

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

##### 3.1.1 Jenis Data

Dalam Penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, menurut Pendapat Bogdan dan Taylor (dalam Moleong: 1988 : 2) menerangkan bahwa “Penelitian Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati”. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Selain itu Sugiyono, (2003:14) mengartikan data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema dan gambar

Dari Penjelasan diatas Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini berusaha memecahkan masalah dengan menggambarkan problematika yang terjadi. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa peneliti ingin memahami, mengkaji secara mendalam serta memaparkan dan menganalisis untuk mendapatkan Implementasi Strategi Pemasaran UMKM Eksotek Mabkhara Jepara.

## **3.2 Subjek dan Sumber Data**

### **3.2.1 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian menurut Amirin (1986) merupakan seseorang atau sesuatu mengenai yang mengenainya ingin diperoleh keterangan. Menurut Suharsimi Arikonto (1989) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian akan di amati. Kesimpulan dari kedua pengertian diatas Subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.

Yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah UMKM Eksotek Mabkhara yang berlokasi di Jepara.

### **3.2.2 Sumber Data Penelitian**

Sumber data dalam penelitian adalah dari sumber data Primer dan Sekunder. Data Primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet

juga dapat menjadi sumber data primer jika koisioner disebarakan melalui internet (Uma Sekaran, 2011).

Pengertian data primer menurut Umi Narimawati (2008; 98) dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi” bahwa: “Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Dalam penelitian ini penulis juga membutuhkan data pendukung yang kuat untuk membantu dan melengkapi data – data yang diperlukan penulis. Maka dari itu penulis membutuhkan Data Sekunder. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011). Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono : 2008). Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer Sehingga kedua jenis data ini sangat penting dan dibutuhkan oleh penulis untuk menyelesaikan penelitiannya.

### 3.3 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan tingkat pengetahuannya mengenai permasalahan yang dijadikan topik penelitian. Penentuan informan menggunakan teknik fokus dan sampel.

Seorang informan atau aktor kunci dalam penelitian lapangan adalah seseorang dalam peranan resmi atau tidak resmi yang menceritakan dan menginformasikan tentang lapangan.

Kemudian Peneliti memerlukan beberapa informan yang mampu membantu menyelesaikan permasalahan yang ada didalam penelitian, diantaranya :

1. Pemilik bisnis UMKM Eksoteak Mabkhara Jepara sebagai informan untuk menggali informasi sejarah dan strategi pemasaran yang dilakukan Mabkhara Kayu Jepara
2. Agen Penjual produk Mabkhara Kayu Jepara sebagai informan yang menjual kembali produk Grafir Kayu
3. Dinas Koperasi, UMKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Jepara sebagai ahli yang nantinya dapat menguatkan Penelitian.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah

mendapatkan data tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Menurut Neuman (2006:41), data pada penelitian kualitatif berasal dalam berbagai macam bentuk: foto, peta, wawancara terbuka, observasi, dokumen, dan lain-lain. Neuman menyederhanakan data seperti itu menjadi dua kategori utama: Penelitian lapangan (termasuk etnografi, observasi peserta, wawancara mendalam) dan penelitian historis-komparatif.

### 3.4.1 Metode Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Menurut Sudjana dalam Satori dan Komariah (2013:130) menyebutkan wawancara “adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya (*interviewer*) dengan pihak yang ditanya atau penjawab (*interviewee*)”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dan semistruktur di mana peneliti ingin melakukan suatu wawancara lebih bebas dan menemukan suatu permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diwawancarai dimintai pendapat, dan ide-idenya melalui peneliti telah menyiapkan instrument pertanyaan tertulis. Adapaun wawancara tidak struktur yaitu peneliti ingin juga mendapatkan suatu permasalahan dari pertanyaan-pertanyaan yang tidak tersusun secara

sistematis dan lengkap dalam pengumpulan datanya, dimana peneliti ingin mendapatkan jawaban dari permasalahan lebih mendalam tentang subyek yang diteliti.

### **3.4.2 Dokumentasi**

Menurut Arikunto (2013:274), “teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, lengger, agenda, dan sebagainya”.

### **3.4.3 Observasi**

Menurut Bungin (dalam Satori dan Komariah, 2013:105), Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Disimpulkan oleh Satori dan Komariah bahwa observasi adalah pengamatan terhadap suatu obyek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.

## **3.5 Metode Analisis Data**

Dalam penulisan skripsi ini, metode analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT, yang menggabungkan keadaan Internal dan Eksternal perusahaan, kemudian dirumuskan setrategi yang harus dilakukan untuk meraih sukses.

Cara-cara penentuan faktor strategi Eksternal (EFAS), meliputi :

- a. Menyusun kolom 1 (5 sampai dengan 10 ancaman dan peluang)
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- 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. 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 ratingnya adalah -1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya -4.
- d. 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*)
- e. 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 eksternalnya.

