

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis kembali menggunakan teknik analisis SWOT, Matriks SWOT, Matriks IFE dan EFE, serta Matriks SPACE untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam. (Gultom et al., 2024). Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan wawasan yang berguna bagi peneliti serta memberikan manfaat yang signifikan bagi pemilik UMKM. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan perspektif yang lebih jelas mengenai strategi dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam pengembangan ekspor dan pemanfaatan teknologi digital. (Putra & Maulana, 2018). Penggunaan metode kualitatif dipilih dengan tujuan berfokus pada menggali dan memahami secara mendalam potensi dan strategi pengembangan ekspor yang dapat diterapkan oleh para pelaku UMKM kerajinan rotan di Kota Malang. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh wawasan yang kaya dan komprehensif tentang konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang mempengaruhi aktivitas dalam pengembangan ekspor UMKM.

Pendekatan studi kasus adalah rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara mendalam, terperinci, dan intensif mengenai suatu program, peristiwa, atau aktivitas, baik pada tingkat individu, kelompok, lembaga, maupun organisasi, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang peristiwa tersebut, serta mengungkap keunikan atau karakteristik khusus yang ada dalam kasus yang diteliti. Pada umumnya, peristiwa yang dipilih sebagai kasus adalah yang bersifat aktual dan sedang berlangsung, bukan yang sudah berlalu (Rahardjo, 2017).

Kasus itu sendiri menjadi alasan diadakannya penelitian studi kasus, sehingga tujuan dan fokus utama penelitian ini adalah pada kasus yang

menjadi objek analisis. Kasus dapat ditemukan di hampir semua bidang, oleh karena itu, segala hal yang berhubungan dengan kasus seperti sifat alami, kegiatan, fungsi, sejarah, kondisi lingkungan, dan berbagai faktor lain yang mempengaruhi harus diteliti dengan tujuan untuk menjelaskan dan memahami keberadaan kasus tersebut secara menyeluruh dan komprehensif (Assyakurrohim et al., 2022).

Pengumpulan data secara observasi berarti merupakan kegiatan mengamati fenomena yang sedang diteliti. Dalam proses ini, peneliti berperan sebagai pengamat aktif, yakni ikut terlibat langsung dalam situasi yang sedang diamati. Observasi dimulai dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek di lingkungan, baik yang sedang berlangsung maupun masih dalam proses, mencakup berbagai kegiatan pengamatan yang melibatkan penggunaan indera untuk memperoleh pemahaman terhadap objek yang dikaji (Andrew, 2018). Tujuan dari observasi ini adalah mendukung analisis SWOT, di mana hasil pengamatan tersebut akan digunakan sebagai dasar penilaian kinerja usaha.

Selain itu pengumpulan data secara deskriptif dengan melakukan wawancara atau dialog antara peneliti dan responden bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang usaha yang sedang dijalankan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada pelaku usaha. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena yang ada, tetapi juga mengeksplorasi potensi ekspor kerajinan rotan, serta mengidentifikasi strategi yang relevan untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar global (Andrew, 2018).

3.2 Objek Penelitian

Desa Balarjosari di Kota Malang dikenal sebagai pusat industri kerajinan rotan, dengan berbagai UMKM yang telah lama beroperasi memproduksi beragam produk berbahan rotan, seperti furnitur, dekorasi rumah, dan peralatan sehari-hari. Dari sekian banyak pengrajin rotan di wilayah ini, UD Bavaria Rotan dipilih sebagai objek penelitian karena kemampuannya dalam memproduksi produk bernilai guna dan berkualitas tinggi, serta memiliki peluang besar untuk menembus pasar internasional.

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di desa ini masih menghadapi berbagai hambatan dalam mengembangkan produk mereka di pasar global. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi diversifikasi pasar dan pemanfaatan teknologi digital yang dapat membantu UMKM kerajinan rotan di Desa Balarjosari memperluas pasar mereka ke tingkat global, serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional.

