BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut **Sugiyono (2013:2)** metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Pada pelaksanaannya GNDL Konveksi Jalan Suci yang mengijinkan penulis untuk membuat penelitian pengunaan metode kualitatif ini, pengunaan metode ini karena GNDL Konveksi Jalan Suci merupakan usaha yang sudah lama dan sudah mulai berkembang akan tetapi dengan berjalannya waktu, usaha GNDL Konveksi Jalan Suci in harus lebih di kembangkan lagi dan memperbaiki segala kekurangan usaha agar tetap bertahan seiring berkembangnya zaman. Peneliti harus mendeskripsikan apa saja, baik dari segi kelamahan, kekuatan, peluang maupun ancaman yang sedang terjadi dan mempredikasi yang akan terjadi. Dari alasan tersebut penulis mengambil Metode Kualitatif untuk menganalis factor yang akan menunjang perkembangan Konveksi GNDL Konveksi Jalan Suci.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif, merupakan penelitian deskriptif yang bersifat menjelaskan, menggambarkan atau menuturkan dan menafsirkan

data objek penelitian. Menurut **Rakhmat (1991: 21)** penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, menguji hipotesis atau membuat prediksi. Sedangkan menurut **Moleong (2004: 2)** yang dimaksud dengan metode penelitian kualitatif adalah "penelitian yang tidak mengadakan perhitungan atau juga dengan penemuan-penemuan yang tidak dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi".

Dalam penggunaan jenis metodologi penelitian kualitatif data merupakan representasi simbolik yang lebih menekankan pada makna dan tujuan dari obyek penelitian, dibandingkan dengan isi data secara definitif. Signifikansi makna bergantung pada fokus peneliti yang dihasilkan dari interpretasi data yang telah dipengaruhi faktor subyektif peneliti seperti : orientasi, pendekatan, maupun refleksivitas dari lingkungan peneliti. Secara lebih jelas, **S. Nasution** mengemukakan konsep dasar penelitian kualitatif dan masalah yang mendasar tentang penelitian ini sebagai berikut :

a. Penelitian ini tidak bertujuan menguji, membuktikan kebenaran suatu teori.
b. Tidak ada pengertian populasi dalam penelitian ini. Sampling bersifat purposive yakni tergantung tujuan dan fokus pada suatu saat.
c. Instrumen penelitian tidak bersifat eksternal melainkan internal, yakni penelitian ini tanpa menggunakan eksperimen atau angket melainkan

menyeleksi aspek-aspek khas yang berulang kali terjadi dan menyelidikinya lebih dalam.

d. Analisis data bersifat terbuka dan induktif yang membuka peluang untuk perubahan, perbaikan atau penyempurnaan berdasar data baru yang masuk.

e. Hipotesis tidak dirumuskan pada awal penelitian karena tidak ada maksud menguji kebenaran.

f. Hasil penelitian tidak bisa diramalkan atau dipastikan sebelumnya sebab akan banyak hal terungkap yang tidak terduga sebelumnya. (H. Sutopo, 1998: 4)

Menurut **Eriyanto (2005)** penekanan utama dari metode penelitian kualitatif adalah menangkap maksud, tendensi dan tema dari pesan, di samping memahami organisasi dan proses pesan yang disampaikan. Oleh karena, umumnya penelitian kualitatif bertujuan memahami proses dan maksud dari data hasil investigasi, yang analisisnya diperluas dan sejalan dengan konseptual dan aplikasi teoritis yang disesuaikan dengan isu yang ada. Penelitian ini mengambil metode penelitian dengan teknik analisis wacana dengan model Analisis Framing model Pan dan Kosicki sebagai pisau analisisnya. Pan dan Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar

informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Elemen yang menandakan pemahaman seseorang mempunyai bentuk yang terstruktur dalam bentuk aturan atau konvensi penulisan sehingga ia dapat menjadi "jendela" melalui mana makna yang tersirat dari berita menjadi terlihat.

