

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan langsung di lokasi bisnis panahan di Kalimantan Selatan. Penelitian lapangan adalah kegiatan penelitian yang dilakukan di lokasi tempat objek berada, dengan tujuan untuk memperoleh data primer yang objektif, aktual, dan kontekstual (Sugiyono, 2019). Jenis penelitian ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali strategi pengembangan bisnis secara langsung dari pelaku bisnis, dengan memahami tantangan yang dihadapi, serta mengenali peluang yang ada.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena sosial dengan cara mendeskripsikan secara menyeluruh berdasarkan pandangan subjek penelitian. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memberikan gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta di lapangan serta karakteristik objek yang diteliti (Moloeng, 2008). Pendekatan ini digunakan untuk mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis panahan, serta merumuskan strategi pengembangannya secara naratif dan analitis.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini ditetapkan di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru dengan menggunakan metode Area Sampling. Pemilihan kedua wilayah ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Banjarmasin dan Banjarbaru merupakan pusat kegiatan ekonomi serta barometer perkembangan bisnis panahan di Kalimantan Selatan. Melalui metode ini, peneliti fokus pada area yang dianggap paling representatif untuk mendapatkan data yang mendalam dan akurat mengenai kondisi industri panahan di tingkat provinsi (Sugiyono, 2019). Peneliti memfokuskan observasi pada tiga titik area yang dianggap paling representatif, yaitu:

1. *Starclub and Proshop Archery* yang menjual peralatan panahan dan aksesorisnya, Penyediaan tempat memanah *indoor* dan *Outdoor*, Penyetelan (*Tunning*), dan jasa pelatihan memanah. Selain itu star archery juga memiliki klub atau komunitas tersendiri. Star Archery ini berlokasi di jalan Pramuka Ruko 48 Banjarmasin.
2. *El-Quds Archery*, menjual alat-alat panah, aksesoris memanah, layanan servis (perbaikan) alat panah yang rusak, penyetelan (*tunning*), dan jasa pelatihan memanah. Al Quds Archey berlokasi di Komplek Listrik No.2 Banjarbaru Selatan.
3. *Javied Archery*, menjual alat-alat panah, aksesoris memanah, layanan konsultasi kesesuaian alat panah dengan calon pemanah, dan jasa pelatihan memanah. Javied Archery berlokasi di Jalan Simpang Pinus NO.40A Banjarbaru Utara.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sumber data yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian yang menjadi subjek penelitian adalah pelaku bisnis Panahan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah keseluruhan dari gejala atau keadaan dari subjek penelitian yang menjadi pusat perhatian dan sasaran dalam penelitian (Sugiono, 2022), dalam penelitian yang menjadi objeknya adalah gambaran tentang bisnis panahan yang dijalankan di Kalimantan Selatan dan strategi pengembangan bisnis panahan di Kalimantan Selatan berdasarkan dengan analisis SWOT.

D. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data adalah bahan yang harus diolah untuk menghasilkan informasi untuk keterangan, yang mengungkapkan fakta-fakta yang berguna dalam peneliti tentang sesuatu keadaan atau kondisi. Data primer dan data sekunder digunakan sebagai sumber data untuk penelitian ini.

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang didapatkan dari subjek penelitian secara langsung melalui proses seperti wawancara, dan observasi. Data primer ini berupa data-data yang otentik, objektif, dan

reliabel, karena data tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk memecahkan suatu permasalahan (Nasution, 2023). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari wawancara mendalam dengan pelaku bisnis panahan, dan hasil observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang tidak diperoleh langsung dari subjek penelitian atau sumber pertama. Data sekunder bersifat sebagai pelengkap dan penguat data primer. Data sekunder dapat berupa literatur, laporan, arsip, maupun publikasi resmi dari lembaga tertentu (Nasution, 2023). Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup literatur akademik mengenai strategi bisnis, teori SWOT, industri olahraga, dll.

2. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang menjadi rujukan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Sumber data dapat berupa individu, dokumen, maupun publikasi yang menyediakan informasi yang dibutuhkan peneliti (Moloeng, 2021). Sedangkan menurut Sukandarumidi sumber data adalah semua informasi baik yang merupakan benda nyata, sesuatu yang abstrak, peristiwa atau gejala baik secara kuantitatif ataupun kualitatif (Hermawan & Amirullah, 2016). Adapun Sumber data dalam penelitian ini yakni informan, observasi dan bahan yang relevan dengan fokus penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pelaku bisnis panahan di Kalimantan Selatan. Wawancara mendalam menurut Sugiyono (2019) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung kepada informan dengan tujuan untuk mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam, terutama ketika peneliti ingin menggali data yang lebih detail dari sudut pandang subjek. Metode ini dipilih karena sifatnya yang fleksibel, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari para pelaku bisnis panahan di Kalimantan Selatan secara lebih terbuka dan menyeluruh. Melalui interaksi langsung ini, peneliti dapat memperoleh data yang autentik mengenai kondisi nyata di lapangan sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019).

