan tabel IFAS adalah :

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan
- 2) Pada kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting).
- 3) Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala angka 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap proses pengembangan wisata.
- 4) Kalikan bobot dan rating untuk memperoleh faktor pembobotan berupaskor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*)
- 5) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan.

Tabel 3.2. Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Kekuatan : Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan pengembangan Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi			
Ancaman: Tentukan kelemahan internal dalam pengembangan Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi			
TOTAL			

Sumber: Rangkuti, 2014:20

Pemberian Bobot dan Rating Matriks EFAS dan IFAS

a. Pemberian Bobot Matriks EFAS dan IFAS

Teknik yang digunakan untuk menentukan bobot pada matriks EFAS dan IFAS adalah pairwise comparison. Teknik ini berfungsi untuk membandingkan setiap variabel pada kolom. Penentuan perbandingan bobot (nilai signifikan) pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

1 = faktor internal/eksternal kurang penting daripada faktor strategis internal/eksternal lain.

2 = faktor internal/eksternal sama penting daripada faktor strategis internal/eksternal lain.

3 = faktor internal/eksternal lebih penting daripada faktor strategis internal/eksternal lain.

b. Pemberian Rating Matriks EFAS dan IFAS

Pemberian nilai rating untuk daftar kekuatan berdasarkan pada keterangan sebagai berikut:

4= kekuatan utama yang berpengaruh besar.

3= kekuatan utama yang berpengaruh kecil.

2= kekuatan kecil yang berpengaruh besar.

1= kekuatan kecil yang berpengaruh kecil.

Pemberian nilai rating untuk daftar kelemahan berdasarkan pada keterangan sebagai berikut:

1= kelemahan utama yang berpengaruh besar.

2= kelemahan utama yang berpengaruh kecil.

3= kelemahan kecil yang berpengaruh besar.

4= kelemahan kecil yang berpengaruh kecil.

Pemberian nilai rating untuk daftar peluang berdasarkan pada keterangan sebagai berikut:

1= kemampuan tidak baik meraih peluang.

2= kemampuan cukup baik meraih peluang.

3= kemampuan baik meraih peluang.

4= kemampuan sangat baik meraih peluang

Pemberian nilai rating untuk daftar ancaman berdasarkan pada keterangan sebagai berikut:

1= pengaruh ancaman yang sangat kuat.

2= pengaruh ancaman yang kuat.

3= pengaruh ancaman yang lemah.

4= pengaruh ancaman yang sangat lemah.

c. Pemberian Skor Pembobotan pada Matriks EFAS dan IFAS

Bobot faktor dikalikan dengan nilai rating untuk menentukan skor pembobotan untuk masing-masing variabel. Skor pembobotan dari masing-masing variabel dijumlahkan untuk menentukan total skor pembobotan. Total skor pembobotan IFAS di bawah 2,5 menunjukkan perusahaan yang lemah secara internal sedangkan di atas 2,5 menunjukkan perusahaan berada pada posisi internal yang kuat. Total skor pembobotan EFAS sebesar 4,0 menunjukkan bahwa organisasi merespon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya sedangkan 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman.

Nilai bobot diperoleh dari nilai signifikan suatu faktor dibagi dengan total nilai signifikan masing-masing faktor. Pemberian bobot dilakukan oleh responden internal dikarenakan mereka adalah responden ahli dan dianggap mengetahui tentang seberapa penting/ prioritas suatu faktor internal dan eksternal pada industri bisnis.

Setelah diperoleh data atau informasi mengenai faktor yang mempengaruhi pengembangan Alexa Bakery Banjarmasin, maka tahap selanjutnya adalah memanfaatkan data atau informasi tersebut untuk merumuskan strategi. Alat yang digunakan untuk menyusun faktor strategi pengembangan Alexa Bakery Banjarmasin adalah matriks SWOT karena menurut Rangkuti (2014), matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang ancaman eksternal yang dihadapi suatu perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif yang dapat digambarkan pada diagram berikut :

Tabel 3.3. Matriks SWOT

IFAS	Strengths (S) ▪ Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	Weakness (W) ▪ Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
EFAS	Strategi SO Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T) ▪ Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi Ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Keterangan :

i. Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan seluruh peluang yang ada

ii. Strategi ST

Strategi ST adalah strategi yang digunakan untuk mengatasi ancaman dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki.

iii. Strategi WO

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

iv. Strategi WT

Strategi ini merupakan strategi bagaimana menghindari ancaman dan meminimalkan kelemahan yang ada.