3.2 Informan Penelitian

Lincoln dan Guba (dalam Khairil 2012:54) mengemukakan bahwa " *Naturalistic sampling is, then, very different from conventional sampling. It is based on informational, not statistical, considerations. Its purpose is to maximize information, no to facilitate generalization"*. penentuan sampel dalam penelitian kualitatif (naturalistik) sangat berbeda dengan penentuan sampel konvensional (kuantitatif). Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif tidak didasarkan perhitungan statistic. Sampel yang dipilih berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, bukan untuk digeneralisasikan.

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan "*social situation*" atau situasi sosial yang terdiri dari aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber atau partisipan, informan, teman dan

guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan sampel statistic tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif dalam hal ini untuk menghasilkan strategi yang tepat. Sampel dalam penelitian kualitatif juga disebut seagai sampel konstruktif, karena dengan sumber data dari sampel itu dapat dikonstruksikan fenomena yang semula belum jelas. Pada GNDL Konveksi Jalan Suci Asset yang menjadi narasumber, informan dan partisipan yaitu Pemimpin atau Pemiliknya.

Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, yang dapat berupa lembaga bisnis tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. hail penelitian tidak akan digeneralisasikan ke populasi karena pengambilan sampel tidak diambil secara random. Hasil penelitian kualitatif hanya berlaku untuk situasi sosial tersebut.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut **Sugiyono (2012: 62)** terdapat dua cara untuk mengumpulkan data yang akan diperlukan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Primer :

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagi proses biologis dan pisikhologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukandengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada respon untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutu, terbuka, dan dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

c. Wawancara

Wawancara yakni bentuk komunikasi antara peneliti dengan para pegawai secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh informasi dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan.

teknik analisis data

2. Pengumpulan Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:141) mendefinisikan data sekunder adalah sebagai “sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara

membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan".

3.4 Teknik Analisis Data

Bogdan menyatakan bahwa "Data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others". Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

A. Data Yang Terkumpul

Menurut **Sugiyono (2017: 481)** Melakukan analisis adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kerja keras. Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklasifikasikan lain peneliti yang berbeda.

Dari beberapa aspek yang diteliti pada GNDL Konveksi Jalan Suci, ada beberapa aspek yang mengalami permasalahan yaitu pada aspek di bawah ini : diantaranya adalah :

1 Aspek Pemasaran

2 Aspek Keuangan

3 Aspek Pesaing

4 Aspek SDM

B. Pengklasifikasian Data

Tahap pengumpulan data dilaksanakan dengan cara melakukan kegiatan membedakan data eksternal yang diperoleh dari lingkungan dan diluar organisasi dengan data internal yang diperoleh dari dalam organisasi sendiri. Tahap tersebut dilakukan melalui Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) dan Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).

Tabel 3.1

Perangkingan Faktor Eksternal

No	Urian	Nilai Pakar					Rata-Rata Skor	Rank
		1	2	3	4	5		
1	**KEKUATAN/STRENGHT**							
	A. Aspek Pemasaran							
	Memiliki pelanggan tetap baik lokal maupun internasional							
	Menerima pembelian produk sesuai pesanan pelanggan							
	B. Aspek Keuangan							
	Pendapatan penjualna stabil							
	C. Aspek Produksi							
	Mempunyai alat sablon mdoern dan tradisional							
2	**KELEMAHAN/WEAKNESS**							
	A. Aspek Pemasaran							
	Penjualan online tidak maksimal							
	B. Aspek Keuangan							
	Modal usaha kecil							
	Tidak ada pembukuan laporan keuangan							
	Biaya produksi menggunakan mesin lebih tinggi							
	C. Aspek SDM							
	Pengerajin tidak bekerja sesuai jam kerja							
	Pengerajin kurang kreatif dan inovatif							
	Tidak ada tenaga ahli pemasaran							

Sumber : Hasil Wawancara 201

Dari hasil perangkingan diatas selanjutnya dilakukan pembobotan dan penskoran sehingga di dapat nilai dari masing-masing faktor eksternal yaitu peluang dan ancamannya.

