

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian hanya melukiskan keadaan obyek atau persoalan dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum. Penelitian ini berarti mengemukakan gambaran data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Oleh karena itu, dalam laporan penelitian, data yang dikemukakan dan dianalisis ialah data dalam bentuk hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. (Hamidi, 2014 : 69)

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Lexy J. Moloeng (2002) yang dikutip dari pendapat Bogdan dan Taylor yang mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang diamati. Sehingga dalam penelitian kualitatif ini adalah penelitian mengenai strategi pemasaran pemasaran dan pengembangan usaha koperasi KSP Naraya Kediri.

Dengan pendekatan penelitian kualitatif, semua fakta berupa kata- kata lisan maupun tulisan dari sumber data manusia yang telah diamati dan dokumen terkait lainnya disajikan dan digambarkan apa adanya untuk selanjutnya ditelaah guna menemukan makna.

Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan analisis SWOT di bidang pemasaran dengan cara melakukan analisis pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki KSP Naraya Kediri serta dipadukan dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman yang dihadapi KSP Naraya Kediri Sehingga memperoleh suatu strategi pemasaran yang tepat digunakan di masa sekarang dan masa mendatang sesuai dengan tujuan utama KSP Naraya Kediri.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data di lapangan, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

3.2.1 Wawancara

Menurut Sudjana (2009 :130) dalam Djam'an dan Aan, "wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya (interviewer) dengan pihak yang ditanya (interview)". Sedangkan Menurut Sutrisno Hadi (2002 : 63) "Teknik wawancara terdiri atas tiga jenis, yaitu : wawancara terstruktur (structured interview), wawancara semi terstruktur (semistructured interview) dan tidak terstruktur (unstructured interview)". Alasan dipilihnya metode interview ini, adalah karena dengan teknik ini maka peneliti akan berhasil memperoleh data dari informan lebih banyak dan sesuai dengan kebutuhan peneliti. Untuk menjamin kelengkapan dan kebenaran data yang diperoleh melalui teknik ini, peneliti menggunakan alat perekam dan pencatat.

Alasan dipilihnya metode interview ini, adalah karena dengan teknik ini maka peneliti akan berhasil memperoleh data dari informan lebih banyak dan sesuai dengan kebutuhan peneliti. Untuk menjamin kelengkapan dan kebenaran data yang diperoleh melalui teknik ini, peneliti menggunakan alat perekam dan pencatat.

3.2.2 Observasi

Observasi adalah sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu. Untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Metode observasi penting dilakukan dalam melakukan penelitian kualitatif. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya. Observasi atau pengamatan dapat dilakukan tanpa mengajukan pertanyaan subyek yang diamati di lingkungan kerja mereka sehari-hari. Dengan menggunakan teknik observasi peneliti dapat menemukan informasi yang pasti tentang orang, sebab apa yang dikatakan orang belum tentu sesuai dengan realita. (Sugiyono, 2012 : 136)

3.2.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang tersedia. Bentuk dokumentasi biasanya dapat berupa data statistik, agenda kegiatan, majalah, foto, film dll. Manfaat dari metode ini adalah data yang dibutuhkan sudah tersedia dan siap pakai. Penggunaan metode dokumentasi sebagai pelengkap dari

penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi yang memuat garis-garis besar data yang akan dicari. (Arikunto, 2010 : 201)

3.3 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data. Analisis data sebelum di lapangan, dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Fokus penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk ke lapangan.

Sifat analisis dalam penelitian kualitatif adalah penguraian apa adanya fenomena yang terjadi (deskriptif) disertai penafsiran terhadap arti yang terkandung dibalik yang tampak. (Andi, 2009 : 80) Data-data yang diperoleh tentang Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT untuk Mengembangkan Usaha KSP Naraya Kediri akan di analisis dan dijelaskan dalam kata-kata yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh orang lain.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT, maka langkah yang pertama yaitu menganalisis terlebih dahulu data-data yang diperoleh dengan menganalisis faktor internal dan eksternal dari perusahaan. Yaitu dengan menggunakan matriks IFAS untuk mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan yang dihadapi perusahaan. Matriks EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman dari perusahaan. Tahap kedua adalah pencocokan yaitu mencocokkan faktor- faktor internal dengan eksternal untuk menciptakan strategi. Tahap terakhir menggunakan Matriks SWOT untuk memperoleh alternatif strategi pengembangan usahanya berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Dengan Alat Analisis tersebut diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang diteliti.

3.3.1 Tahap Pengumpulan Data

a. Matriks IFAS

Matriks IFAS merupakan alat perumusan masalah strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama pada perusahaan. Tahap untuk menentukan faktor lingkungan internal dalam matriks IFAS adalah:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan

dalam kolom 1.

2. 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 1,0).
3. Berikan rating 1 sampai 4 pada setiap faktor sukses kritis untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini, pemberian ini berdasarkan pada kondisi yang ada dalam perusahaan.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor nilainya mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
5. Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Nilainya merupakan nilai bagi perusahaan tersebut dari sisi IFAS. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya diawal 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan nilai diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Tabel Contoh IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Kekuatan (S)			
Kekuatan 1			
Kekuatan 2			
Kelemahan (W)			
Kelemahan 1			
Kelemahan 2			

Total			
-------	--	--	--

Sumber: Rangkuti

b. Matriks EFAS

Setelah menganalisis faktor-faktor internal yang dilakukan selanjutnya adalah menganalisis faktor-faktor eksternal yaitu dengan menggunakan matriks EFAS. Tahap-tahap pada penyusunan matriks EFAS adalah:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Total seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. 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 yang bersangkutan. Pemberian nilai rating 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. Misalnya jika nilai ancamannya sangat besar, rating-nya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit rating-nya 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 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).
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan

Tabel Contoh EFAS

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Peluang (O)			
Peluang 1			
Peluang 2			
Ancaman (T)			
Ancaman 1			
Ancaman 2			
Total			

Sumber: Rangkuti

c. Matriks SWOT

Alat yang digunakan untuk menyusun faktor- faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Matrik SWOT dikembangkan berdasarkan analisis SWOT yang akan menghasilkan beberapa pilihan strategi.

Tabel Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti

Dimana terbagi menjadi 4 strategi yaitu:

1. Strategi SO adalah Strategi yang menggunakan seluruh kekuatan yang kita miliki untuk merebut peluang.
2. Strategi ST adalah Strategi yang disusun dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi.
3. Strategi WO adalah Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk merebut peluang.
4. Strategi WT adalah Strategi yang disusun dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman yang akan terjadi.