2. Observasi

Observasi adalah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan cara memperhatikan atau mengamati individu atau kelompok secara langsung (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bentuk observasi non-partisipan, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas yang sedang diamati dan hanya berperan sebagai pengamat independent (Sugiyono, 2019). Peneliti terjun langsung ke lokasi bisnis

panahan di Banjarmasin dan Banjarbaru untuk melakukan pengamatan terhadap aspek-aspek strategis seperti lokasi usaha, kelengkapan fasilitas, pelayanan pelanggan, serta dinamika persaingan di lapangan. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) secara objektif guna memperoleh data pendukung yang akurat dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis panahan di Kalimantan Selatan (Abubakar, 2021).

F. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode untuk mengevaluasi faktor internal (*Strengths dan Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities dan Threats*) dalam suatu organisasi atau unit bisnis. Menurut Rangkuti (2019), SWOT merupakan alat analisis strategis yang membantu merancang rencana pengembangan dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang, serta mengurangi dampak kelemahan dan ancaman (Rangkuti 2019).

Analisis SWOT sering digunakan untuk analisis dalam analisis strategi. Sederhananya berdasarkan analisis ini, tampaknya merupakan strategi yang bagus. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat mengurangi kerentanan dan ancaman. Jika dijalankan dengan benar, hal sederhana ini akan berdampak besar pada kesuksesan strategis pengembangan suatu usaha.

Untuk mempertajam analisis, data SWOT akan dikembangkan menjadi matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor*

Analysis Summary). Penilaian bobot dan skor pada tiap faktor mengacu pada teknik yang dijelaskan oleh David & David (2017), yang menyarankan pemberian bobot berdasarkan tingkat kepentingan, dan skor berdasarkan kondisi yang dihadapi.

Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal dan eksternal. Hasil kuesioner berupa angka, di mana setiap pertanyaan diberikan kepada informan dalam bentuk skala penilaian dan kemudian dihitung untuk memperoleh nilai tertentu. Dengan menggunakan metode rata-rata, diperoleh rincian faktor-faktor internal yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Nilai masing-masing faktor selanjutnya dikalikan dengan tingkat urgensi penanganannya untuk memperoleh nilai akhir yang digunakan dalam penentuan posisi kuadran analisis SWOT. Kuadran hasil pengolahan data tersebut berfungsi sebagai peta strategi, yang selanjutnya menjadi dasar dalam penentuan prioritas strategi pengembangan usaha.

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert 1–4, yang terdiri atas dua jenis penilaian, yaitu penilaian kondisi saat ini dan penilaian urgensi penanganan. Penilaian kondisi saat ini diberikan skor 1 untuk kondisi sangat kurang, skor 2 untuk kurang, skor 3 untuk baik, dan skor 4 untuk sangat baik. Sementara itu, penilaian urgensi penanganan diberikan skor 1 untuk tidak urgen, skor 2 untuk kurang urgen, skor 3 untuk urgen, dan skor 4 untuk sangat urgen.

Proses penyusunan perencanaan strategis dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan. Tahap pengumpulan data dilakukan melalui evaluasi faktor internal dan eksternal untuk memperoleh data yang dibutuhkan, yang tidak hanya mencakup kegiatan pengumpulan data, tetapi juga pengklasifikasian serta pra-analisis terhadap faktor-faktor strategis. Tahap analisis dilakukan dengan menggunakan beberapa alat analisis strategi, seperti matriks SWOT atau TOWS, Tahap pengambilan keputusan merupakan tahap akhir dalam proses penyusunan perencanaan strategi, di mana digunakan matriks perencanaan strategis kuantitatif untuk mempermudah pemilihan strategi prioritas yang akan diterapkan.

Tahap pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan matriks faktor strategi eksternal dan matriks strategi internal sebagai berikut:

1. Matriks Faktor Strategi Internal

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

- a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan
- b. Pada kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting).
- c. 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.
- d. 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*)
 - e. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan.

Tabel 3.1. Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Kekuatan : Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan pengembangan bisnis panahan berdasarkan hasil wawancara, observasi			
Ancaman: Tentukan kelemahan internal dalam pengembangan bisnis panahan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi			
TOTAL			

Sumber: Rangkuti, 2019:20

2. Matriks faktor strategi eksternal

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal, maka dilakukan penyusunan tabel EFAS untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam *Opportunity and Threat*. Tahapan penyusunan tabel EFAS adalah:

- a. Susunlah 5 sampai 10 peluang dan ancaman dalam kolom 1.
- b. Pada kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidakpenting). Hal ini perlu dilakukan karena faktor-faktor yang telah disusun dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. 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.
- d. 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*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total

skor pembobotan.