Untuk lebih jelasnya berikut penyusunan perangkingan dan pembobotan pada Matriks EFAS:

a. Matriks EFAS

Penyusunan matriks EFAS terdiri dari 5 (lima) kolom dengan uraian tiap kolom sebagai berikut:

1) Kolom 1, melakukan inventarisasi dan menyusun 5 atau 10 peluang dan ancaman
2) Kolom 2, memberi bobot pada masing-masing faktor yang dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Besaran bobot berkisar antara 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting)
3) Kolom 3, hitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala dengan besaran 4 (*outstanding)* sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi yang ada, dengan ketentuan sebagai berikut:
    - 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* untuk faktor ancaman kebalikan dari nilai *rating* peluang yaitu jika ancamannya semakin besar diberi *rating* 1 dan jika kecil atau sedikit ancamannya diberikan *rating* 4.

    1) Kolom 4, hasil berupa skor pembobotan yaitu dari perkalian kolom 2 (bobot) dengan kolom 3(*rating*) menunjukan nilai skor yang bervariasi antara 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*)
    2) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk mendapatkan total skor pembobotan yang menunjukan adanya reaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal.

Tabel 3.2

MATRIKS EFAS

Faktor-Faktor Strategis Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Bobot x Rating (4)	Keterangan (5)
PELUANG:				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
ANCAMAN				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
TOTAL	0,00	0	0,00	

Kriteria dan Angka Penilaian:

Kriteria Bobot:

Paling Penting = 1,00

Penting = 0,67-0,99

Cukup Penting = 0,34-0,66

Kurang Penting = 0,01-0,33

Tidak Penting = 0,00

Kriteria *Rating*

Sangat Baik = 4

Baik = 3

Cukup Baik = 2

Kurang Baik = 1

Sumber: Fredy Rangkuti

3.4.1 IFAS (Matriks Faktor Strategi Internal)

1. Kekuatan

- Aspek pemasaran.
- Aspek Keuangan
- Aspek Produksi

2. Kelemahan

- Aspek pemasaran
- Aspek Keuangan
- Aspek SDM

Sebelum dilakukan pembobotan yang dituangkan dalam matriks IFAS dari penjelasan faktor faktor diatas dilakukan perankingan. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit , lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap dan pasti, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data Contoh perangkingan ada pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.3

Perankingan Faktor Internal

No	Uraian	Nilai Pakar					Rata-rata skor	*Rank*
		1	2	3	4	5		
1	**KEKUATAN/STRENGTH**							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	Memiliki Pelanggan tetap							
	Menerima pembelian produk sesuai pesanan pelanggan							
	b.ASPEK KEUANGAN							
	Pendapatan penjualan stabil							
	c.ASPEK PRODUKSI							
	Mempunyai alat sablon modern dan Tradisional							
2	**KELEMAHAN/WEAKNESS**							
	a.ASPEK PEMASARAN							
	Tidak mempunyai website resmi untuk jualan on line							
	b.ASPEK KEUANGAN							
	Modal usaha kecil							
	Tidak ada pembukuan laporan keuangan							
	Biaya Produksi menggunakan mesin lebih Tinggi							
	c.ASPEK SDM							
	Pengrajin tidak bekerja sesuai jam kerja (08.00-16.00)							
	Pengrajin kurang kreatif dan inovatif							
	Tidak ada tenaga ahli pemasaran							

Sumber : Hasil Wawancara 2018

Setelah pengklasifikasian peluang dan ancaman dari dalam atau faktor interternal maka dilakukan perangkingan dan pembobotan. Berikut penyusunan perangkingan dan pembobotan pada Matriks IFAS :

1) Kolom 1, melakukan inventarisasi dan menyusun 5 atau 10 kekuatan dan kelemahan
2) Kolom 2, member bobot pada masing-masing faktor dengan besaran antara 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis yang dinilai.
3) Kolom 3, hitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala dengan besaran antara 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi yang ada sebagai berikut:
    - Pemberian nilai *rating* untuk kekuatan bersifat positif yaitu membandingkan dengan faktor strategis lain untuk menunjukan besar atau kecilnya kekuatan sehingga dapat diberi *rating* antara +1 sampai dengan +4.
    - Pemberian nilai *rating* untuk faktor kelemahan kebalikan dari nilai *rating* kekuatan yaitu jika kelemahannya dibawah rata-rata

pembanding nilainya adalah 4, tetapi jika kelmahannya diatas rata-rata pembandingnya diberi nilai 1

4) Kolom4, hasil berupa skor pembobotan yang diperoleh dari perkalian kolom 2 (bobot) dengan kolom (*rating*), mennjukan nilai skor yang bervariasi antara 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor)*

5) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk menunjukan adanya reaksi terhadap faktor-faktor strategis internal.