3.3 Informan Penelitian

Informan yang dipilih terdiri dari beberapa pihak yang memiliki peran penting dan pengetahuan mendalam tentang proses produksi dan pemasaran kerajinan rotan di Desa Balarjosari. Adapun kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pemilik dan pengelola UMKM kerajinan rotan UD Bavaria Rotan di Desa Balarjosari yang secara langsung terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Mereka memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas mengenai operasional usaha, tantangan yang dihadapi, serta peluang dalam pasar ekspor.
2. Karyawan dan pengrajin rotan yang bekerja di UD Bavaria Rotan, yang memiliki pemahaman mendalam tentang aspek teknis produksi, pemasaran, inovasi dalam desain, serta berbagai tantangan yang dihadapi terkait kualitas produk.

Pemilihan informan yang beragam ini bertujuan untuk memperoleh pandangan yang komprehensif dari berbagai perspektif, baik dari sisi produksi, pemasaran, maupun kebijakan yang mendukung pengembangan ekspor UMKM. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai dinamika dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor produk kerajinan rotan dari Desa Balarjosari.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, manusia menjadi instrumen utama dalam proses pengumpulan data, baik peneliti itu sendiri maupun individu lain yang membantu pelaksanaan penelitian (Alhamid & Anufia, 2015). Penelitian ini mengaplikasikan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan observasi yang dirancang untuk mendapatkan informasi secara mendalam dan menyeluruh. Pendekatan ini bertujuan agar data yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang jelas dan akurat terkait kondisi dan strategi pengembangan ekspor UMKM kerajinan rotan di UD Bavaria Rotan (Rahardjo, 2017).

3.4.1 Wawancara Mendalam (In-Depth Interview)

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti bertindak langsung sebagai pewawancara untuk mengumpulkan data dengan cara bertanya, meminta, mendengar, dan mengambil. Wawancara mendalam dilakukan dengan para pemilik UMKM, pengrajin, dan pihak-pihak terkait lainnya (Alhamid & Anufia, 2015). Wawancara ini bersifat semi-terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan panduan pertanyaan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, tetapi tetap memberikan keleluasaan kepada informan untuk menjelaskan pandangan dan pengalaman mereka secara bebas dan mendalam. Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi mengenai proses produksi, kendala ekspor, serta upaya yang telah dilakukan oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional.

Menurut (Makbul, 2021), berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses pengumpulan data melalui wawancara.

1. Penyusunan Panduan Wawancara

Pada tahap awal ini, peneliti menyiapkan panduan tertulis yang mencakup daftar pertanyaan yang akan diajukan, urutannya, serta pertanyaan spontan yang diperbolehkan untuk melengkapi jawaban yang kurang memadai. Panduan ini bertujuan untuk memastikan

data yang diperoleh dari setiap subjek memiliki standar dan keseragaman, sehingga semua wawancara dilakukan dengan cara yang konsisten.

2. Pendekatan Awal

Sebelum memulai wawancara atau mengajukan pertanyaan, peneliti perlu membangun kedekatan dengan narasumber melalui pengenalan diri, meminta izin dan memberi penjelasan mengenai tujuan wawancara. Langkah ini bertujuan menciptakan suasana yang kondusif, nyaman, dan netral sebelum masuk ke sesi pertanyaan formal.

3. Komunikasi Selama Wawancara

Dalam tahap ini, peneliti mulai mengajukan pertanyaan sesuai dengan panduan yang telah disiapkan dan menjaga etika selama wawancara. Peneliti meminta narasumber untuk menjelaskan tentang situasi dan kondisi yang sedang dialami pada objek yang diteliti. Peneliti juga harus responsif terhadap reaksi dan jawaban narasumber untuk memastikan wawancara berlangsung dengan baik. Selain itu, penting untuk melanjutkan wawancara pada momen yang tepat, terutama ketika terdapat jeda atau perubahan suasana.

4. Pencatatan atau Perekaman Tanggapan

Pada tahap ini, peneliti mencatat jawaban narasumber baik secara manual maupun dengan menggunakan alat perekam. Jika mencatat secara manual, hal ini bisa dilakukan selama wawancara atau setelahnya. Penting untuk memastikan bahwa semua tanggapan tercatat dengan akurat agar dapat dianalisis lebih lanjut.

