

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu agroindustri yang memproduksi keripik kentang yaitu di UD. Istana Keripik Kentang yang berada di jalan Gangsiran, Tlekung, Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur. Penentuan tempat ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Hal ini dikarenakan UD. Istana Keripik Kentang memiliki potensi yang besar sebagai produsen keripik kentang, lokasinya berada di Kota Batu yang merupakan tempat pariwisata sehingga produk dapat dipasarkan dijadikan sebagai oleh-oleh dari Kota Batu bagi para wisatawan dan tidak hanya dipasarkan di Kota Batu saja, produk keripik kentang UD. Istana Keripik Kentang ini juga dipasarkan di seluruh wilayah Jawa Timur dan di luar Jawa Timur.

4.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis analisis deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data dari lapangan yang bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan mengenai fenomena yang terjadi pada saat ini, menurut Sukmadinata (2009) metode deskriptif adalah bentuk penelitian yang paling dasar yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia. dan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

4.3 Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* yaitu merupakan teknik pengambilan sumber data yang dilakukan dengan mempertimbangkan hal tertentu. Responden yang diambil merupakan orang dalam perusahaan tersebut yaitu merupakan pihak atau orang yang mengerti tentang penelitian yang penulis lakukan. Pencarian informasi terhadap pemilik di UD. Istana Keripik Kentang sebagai *key informan*. Bertujuan untuk mengetahui faktor internal perusahaan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dan mengetahui faktor eksternal perusahaan yang merupakan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Sedangkan dalam pengambilan

keputusan yaitu dengan menggunakan QSPM, responden yang diambil adalah hanya pemilik agroindustri UD. Istana Keripik Kentang dikarenakan pemilik yang menentukan strategi apa yang digunakan didalam perusahaan.

4.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan tata cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan suatu informasi dari pihak terkait baik dengan cara langsung maupun tidak langsung dan metode pengumpulan data ini haruslah sistematis, sehingga data yang didapatkan memenuhi standart pengumpulan data, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan dua metode yaitu pengumpulan data primer (Observasi, Wawancara, Dokumentasi) dan pengumpulan data sekunder (Studi Literatur)

1. Pengumpulan Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang bersangkutan, data primer dapat dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi (Pengamatan)

Metode pengumpulan data secara observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung di UD. Istana Keripik Kentang, dimana data secara observasi ini yaitu mengamati secara langsung kegiatan yang berada di perusahaan tersebut, mengamati secara langsung di tempat pemasaran, melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis sehingga sesuai dengan tujuan penelitian.

b. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara baik secara langsung (tanya jawab) maupun tidak langsung, kepada pemilik perusahaan yang merupakan informan. Data yang dikumpulkan dalam kegiatan wawancara adalah data yang berhubungan langsung dengan tujuan penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa pengambilan gambar yang dilakukan oleh peneliti untuk menunjang hasil obeservasi yang dilakukan, sehingga data yang didapatkan lebih terpercaya, dan pengambilan data ini juga bisa dilakukan dengan mencatat hasil dari observasi untuk menunjang penelitian.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Studi Literatur merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari informasi yang didapat selama kegiatan penelitian dan mencari bahan dan informasi dari literatur atau pustaka yang sudah ada dan yang terkait dengan penelitian ini.

4.5 Metode Analisis Data

Analisis data adalah merupakan suatu proses yang sangat penting digunakan sebagai pengolah data hasil penelitian yang sudah didapatkan guna memecahkan masalah penelitian sehingga dapat menjadi sebuah informasi, dan ketepatan alat analisis dapat menentukan keakuratan untuk menarik kesimpulan dalam sebuah penelitian sehingga dalam penggunaan alat analisis harus sesuai dengan penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Matriks IFAS (*Internal Startegic Analysis Summary*)

Menurut David (2011), matriks ini serupa dengan matriks EFAS yang digunakan dalam analisis lingkungan eksternal. Perbedaan adalah faktor-faktor yang ditampilkan adalah faktor lingkungan internal yang berupa kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strenght and Weakness* perusahaan. matriks IFAS menurut Fredi Rangkuti (2004) dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks IFAS (*Internal Startegic Analysis Summary*)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Peluang				
Ancaman				
Jumlah				
Total				

Sumber : Fredi Rangkuti (2004)

1.5.2 Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Menurut David (2011), matrik EFAS (*External Factor Anaylisis Summary*) merupakan salah satu matrik yang membantu perusahaan dalam menganalisis faktor lingkungan eksternal. Didalam matrik EFAS, faktor lingkungan eksternal dibagi menjadi 2 kunci faktor yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threath*). Matriks ini menyediakan tempat untuk pembuat strategi dalam merangkum dan juga mengevaluasi informasi mengenai lingkungan eksternal perusahaan. matriks EFAS Menurut Rangkuti (2004) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Matrik Factor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Peluang				
Ancaman				
Jumlah				
Total				

Sumber : Fredi Rangkuti (2004)

1.5.3 Matriks IE (*Internal-Eksternal*)

Matriks IE alat analisis yang berperan dalam menentukan SBU dalam sebuah diagram sistematis, dimana ukuran lingkaran memperlihatkan presentase kontribusi pendapatan dan *pie slice* memperlihatkan kontribusi keuntungan, matriks IE memiliki tiga implikasi strategi yang berbeda, yaitu:

1. SBU yang berada pada sel I, II, dan IV dapat menggambarkan kondisi *grow and build*. Strategi yang cocok adalah:
 - a. Strategi Intensif, yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, atau pengembangan produk.
 - b. Strategi Integrasi, yaitu integrasi kebelakang, integrasi kedepan, dan integrasi horizontal.
2. SBU yang berada pada sel III, V dan VII dapat menggambarkan kondisi *hold and maintain*. Strategi yang cocok adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
3. SBU yang berada pada sel VI, VIII, dan IX dapat menggambarkan kondisi *harvest dan divestiturea*.