**Tabel 3.1**  
**EFAS**

<b>FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>BOBOT X RATING</b>
Peluang 1	1,00 – 0,0	+1 s/d +4	-
Peluang 2	1,00 – 0,0	+1 s/d +4	
<b>JUMLAH O</b>	<b>A</b>		<b>B</b>
Ancaman 1	1,00 – 0,0	-1 s/d -4	
Ancaman 2	1,00 – 0,0	-1 s/d -4	
<b>Jumlah T</b>	<b>C</b>		<b>D</b>
<b>Total</b>	<b>(a+c) = 1</b>		<b>(b + d)</b>

Sumber: *Diklat Spama, 2000*

Untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka *Strength* dan *weakness*. Tahapannya adalah :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. 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 1,00)
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mula dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rat industri atau dengan

- pesaing utama. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah -1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah -4.
- d. Kalikan bobot 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 4,00 sampai dengan 1,00
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahnya 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.

**TABEL 3.2**  
**IFAS**

<b>FAKTOR STRATEGI INTERNAL</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>BOBOT X RATING</b>
Kekuatan 1	1,00 – 0,0	+1 s/d +4	-
Kekuatan 2	1,00 – 0,0	+1 s/d +4	
<b>Jumlah S</b>	<b>A</b>		<b>B</b>
Kelemahan 1	1,00 – 0,0	1 s/d 4	
Kelemahan 2	1,00 – 0,0	1 s/d 4	
<b>Jumlah W</b>	<b>C</b>		<b>D</b>
<b>Total</b>	<b>(a+c) = 1</b>		<b>(b + d)</b>

Sumber: *Diklat Spama, 2000*

Lebih lanjut David (2011 : 230) menjelaskan bahwa “skor bobot total di bawah 2,5 mencirikan perusahaan yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat”. Untuk faktor eksternal, David (2011 : 159) juga menjelaskan bahwa :

Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa sebuah perusahaan merespon secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Skor total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul.

Dalam penulisan skripsi ini, metode analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT, yang menggabungkan keadaan Internal dan Eksternal perusahaan, Peneliti memilih memakai Pendekatan Kualitatif Matrik SWOT sebagaimana dikembangkan oleh Kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (Peluang dan Tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal (Kekuatan dan Kelamahan). Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemua antara faktor-faktor internal dan eksternal.

**Tabel 3.3**  
**Matriks Strategi SWOT**

<i>Faktor Internal</i>	<b>STRENGTHS (S)</b>	<b>WEAKNESS (W)</b>
<i>Faktor Eksternal</i>		
<b>OPPORTUNITIES (O)</b>	<b>STRATEGI SO</b> <i>Comparative Advantage</i>	<b>STRATEGI WO</b> <i>Divestment/Investment</i>
<b>THREATS (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b> <i>Mobilization</i>	<b>STRATEGI WT</b> <i>Dainage Control</i>

Sumber: *Hisyam, 2008*

Keterangan :

**a. Sel Comparative Advance**

Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.

**b. Sel Mobilzation**

Sel ini merupakan interaksi antara ancaman dan kekuatan. Di sini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.

**c. Sel Divestment/Investment**

Sel ini merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi seperti ini memberikan suatu pilihan pada

situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).

#### *d. Sel Damage Control*

Sel ini merupakan kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan antara kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi. Strategi yang harus diambil adalah *Damage Control* (mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

### **3.6 Teknik Keabsahan Data**

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin perbedaan yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Menurut Norman K. Denkin (2010) mendefinisikan triangulasi di gunakan sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denkin ini dipakai oleh para peneliti kualitatif di berbagai bidang. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu:

1. Triangulasi metode
2. Triangulasi antar-peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok)
3. Triangulasi sumber data
4. Triangulasi teori

Berikut penjelasannya dari berbagai jenis triangulasi dalam penelitian kualitatif:

1. **Triangulasi metode** dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berdeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, obervasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan obervasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu,

triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan. Namun demikian, triangulasi aspek lainnya tetap dilakukan.

2. **Triangulasi antar-peneliti** dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini diakui memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian. Tetapi perlu diperhatikan bahwa orang yang diajak menggali data itu harus yang telah memiliki pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan agar tidak justru merugikan peneliti dan melahirkan bias baru dari triangulasi.
3. **Triangulasi sumber data** adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

4. **Triangulasi teori** Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh. Diakui tahap ini paling sulit sebab peneliti dituntut memiliki *expert judgement* ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu, lebih-lebih jika perbandingannya menunjukkan hasil yang jauh berbeda.

Triangulasi menjadi sangat penting dalam penelitian kualitatif, kendati pasti menambah waktu dan biaya serta tenaga. Tetapi harus diakui bahwa triangulasi dapat meningkatkan kedalaman pemahaman peneliti baik mengenai fenomena yang diteliti maupun konteks di mana fenomena itu muncul. Bagaimana pun, pemahaman yang mendalam (*deep understanding*) atas fenomena yang diteliti merupakan nilai yang harus diperjuangkan oleh setiap peneliti kualitatif. Sebab, penelitian kualitatif lahir untuk menangkap arti (*meaning*) atau memahami gejala, peristiwa, fakta, kejadian, realitas atau masalah tertentu mengenai peristiwa sosial dan kemanusiaan dengan kompleksitasnya secara mendalam, dan bukan untuk menjelaskan (*to explain*) hubungan antar-variabel atau membuktikan hubungan sebab akibat atau korelasi dari suatu masalah tertentu.

Kedalaman pemahaman akan diperoleh hanya jika data cukup kaya, dan berbagai perspektif digunakan untuk memotret sesuatu fokus masalah secara komprehensif. Karena itu, memahami dan menjelaskan jelas merupakan dua wilayah yang jauh berbeda.