Tabel 3.2. Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Peluang : Tentukan 5-10 peluang pengembangan bisnis panahan berdasarkan hasil wawancara, dan observasi			
Ancaman: Tentukan 5-10 ancaman pengembangan bisnis panahan berdasarkan hasil wawancara, dan observasi			
TOTAL			

Sumber: Rangkuti, 2019

Setelah tahapan pengumpulan dan pengolahan data dilakukan sehingga diperoleh data dan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan bisnis panahan, tahapan selanjutnya adalah memanfaatkan data dan informasi tersebut dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Perumusan strategi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis matriks SWOT sebagai alat analisis utama. Dengan memanfaatkan matriks diagram analisis SWOT maka dapat digambarkan secara jelas mengenai ancaman dan peluang yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. 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 EFAS	Strengths (S) ▪ Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	Weakness (W) ▪ Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
Opportunities (O) ▪ Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	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 :

a. Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

b. Strategi ST (*Strenght-Threath*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan- kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman- ancaman yang ada.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

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

d. Strategi WT (*Weakness-Threath*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan- kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman- ancaman.

Langkah terakhir dalam analisis SWOT adalah menentukan posisi kuadran berdasarkan hasil perhitungan koordinat analisis faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS). Penentuan posisi kuadran ini bertujuan untuk mengetahui posisi strategis usaha panahan sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan bisnis panahan yang tepat dan sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Hasil penentuan posisi kuadran tersebut selanjutnya menjadi dasar dalam perumusan strategi pengembangan bisnis panahan, baik dalam

bentuk strategi pertumbuhan, diversifikasi, maupun strategi defensif. Diagram kuadran analisis SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran I (*Strength–Opportunity* / Strategi Agresif)

Kuadran ini menunjukkan kondisi yang sangat menguntungkan, di mana usaha panahan memiliki kekuatan internal yang besar serta peluang eksternal yang tinggi. Pada posisi ini, strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan agresif, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk menangkap peluang pasar secara maksimal, seperti pengembangan layanan, peningkatan kapasitas pelatihan, dan ekspansi pasar secara terukur.

b. Kuadran II (*Strength–Threat* / Strategi Diversifikasi)

Pada kuadran ini, usaha panahan memiliki kekuatan internal yang cukup baik, namun dihadapkan pada berbagai ancaman dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah strategi diversifikasi, yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi dampak ancaman dan menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, misalnya dengan mengembangkan variasi layanan berbasis jasa tanpa meningkatkan risiko operasional secara signifikan.

c. Kuadran III (*Weakness–Opportunity* / Strategi Turn Around)

Kuadran ini menunjukkan kondisi di mana usaha panahan memiliki peluang pasar yang besar, namun masih menghadapi kelemahan internal. Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi perbaikan internal (turn around), yaitu dengan meminimalkan kelemahan yang ada agar peluang eksternal dapat dimanfaatkan secara optimal, seperti peningkatan kapasitas sumber daya

manusia dan perbaikan sistem operasional usaha.

d. Kuadran IV (*Weakness–Threat* / Strategi Defensif)

Kuadran ini merupakan kondisi yang paling tidak menguntungkan karena usaha panahan menghadapi ancaman eksternal yang besar dengan kondisi internal yang lemah. Pada posisi ini, strategi yang tepat adalah strategi defensif, yaitu upaya mempertahankan keberlangsungan usaha dengan cara meminimalkan kelemahan dan menghindari risiko yang dapat memperburuk kondisi usaha.



G. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis untuk menjamin keakuratan dan relevansi data yang diperoleh. Berikut adalah tahapan-tahapan penelitian yang digunakan:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini mencakup identifikasi masalah, penentuan fokus penelitian, dan penyusunan proposal penelitian. Peneliti mengumpulkan literatur terkait dengan strategi pengembangan bisnis, bisnis panahan dan analisis SWOT untuk memperkuat landasan teoretis. Selain itu, peneliti juga mempersiapkan instrumen penelitian seperti pedoman wawancara dan observasi.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik bisnis panahan di Kalimantan Selatan, dan observasi terhadap praktik bisnis yang dilakukan.

3. Tahap Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat*) sebagai alat analisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang terdapat di bisnis tersebut.

4. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi sebagai pengujian keabsahan pada data yang sudah diperoleh sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi teknik, dengan melakukan tinjauan kembali pada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan observasi.

5. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap akhir adalah penyusunan laporan penelitian. Laporan disusun berdasarkan temuan penelitian yang disajikan secara sistematis dan logis.