3.4.2 Observasi Partisipatif

Observasi merupakan metode yang digunakan untuk mendukung pengumpulan data melalui wawancara. Tujuan utama dari observasi ini adalah untuk mengamati dan memahami kondisi sebenarnya yang terjadi pada objek yang sedang diteliti. (Andrew, 2018). Dalam penelitian ini, observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati

secara langsung kegiatan produksi di tempat kerja UMKM. Peneliti ikut serta dalam beberapa proses produksi untuk mempelajari cara pembuatan kerajinan rotan, inovasi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi dalam memenuhi permintaan pasar, serta bagaimana UMKM mengelola sumber daya, melaksanakan proses produksi, dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kualitas serta daya tarik produk mereka di pasar ekspor.

Menurut (Makbul, 2021) berikut ini adalah langkah-langkah yang harus diperhatikan dalam proses observasi partisipatif:

1. Menentukan Tujuan Pengamatan

Pada tahap ini, peneliti harus dengan jelas menentukan aspek-aspek atau elemen-elemen tertentu yang akan diamati untuk memperoleh data yang relevan, akurat, dan mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Penentuan tujuan pengamatan ini sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan benar-benar sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti perlu merinci hal-hal yang menjadi prioritas dalam pengamatan, seperti perilaku partisipan, interaksi sosial, atau dinamika lainnya yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

2. Mempersiapkan Diri Untuk Terlibat

Dalam tahapan ini, peneliti tidak hanya melakukan pengamatan, tetapi juga berpartisipasi dalam kegiatan yang berlangsung dengan mempersiapkan diri melalui pengetahuan atau keterampilan yang diperlukan, sehingga dapat terlibat secara aktif tanpa mengganggu jalannya aktivitas.

3. Tentukan Peran Observasi

Dalam menentukan peran observasi, peneliti perlu mengevaluasi dan memutuskan sejauh mana keterlibatannya dalam kegiatan yang sedang diamati. Hal ini penting agar peneliti dapat menyesuaikan diri dengan konteks kegiatan, memilih tingkat keterlibatan yang tepat, serta memastikan bahwa partisipasinya tidak mengganggu jalannya aktivitas yang sedang berlangsung, namun

tetap memberikan informasi yang relevan dan mendalam untuk penelitian yang dilakukan.

4. Pendekatan Awal

Pada tahap ini, peneliti perlu memastikan untuk selalu menjaga etika selama proses observasi, termasuk dengan meminta izin kepada partisipan atau narasumber sebelum melakukan pengamatan, menjaga kerahasiaan informasi yang diperoleh dengan hati-hati, serta bertindak dengan penuh integritas dan profesionalisme. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan antara peneliti dan partisipan, serta memastikan bahwa seluruh proses penelitian berjalan sesuai dengan standar etika yang berlaku, tanpa merugikan atau mengekspos informasi sensitif.

5. Membangun Hubungan dengan Partisipan

Peneliti harus menjalin hubungan yang baik dengan orang-orang di sekitar lokasi observasi, serta berperan aktif dalam memberikan umpan balik yang konstruktif kepada partisipan. Langkah ini sangat penting untuk membangun rasa saling percaya dan menciptakan suasana yang nyaman, sehingga partisipan atau narasumber akan merasa lebih terbuka dan menerima kehadiran peneliti.

6. Dokumentasikan Pengamatan

Pada saat berinteraksi dan melakukan pengamatan, peneliti dapat mencatat pengamatan secara diskret tanpa mengganggu jalannya kegiatan dengan membuat catatan singkat selama proses observasi berlangsung, yang mencakup hal-hal penting yang terjadi di lapangan, seperti perilaku peserta, interaksi yang terjadi, atau peristiwa yang berkaitan dengan topik penelitian. Catatan tersebut bisa berupa catatan lapangan, rekaman video atau foto.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan untuk memproses, memahami, dan menyimpulkan informasi dari data yang telah dikumpulkan dalam sebuah penelitian. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi pola, hubungan, atau informasi penting dalam data, sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan atau menjawab rumusan masalah penelitian (Ahmad & Muslimah, 2021).

3.5.1 Analisis SWOT

Setelah melalui tahapan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, data-data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Fokus utama analisis ini adalah mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan kondisi internal perusahaan serta kondisi eksternal mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan agar dapat disusun sebagai langkah strategis yang tepat (Gunawan et al., 2020).