Tabel 3.4

Matriks IFAS

Faktor-Faktor Strategis Internal (1)	**Bobot (2)**	**Rating (3)**	**Bobot x Rating (4)**	**Keterangan (5)**
PELUANG:				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
ANCAMAN:				
1	0,00	0	0,00	
2	0,00	0	0,00	
3	0,00	0	0,00	
4	0,00	0	0,00	
5	0,00	0	0,00	
6	0,00	0	0,00	
TOTAL	0,00	0	0,00	

Sumber : Freddy Rangkuti Teknik Bedah Kasus Bisnis

Kriteria dan Angka Penilaian:

Kriteria Bobot:

Paling Penting = 1,00	**Kriteria *Rating***	
Penting = 0,67-0,99	Sangat Baik	= 4
Cukup Penting = 0,34-0,66	Baik	= 3
Kurang Penting = 0,01-0,33	Cukup Baik	= 2
Tidak Penting = 0,00	Kurang Baik	= 1

3.4.2 Tahapan Analisis

Tahapan analisis dilakukan dengan menggunakan matriks penggabungan EFAS+IFAS dan dilanjutkan dengan matriks alternating strategi.

a. Matriks Penggabungan EFAS + IFAS

Memindahkan hasil pada matriks EFAS dan IFAS ke dalam matriks penggabungan bertujuan untuk melihat hasil sub total EFAS dan sub total IFAS. Bila dijumlahkan dan dibandingkan akan memberikan suatu alternative bahwa analisis atau diagnosis ini benar terkait dengan permasalahan yang terjadi.

Tabel 3.5

Analisis SWOT (EFAS + IFAS)

VARIABEL	*STRENGTH* KEKUATAN	BOBOT	*WEAKNESS* KELEMAHAN	BOBOT
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
	SUB TOTAL (A)	0,00	SUB TOTAL (B)	0,00
VARIABEL	*OPPORTUNITY* PELUANG	BOBOT	*THREAT* ANCAMAN	BOBOT
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
	SUB TOTAL (C)	0,00	SUB TOTAL (D)	0,00
	TOTAL S + O Atau (A) + (C)	0,00	TOTAL W + T Atau (B) + (D)	0,00

Sumber : Freddy Rangkuti Teknik Bedah Kasus Bisnis

Hasil akhir yang diperoleh adalah :

- Bila **S (A) + O (C) > W (B) + T (D)** maka faktor strategis kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan ke luar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan.
- Bila **S (A) + O (C) < W (B) + T (D)** maka pokok masalah dalah kenyatan sebenarnya yang terjadi, yang memiliki kelemahan besar disamping tantangan atau ancaman yang dihadapi sangat besar. Tindak lanjut yang dilakukan adalah mencari alternative lain untuk memperkuat variabel pengamatan atau strategi lainnya.

Setelah dilakukan perangkingan lalu diikuti dengan pembobotan dan juga melalui tahapan analisis dengan menggabungkan matriks EFAS dan IFAS maka akan didapat strategi yang tepat. Strategi itu lalu dituangkan kedalam Kuadran Swot untuk lebih mengtahui strategi apa yang akan diterapkan. Untuk lebih jelasnya berikut **Tabel 3.5** mengenai Kuadran SWOT :

Kuadran I :Situasi yang sangat menguntungkan, memiliki peluang, dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan

