

Bab III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian menggunakan metode kualitatif menurut Semiawan (2010:2) adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta atau realita. Menurut Mukhtar (2013:10) Metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada suatu saat tertentu.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2011:87). Populasi yang digunakan peneliti pada penelitian kali ini adalah pelaku bisnis sejenis yang menjual produk kemiri. Sampel adalah satu himpunan bagian dari unit populasi (Kuncoro, 2009:118). Metode pemilihan sampel pada pihak yang akan diwawancarai peneliti pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro 2009:139). Kriteria sampel yang akan dipilih peneliti pada penelitian ini adalah pelaku bisnis jual beli kemiri yang memiliki tempat usaha di Surabaya. Peneliti akan melakukan wawancara kepada tiga orang yaitu Bapak Suryansyah, Bapak Kumala dan Bapak Wahyu.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Observasi

Menurut Emzir (2011:39) observasi dapat dibedakan berdasarkan peran peneliti, menjadi observasi partisipan dan observasi non-partisipan. Observasi partisipan adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti yang berperan sebagai anggota yang berperan serta dalam kehidupan masyarakat topik penelitian (Emzir, 2011:39). Peneliti bermaksud untuk melakukan observasi terutama pada kondisi internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan yang akan menjadi data dalam analisis SWOT.

3.2.2 Wawancara

Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan untuk mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat (Bungin, 2011:100). Menurut Sanusi (2011:105) wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Peneliti akan menggunakan metode wawancara personal yang diartikan sebagai wawancara antara peneliti dengan responden yang diarahkan oleh pewawancara untuk tujuan memperoleh informasi yang relevan (Kuncoro, 2009:160). Jenis wawancara yang akan dilakukan peneliti adalah wawancara semi terstruktur. Menurut Sarosa (2012:47), dalam wawancara semi terstruktur pihak pewawancara sudah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan pemandu wawancara sebelum aktivitas

wawancara dilaksanakan, peneliti perlu menelusuri lebih jauh suatu topik berdasarkan jawaban yang diberikan partisipan. Data yang dikumpulkan dari wawancara kepada narasumber mengenai industri hasil bumi kemiri yang akan diolah lebih lanjut dalam analisis lima kekuatan Porter dan SWOT.

3.2.3 Studi Pustaka

Menurut Sanusi (2011:31) studi pustaka atau kajian pustaka berarti mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi bahan kepustakaan. Peneliti akan melakukan studi pustaka menggunakan jurnal penelitian terdahulu dan buku mengenai manajemen strategi untuk mendapatkan informasi mengenai teori-teori yang akan digunakan peneliti dalam penelitian yaitu lima kekuatan Porter dan SWOT.

3.4 Validitas dan Reliabilitas

Menurut Putra (2013:178) triangulasi adalah gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Peneliti akan menggunakan triangulasi sumber dalam penelitian kali ini. Menurut Mukhtar (2013:138), triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Triangulasi sumber yang akan dilakukan peneliti adalah wawancara kepada sumber-sumber yang berbeda. Peneliti tidak menggunakan triangulasi metode karena peneliti tidak membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan data hasil observasi. Peneliti

tidak menggunakan triangulasi peneliti karena peneliti melakukan penelitian ini secara individu. Peneliti tidak menggunakan triangulasi teori karena peneliti tidak membandingkan teori, hanya menggunakan penerapan teori lima kekuatan Porter dan SWOT.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Langkah-langkah dalam pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Melakukan observasi terhadap perusahaan untuk memperoleh data internal.
2. Menentukan sampel-sampel yang akan diwawancarai peneliti untuk perolehan data eksternal.
3. Menyusun daftar pertanyaan yang diperlukan mengenai lima kekuatan Porter dan SWOT.
4. Melakukan wawancara dengan narasumber, peneliti akan menggunakan alat bantu perekam suara agar tidak ada informasi yang lewat saat peneliti melakukan pencatatan ulang

3.6 Metode Analisis Data

Langkah-langkah metode analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Melakukan elaborasi dokumen-dokumen penelitian.
2. Melakukan penilaian untuk masing-masing dari lima kekuatan Porter untuk mengetahui faktor eksternal mana yang paling berpengaruh.
3. Melakukan penilaian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan menggunakan analisis evaluasi faktor internal dan eksternal.

4. Menentukan posisi perusahaan berdasarkan kuadran SWOT menggunakan pembobotan sesuai dengan kondisi perusahaan.
5. Melakukan *content analysis* terhadap hasil wawancara yang akan digunakan sebagai dasar dari analisis lima kekuatan Porter dan SWOT.
6. Menyusun strategi pemasaran perusahaan.
7. Menyusun simpulan atas penelitian.

Indikator dari lima kekuatan Porter yang akan digunakan adalah (modifikasi dari Dalu, 2009):

1. Ancaman masuknya pesaing potensial: Kebutuhan modal, loyalitas pelanggan, akses ke saluran distribusi, kebijakan pemerintah.
2. Persaingan dalam satu industri: Jumlah pesaing, pertumbuhan industri, diferensiasi produk, biaya tetap.
3. Daya tawar pemasok: Dominasi pemasok, produk pemasok, pasar pemasok, biaya beralih pemasok.
4. Daya tawar pembeli: Dominasi pembeli, biaya beralih produk, informasi produk, pangsa pasar pembeli.
5. Ancaman dari produk substitusi: Produk pengganti.

Indikator evaluasi faktor internal dan eksternal:

1. Faktor internal: Identitas merk, kualitas produk, kualitas pelayanan, kegiatan pemasaran, lokasi pemasaran, harga produk, modal perusahaan.
2. Faktor eksternal: Tren pasar, kebijakan pemerintah, loyalitas pelanggan, dominasi pemasok, dominasi pembeli, informasi produk oleh pembeli, pangsa pasar.