Menurut (Fitriyanti, 2020) Berikut adalah langkah-langkah dalam melakukan analisis SWOT:

1. Identifikasi Faktor Internal

Langkah ini berfokus pada pengenalan aspek-aspek dalam perusahaan yang menjadi kekuatan atau kelemahan. Tujuannya adalah untuk memahami kondisi internal yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi.

- **Kekuatan (Strengths):**
Mengidentifikasi aspek positif internal yang menjadi pendukung keunggulan perusahaan, seperti sumber daya, keterampilan, kualitas produk, atau teknologi.
- **Kelemahan (Weaknesses):**
Menganalisis keterbatasan internal yang dapat menghambat pencapaian tujuan, misalnya kurangnya tenaga ahli atau keterbatasan modal.

2. Identifikasi Faktor Eksternal

Pada tahap ini, fokus diarahkan pada faktor-faktor yang berada di luar kendali perusahaan namun dapat memengaruhi kinerjanya. Faktor eksternal ini dibagi menjadi peluang dan ancaman.

- **Peluang (Opportunities):**
Mengidentifikasi untuk menemukan faktor eksternal yang dapat mendukung perkembangan, seperti tren pasar, kebijakan pemerintah, potensi bisnis, dan digitalisasi.
- **Ancaman (Threats):**
Menganalisis ancaman eksternal yang dapat memengaruhi organisasi, seperti persaingan, perubahan regulasi, atau kondisi ekonomi global.

3.5.2 Analisis Matriks SWOT

Keempat komponen SWOT yaitu Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) perlu dikombinasikan kembali untuk menghasilkan beberapa jenis strategi matriks SWOT (Safitri et al., 2024):

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities): Strategi ini mengkombinasikan kekuatan internal perusahaan dengan peluang yang muncul dari lingkungan eksternal. Dengan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki, perusahaan dapat mempercepat perkembangan dan meraih keuntungan komparatif di pasar.
2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): Memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan yang ada, meski bersifat spekulatif. Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal perusahaan dengan cara memanfaatkan peluang yang tersedia. Meskipun strategi ini bersifat spekulatif karena melibatkan usaha untuk memperbaiki keterbatasan, jika dilakukan dengan tepat, dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang.
3. Strategi ST (Strengths-Threats): Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghadapi ancaman eksternal yang

berpotensi merugikan. Pendekatan ini sering kali berfokus pada mempertahankan posisi pasar, melindungi aset perusahaan, atau mengurangi risiko akibat kondisi eksternal.

4. Strategi WT (Weaknesses-Threats): Strategi ini bertujuan untuk mengurangi dampak negatif yang timbul dari kombinasi kelemahan internal dan ancaman eksternal. Sering kali disebut sebagai strategi bertahan, pendekatan ini difokuskan pada pengendalian kerusakan dan menjaga keberlanjutan perusahaan.

Kombinasi strategi dalam analisis SWOT memiliki peran yang krusial dalam memberikan rekomendasi langkah-langkah praktis untuk mengoptimalkan potensi pengembangan (Gunawan et al., 2020). Dalam konteks UMKM seperti UD Bavaria Rotan, analisis ini berfungsi untuk mengidentifikasi situasi bisnis saat ini, termasuk peluang dan tantangan dalam ekspor. Dengan pendekatan yang komprehensif, strategi yang dihasilkan diharapkan dapat memperkuat kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan pasar internasional dan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan (Mukhlisin & Pasaribu, 2020).

3.5.3 Analisis IFE (Internal Factor Evaluation) Matrix dan EFE (External Factor Evaluation) Matrix

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) digunakan untuk menggambarkan kondisi internal perusahaan, yang mencakup berbagai faktor kekuatan (Strengths) maupun kelemahan (Weaknesses) yang dimiliki. Dalam proses penilaiannya, setiap faktor diberikan bobot dan rating untuk mengukur tingkat signifikansinya terhadap kinerja perusahaan. Matriks ini berfungsi untuk menilai faktor internal yang mempengaruhi pencapaian bisnis. Kekuatan mencerminkan keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan daya saing, sementara kelemahan adalah aspek yang perlu diperbaiki agar tidak menghambat pertumbuhan usaha (Sanjaya et al., 2020)

Sementara itu, Matriks EFE (External Factor Evaluation) digunakan untuk menilai sejauh mana faktor-faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman, berpengaruh terhadap keberlangsungan dan

pertumbuhan perusahaan. Peluang mencerminkan kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan ekspansi bisnis, sementara ancaman merupakan tantangan yang harus diantisipasi agar tidak menghambat perkembangan perusahaan. Dengan menggunakan matriks ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dalam menghadapi dinamika pasar dan persaingan industri (Sanjaya et al., 2020).