Berikut ini model matriks IE menurut Husein Umar (2010) dapat dilihat pada Gambar 3.

		Total IFAS			
		4,0	3,0	2,0	1,0
Total EFAS	4,0	I	II	III	
	3,0	IV	V	VI	
	2,0	VII	VIII	IX	
	1,0				

Gambar 3. Matriks IE (*Internal Eksternal*)

Sumber : Husein Umar (2010)

Matriks IE terdiri dari dua dimensi, yaitu nilai total (*total score*) dari matriks IFAS pada sumbu Y dan nilai total dari matriks EFAS pada sumbu X. Pada sumbu X skornya ada tiga, yaitu skor 1,0 - 1,99 menyatakan bahwa posisi internal adalah lemah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata-rata, dan 3,0 – 4,0 adalah kuat yang ditetapkan dari sebelah kanan ke sebelah kiri. Dengan cara yang sama, untuk sumbu Y skor ada 3 yaitu 1,0 – 1,99 menyatakan bahwa posisi eksternal adalah rendah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata-rata dan 3,0 – 4,0 adalah tinggi yang ditetapkan dari bawah keatas.

1.5.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Sedangkan Menurut David (2011), SWOT merupakan singkatan dari *Strength-Weakness-Opportunities-Threats* yang berarti kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman. Keempat kata tersebut berasal dari analisis internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) serta analisis eksternal perusahaan (peluang dan ancaman). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif-alternatif strategi masing-masing keempat strategi tersebut di antaranya:

a. Strategi S-O (*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 W-O (*Weakness-Opportunity*)

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

c. Strategi S-T (*Strenght-Threath*)

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

d. Strategi W-T (*Weakness-Threath*)

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

Berikut ini adalah skema dari matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 5:

Tabel 5. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGHT (S) susunlah daftar kekuatan kunci internal perusahaan	WEAKNESSES (W) susunlah daftar kelemahan kunci internal perusahaan
OPPORTUNITIES (O) susunlah daftar peluang kunci internal perusahaan	STRATEGI SO Hasilkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Hasilkan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) susunlah daftar ancaman kunci internal perusahaan	STRATEGI ST Hasilkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman	STRATEGI WT Hasilkan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : David (2011).

Tahapan proses penentuan strategi berdasarkan matriks SWOT adalah sebagai berikut:

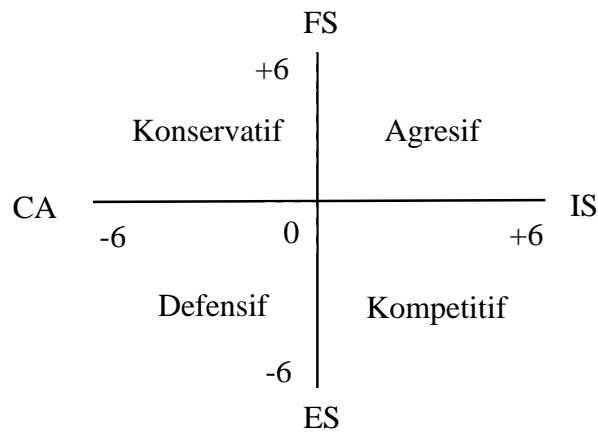
1. Tentukan peluang-peluang penting bagi perusahaan.
2. Tentukan ancaman-ancaman serius bagi perusahaan.
3. Tentukan kekuatan-kekuatan utama internal perusahaan.
4. Tentukan kelemahan-kelemahan dominan internal perusahaan.
5. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengkombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang perlu dimanfaatkan dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel SO.
6. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengkombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel WO.
7. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengkombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang ada dan ancaman-ancaman yang mungkin timbul. Catat hasilnya dalam sel ST.
8. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengkombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan ancaman eksternal yang mungkin timbul. Catat hasilnya dalam sel WT.

1.5.5 Matriks SPACE

Menurut Husein Umar (2010), matriks SPACE digunakan untuk memetakan kondisi perusahaan melalui sebuah diagram kartesius yang terdiri atas empat kuadran dengan skala ukuran yang sama. Diagram ini terdiri dari sumbu X dan sumbu Y yang mencerminkan:

1. Sumbu X merupakan aspek-aspek CA (*Competitive Advantages* dari dimensi internal) dan IS (*Industrial Strength* dari dimensi eksternal).
2. Sumbu Y merupakan aspek-aspek CA (*Competitive Advantages* dari dimensi internal) dan IS (*Industrial Strength* dari dimensi eksternal).

Berikut ini model matriks SPACE menurut Husein Umar (2010) dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Matriks SPACE

Sumber : Husein Umar (2010)

1.5.6 QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*)

Menurut David (2011), QSPM merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan dari daya tarik alternatif-alternatif strategi yang ada. Perhitungan QSPM didasarkan kepada input dari bobot matriks internal eksternal, serta alternatif strategi pada tahap pencocokan. Skema matriks QSPM dapat dilihat pada Table 6.

Tabel 6. Skema Matriks QSPM

Faktor Utama	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<i>Strength</i>							
<i>Weakness</i>							
<i>Opportunities</i>							
<i>Threats</i>							

Sumber : Husein Umar (2010)

Keterangan :

- AS = Nilai Daya Tarik
- TAS = Total Nilai Daya Tarik