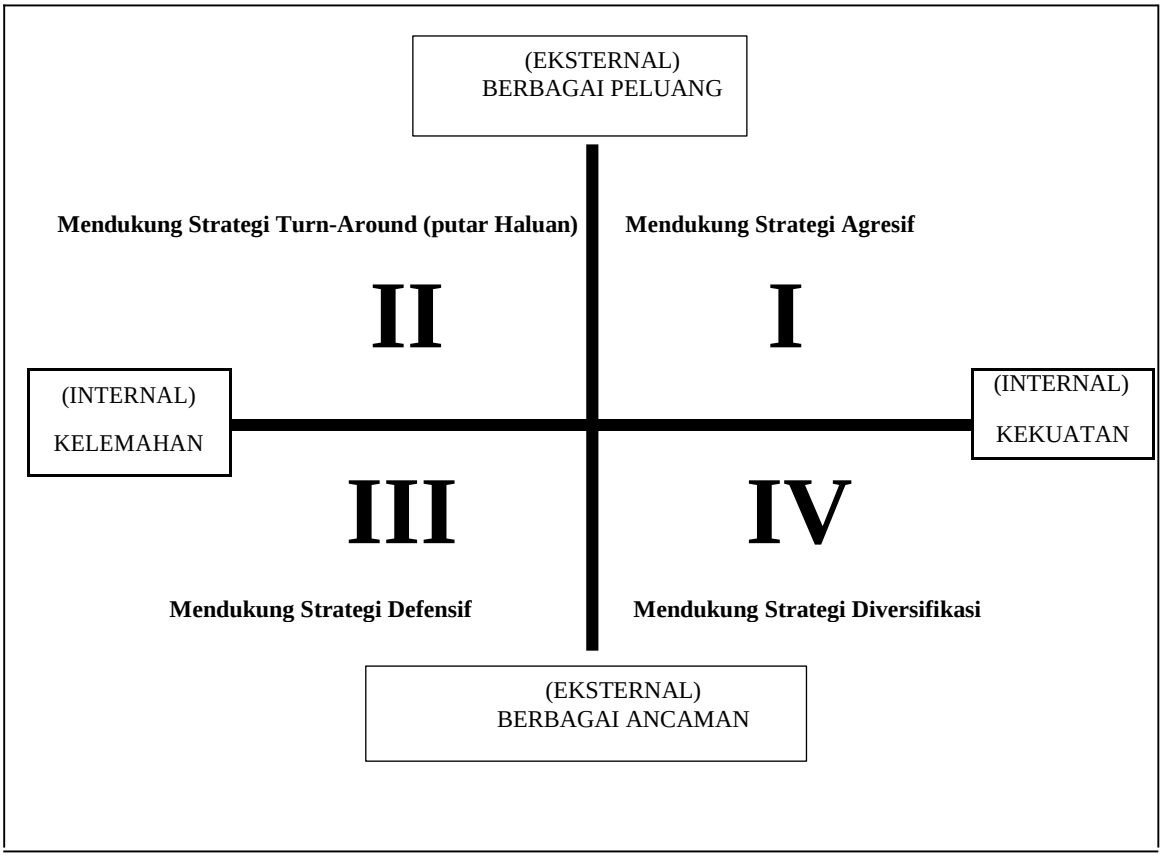
pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran II : Menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala atau kesalahan internal. Fokus strategi yang dilakukan adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran III : Situasi yang sangat tidak menguntungkan yaitu menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal.

Kuadran IV : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversivikasi, baik produk maupun pasar.

Gambar 3.1
Kuadran SWOT



Sumber : Freddy Rangkuti Teknik Bedah Kasus Bisnis

3.5 Perumusan Proposisi Analisis SWOT

Proposisi adalah pernyataan tentang sifat dari realitas yang dapat diuji kebenarannya. Dalam ilmu social, proposisi biasanya adalah pernyataan tentang hubungan antara dua konsep atau lebih.

Hipotesis adalah proposisi yang dirumuskan untuk menguji secara empiris. Dalil (law) adalah proposisi yang mempunyai jangkauan (scope) yang lebih luas dan telah mendapat banyak dukungan empiris. Adapun perumusan proposisi dari analisis

SWOT diatas sebagai berikut,

Gambar 3.2

Perumusan Proposisi Analisis SWOT

Penetuan Arah Strategi

Internal / Eksternal	Strengths (S) 1. 2. 3.	Weaknesses (W) 1. 2. 3.
Threat (T) 1. 2. 3.	Strategi ST Gunakan S untuk menghindari T	Strategi WT Minimalkan W dan hindari T
Opportunity (O) 1. 2. 3.	Strategi SO Gunakan S untuk memanfaatkan O	Strategi WO Atasi W dengan memanfaatkan O

Sumber : Freddy Rangkuti Teknik Bedah Kasus Bisni