3.5.4 Analisis Matriks Strategic Position and Action Evaluation (SPACE)

Analisis SPACE adalah metode yang digunakan untuk menentukan strategi bisnis dengan mempertimbangkan empat variabel sebagai strategi utama dalam suatu perusahaan. Keempat variabel tersebut meliputi kekuatan finansial, keunggulan kompetitif, stabilitas lingkungan bisnis, dan daya tarik industri. Matriks SPACE memiliki kerangka empat kuadran yang membantu menentukan strategi yang paling sesuai bagi kondisi yang dialami suatu perusahaan. Empat kuadran tersebut meliputi agresif, konservatif, defensif, atau kompetitif. Matriks ini menggabungkan dua dimensi internal, yaitu kekuatan keuangan (FS) dan keunggulan kompetitif (CA), serta dua dimensi eksternal, yaitu stabilitas lingkungan (ES) dan kekuatan industri (IS), yang secara keseluruhan menentukan posisi strategis organisasi (M. D. Putri & Widodo, 2015).

Muji Lestari, (2011) menjelaskan bahwa ketika vektor arah perusahaan berada di kuadran agresif (kanan atas) dalam Matriks SPACE, perusahaan memiliki posisi yang kuat dalam menghadapi persaingan. Dalam kondisi ini, perusahaan mampu memanfaatkan peluang eksternal secara optimal, mengatasi kelemahan internal, serta menghindari ancaman dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan meliputi penetrasi pasar dengan memperluas jangkauan produk di pasar yang sudah ada, pengembangan pasar baru yang lebih luas, dan pengembangan produk seperti inovasi produk untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, perusahaan juga

dapat menerapkan strategi integrasi ke belakang seperti mengambil alih pemasok untuk meningkatkan kontrol terhadap bahan baku, integrasi ke depan dengan mengendalikan jalur distribusi hingga ke tangan konsumen, serta integrasi horizontal mengakuisisi pesaing untuk memperluas pangsa pasar. Berbagai bentuk diversifikasi, seperti konglomerat dengan memasuki industri baru yang tidak terkait dengan bisnis utama, konsentrik untuk menambah bisnis yang masih berhubungan dengan core business, dan horizontal berupaya mengembangkan produk baru yang relevan dengan pasar saat ini, juga dapat menjadi pilihan strategis.

Jika vektor arah perusahaan berada di kuadran konservatif (kiri atas), perusahaan disarankan untuk tetap fokus pada kompetensi inti dan tidak mengambil risiko berlebihan. Dalam situasi ini, perusahaan perlu mempertahankan stabilitas bisnis dengan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, serta diversifikasi konsentrik yang lebih terkendali agar tetap relevan dan berdaya saing tanpa menimbulkan risiko yang besar.

Sementara itu, jika vektor arah perusahaan berada di kuadran defensif (kiri bawah), perusahaan berada dalam posisi yang lebih rentan dan perlu segera mengambil langkah untuk memperbaiki kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini antara lain retrenchment dengan melakukan pengurangan skala usaha dengan efisiensi operasional, divestasi yaitu menjual sebagian aset atau unit bisnis yang kurang menguntungkan, likuidasi dengan menutup usaha yang tidak lagi berkelanjutan, serta diversifikasi konsentrik yang lebih selektif untuk memperbaiki kondisi perusahaan.

Terakhir, jika vektor arah perusahaan berada di kuadran kompetitif (kanan bawah), perusahaan perlu menerapkan strategi yang dapat meningkatkan daya saingnya. Beberapa strategi yang sesuai dalam kondisi ini adalah integrasi ke belakang, ke depan, dan

horizontal, yang bertujuan untuk memperkuat kendali atas rantai pasokan dan distribusi. Selain itu, strategi seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk, serta joint venture dengan menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan lain dapat membantu perusahaan meningkatkan keunggulan kompetitif dan memperluas peluang bisnisnya di pasar yang semakin kompetitif.

