

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### 3.1 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di daerah Klaseman Dieng, Sulfat, Dadaprejo Batu, Jalan Cengger Ayam, dan Jalan Selorejo Kalpataru Lowokwaru yang merupakan tempat pembudidaya ikan cupang hias yang ada di Malang Jawa Timur. Lokasi penelitian ini dipilih karena tempat yang strategis berada di daerah perkotaan yang memiliki akses yang mudah dijangkau. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Nopember-Desember 2014.

##### 3.2 Metode Pengumpulan Data

###### 3.2.1 Observasi

Menurut Usman (2006) observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, dan dapat dikontrol keadaluannya (reliabilitas) dan kesahihannya (validitasnya).

Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan peneliti.

###### 3.2.2 Wawancara

Menurut Usman (2006) wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Pewawancara disebut interviewer, sedangkan orang yang diwawancarai disebut interviewee. Wawancara berguna untuk mendapatkan data ditangan pertama (primer), pelengkap teknik pengumpulan lainnya, dan menguji hasil pengumpulan data lainnya.

Dalam metode wawancara ini akan ditunjukkan kepada pemilik maupun pekerja yang ada di tempat tersebut.

Dalam pelaksanaan kegiatan wawancara dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai pembudidaya sekaligus pemilik ikan cupang meliputi sejarah berdiri dan perkembangannya, strategi pemasaran yang diterapkan, kendala – kendala yang sering dihadapi ditempat kerja dan berbagai pertanyaan untuk dapat digunakan sebagai data primer

### **3.2.3 Kuisisioner**

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2011).

Pertanyaan tertulis yang berhubungan dengan kegiatan budidaya ikan cupang, pemasaran ikan cupang, faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal perusahaan.

### **3.2.4 Dokumentasi**

Menurut Usman (2006) teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen–dokumen. Keuntungan menggunakan dokumentasi ialah biaya yang relatif murah, waktu dan tenaga lebih efisien. Sedangkan kelemahannya ialah data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama, dan kalau ada yang salah cetak, maka peneliti ikut salah pula mengambil datanya.

Data – data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data–data yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dan angket cenderung merupakan data primer atau data langsung didapat dari pihak pertama. Dokumentasi dilakukan dengan mengambil gambar-gambar yang ada di tempat tersebut mulai dari lokasi, tata ruang, hingga peralatan yang digunakan.

Pengambilan data dengan cara dokumentasi adalah berupa foto – foto antara lain keadaan tempat usaha, pemilik usaha, dan foto dokumentasi lainnya.

### **3.3 Jenis Dan Sumber Data**

#### **a. Data primer**

Menurut Ruslan (2008) data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga yang bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan, dan hasil suatu pengujian tertentu. Ada dua metode yang dipergunakan untuk pengumpulan data primer yaitu melalui survey dan observasi.

Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi keadaan tempat usaha, perkembangan usaha, dan pemasaran ikan cupang.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahannya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya

berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi atau lembaga tertentu yang dipublikasikan. (Ruslan, 2008).

Data sekunder adalah data yang sudah jadi atau dipublikasikan untuk umum oleh instansi atau lembaga yang mengumpulkan, mengolah dan menyajikan. Data sekunder ini diperoleh dari beberapa lembaga pemerintahan yang terkait diantaranya Kantor Statistik, Kantor Perindustrian dan Perdagangan, Departemen Tenaga Kerja dan Bappeda (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2012).

Data sekunder yang diambil meliputi: keadaan umum lokasi usaha, letak geografis dan topografis yang diperoleh dari internet maupun dari lembaga pemerintah.

#### **3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian**

Metode penelitian kata populasi digunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi masalah sasaran penelitian. Oleh karenanya penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia hewan, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya hingga objek-objek ini dapat menjadi sumber penelitian.

Jumlah responden dalam penelitian studi kasus cenderung sedikit, jumlah variable yang diteliti sangat luas. Oleh karena itu sangat penting untuk mengetahui semua variable yang berhubungan dengan masalah penelitian. Keuntungan yang paling besar dari desain ini adalah pengkajian secara rinci meskipun jumlah dari responden sedikit., sehingga akan didapatkan gambaran satu unit subyek secara jelas (Hendra, 2013).

Banyaknya responden yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak lima responden. Kelima responden ini adalah pembudidaya ikan cupang yang dianggap mewakili komunitas pembudidaya ikan cupang malang.

### 3.5 Analisa Data

Proses penyusunan perencanaan analisa data, dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Tahap pengumpulan informasi atau data meliputi faktor yang berpengaruh bagi perusahaan baik secara internal maupun eksternal.
2. Tahap analisa menggunakan Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS), Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS), dan Matrik SWOT.

Pada tahap pengumpulan data pada dasarnya tidak hanya sekedar sekedar pengumpulan data, tetapi juga merupakan kegiatan pengklasifikasian dan pra- analisa. Pada tahapan ini data dibedakan menjadi data dari internal dan data dari eksternal perusahaan itu sendiri.

Pada tahap analisa ini dilakukan setelah semua informasi yang berpengaruh pada perusahaan telah terkumpul yang selanjutnya digunakan dimasukkan kedalam bentuk model kuantitatif perumusan strategi.

#### 3.5.1 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Matrik ini disusun untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Cara penyusunan strategi IFAS adalah sebagai berikut:

- a. Tentukan faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 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. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variable yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variable yang bersifat negatif, kebalikannya.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1 (poor).
- e. Gunakan kolom 5 untuk member komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

### 3.5.2 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Matrik ini disusun untuk mengetahui dan merumuskan peluang dan ancaman yang dari luar perusahaan. Cara yang digunakan untuk menyusun EFAS adalah sebagai berikut :

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang dan ancaman).

- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan member dampak terhadap faktor strategi.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasar pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian ini penting untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1) pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom nomor 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e. Gunakan kolom 5 untuk member komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan yang lainnya dalam kelompok industri yang sama.

### 3.5.3 Analisa SWOT

Menurut Rangkuti (2006) analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (strategic planner) harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisa situasi dan model yang populer untuk analisa situasi adalah analisa SWOT.

SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi di dunia bisnis. Analisa SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesse).

Tabel 1. Matrik SWOT

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS (S)</b> ▪ Tentukan 5-10 faktor- faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESSES (W)</b> ▪ Tentukan 5-10 faktor- faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>		
<b>OPPORTUNIES (O)</b> ▪ Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>TRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>TREATHS (T)</b> ▪ Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

( Sumber : Ranguti, 2006 )

**a. Strategi SO (Strengths Opportunities)**

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

**b. Strategi ST (Strengths Threats)**

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

**c. Strategi WO (Weaknesse Opportunities)**

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

**d. Strategi WT (Weaknesse Threats)**

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.