BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research)* yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian (supardi, *metodologi penelitian ekonomi dan bisnis*, (Yogyakarta: Uii Press, 2005).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Kegunaan metode kualitatif dalam penelitian ini yaitu untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam, dan sebuah data yang memiliki makna. Makna merupakan data yang sesungguhnya dan dibalik data yang terlihat terdapat nilai atau disebut juga data yang pasti. Oleh karena itu, tidak menekankan generalisasi dalam penelitian kualitatif ini, melainkan lebih menekankan suatu makna. (Sugiyono, 2019).

3.2 Informan Penelitian

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling. Purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data, yang mulanya dengan jumlah sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari sedikitnya jumlah sumber data belum dapat memberikan data yang pasti dan lengkap, oleh karena itu mencari lagi orang yang bisa digunakan sebagai sumber data. Peneliti meminta tolong informan pertama mencarikan informan lain yang sesuai dengan kriteria subjek dalam penelitian. Jumlah sampel bisa bertambah

tergantung pada kebutuhan dan pemahaman konseptual yang berkembang di lapangan. Data yang diambil akan dihentikan apabila dari informan baru tidak menambahkan data.

Terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi informan atau sumber data sebagai sampel pada penelitian ini:

1. Ketua paguyuban pedagang Motor bekas Jombang
2. Anggota paguyuban pedagang Motor bekas Jombang

3.3 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

   Sumber data primer merupakan sumber data pertama. Pada penelitian ini peneliti mendapatkannya melalui wawancara dengan para pedagang motor bekas yang tergabung dalam paguyupan. Dengan kriteria sebagai berikut:

   a. Pedagang motor bekas yang tergabung paguyupan pedagang motor bekas Berdomisili di wilayah Kabupaten Jombang mampu berkomunikasi dengan baik.

   b. Bersedia diwanwancarai usahanya mengalami peningkatan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir.

   Selain itu juga dalam penelitian ini, dalam penelitian ini menggunakan angket untuk menggetahui nilai/bobot yang diperoleh dari analisis SWOT

2. Sumber data sekunder

   Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari

Sumber tidak langsung. Pada penelitian ini data sekunder yang dimaksud adalah data dokumentasi, buku maupun literatur yang menunjang penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang akurat dalam penelitian ini terdapat tiga cara yang digunakan peneliti yaitu, sebagai berikut:

1. Wawancara

   Wawancara adalah pertukaran informasi dan gagasan melalui tanya jawab yang dilakukan dengan bertemunya dua orang, yang dapat menghasilkan sebuah arti dalam sebuah subjek tertentu. Jadi peneliti dalam wawancara dapat mengetahui sesuatu yang lebih jelas mengenai partisipan dalam menafsirkan kondisi dan fenomena yang terjadi, hal itu tidak bisa didapatkan melalui pengamatan.

2. Angket

   Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Angket merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang diri pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, tanpa merasa khawatir bila responden memberi jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Disamping itu, responden mengetahui informasi tertentu yang diminta.

3. Dokumentasi

   Teknik pengumpulan data dokumentasi diperoleh berdasarkan pencarian data yang berwujud catatan wawancara, cetakan, jurnal, foto, dan buku-buku.

Untuk memaparkan setiap data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi, peneliti juga memakai literatur yang ada. Berikut ini alat yang digunakan sebagai pendukung penelitian:

1. Handphone: berfungsi sebagai pengambil dokumen seperti percakapan dan foto pada saat wawancara berlangsung.
2. *Note* kecil (buku catatan kecil): berfungsi untuk menulis poin penting yang akan dijadikan pertanyaan sekaligus mempermudah menulis jawaban dari narasumber.
3. Observasi atau pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematik gejala-gejala yang diselidiki (Arikunto, 2016). Metode ini dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek kemudian hasil pengamatan tersebut dituangkan dalam sebuah catatan. Adapun yang mejadi objek pengamatan dalam penelitian ini adalah tentang pengusaha yang sudah lama dalam bidang tersebut.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisa data pada penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif akan dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah dilapangan peneliti. Ketika menganalisa data semasa di lapangan, data dikumpulkan

langsung dan pengumpulan data tuntas pada waktu yang ditentukan. Saat berlangsungnya wawancara, peneliti akan menganalisa data terhadap jawaban dari narasumber, dan jika jawaban dari pertanyaan yang diajukan kurang tepat dan benar, maka narasumber akan diberi pertanyaan sampai mendapatkan data yang tepat.

Metode analisis kualitatif dengan analisis SWOT *(strengths, weakness, opportunity and threats).*

1. **Kekuatan** (*strength*) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya, dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.
2. **Kelemahan** *(weakness)* merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.
3. **Peluang** (*opportunity*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Tren utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perusahaan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4. **Ancaman** (*threat*) merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar menawar dari pembeli atau pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaruan peraturan dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Tahapan SWOT

Dalam menyusun analisis SWOT, tahapan yang dilakukan adalah:

1. Identifikasi kondisi internal perusahaan.
2. Identifikasi kondisi eksternal perusahaan
3. Gambarkan matrik SWOT perusahaan berdasarkan kondisi internal-eksternal perusahaan.
4. Menyusun matrik ifas (intternal factor analysis summary) dengan cara:
   A. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
   B. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
   C. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar

(rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4).

D. Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.

E. Jumlahkan total *score* masing-masing variable.

5. Menyusun matrik efas (*eksternal factor analysis summary) dengan cara:*

A. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.

B. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

C. Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan Skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.

1. Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
2. Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan *total score* perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor- faktor strategis eksternalnya.

6. Menyusun diagram kartesius matrik swot berdasarkan matrik ifas & efas untuk mngetahui posisi perusahaan dan menentukan strategi.

Sebelum merumuskan alternatif strategi melalui matriks swot maka dilakukan analisis terhadap posisi suatu usaha dengan menggunakan diagram analisis swot yang terdiri dari empat kuadran.

Pertama, posisi kuadran 1 (+,+) yang menandai bahwa suatu usaha kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, artinya usaha tersebut dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan memaksimalkan keuntungan.

Kedua, posisi kuadran ii (+,-) yang menandakan bahwa suatu usaha kuat namun memiliki tantangan yang besar, rekomendasi strategis yang ditawarkan adalah difersifikasi strategi, artinya usaha tersebut dalam kondisi mantap namun memiliki sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan usaha akan sulit berkembang bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karennya, usaha itu disarankan untuk memperbanyak ragam strategi taktisnya.

Ketiga, posisi kuadran iii (-,+) yang menandakan posisi suatu usaha lemah namun sangat berpeluang, rekomendasi strategis yang ditawarkan adalah ubah strategi. Artinya perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnnya.

Keempat, posisi kuadran iv (-,-) yang menandakan perusahaan lemah dan memiliki tantangan yang banyak rekomendasi strategi yang ditawarkan adalah strategi bertahan, artinya kondisi usaha yang lemah dan dihadapkan pada kondisi eksternal yang sulit menyebabkan usaha mengalami dilematis,oleh karena itu usaha itu disarankan untuk memakai strategi bertahan untuk mencegah terperosok lebih jauh.

IFAS EFAS	**Strengths (S)** Daftar semua kekuatan yang dimiliki	**Weakness (W)** Daftar semua kelemahan yang dimiliki
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat di identifikasi	**STRATEGI SO** strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**STRATEGI WO** strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat di identifikasi	**STRATEGI ST** strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**STRATEGI WT** strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(RANGKUTI, 2011).