

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang tidak menggunakan perhitungan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian naturalistik yang dilakukan dalam keadaan alamiah (Sugiyono, 2010).

Metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan menggambarkan keadaan suatu subjek atau objek yaitu berupa orang, lembaga maupun masyarakat pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk mendeskripsikan fakta, sifat serta hubungan dari suatu kejadian secara sistematis, faktual dan akurat.

Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui kejadian, keadaan serta fenomena yang terjadi saat ini dalam bentuk kata-kata dengan memanfaatkan metode ilmiah. Sedangkan metode penelitian eksploratif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan – hubungan dalam suatu permasalahan secara luas dan kompleks. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebanyak-banyaknya.

Jadi metode penelitian deskriptif eksploratif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggambarkan keadaan atau fenomena. Tujuannya untuk mengetahui sesuatu yang berhubungan dengan keadaan masyarakat.

B. Obyek/Subyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini dilakukan di kabupaten Ponorogo, yang merupakan salah satu kabupaten yang banyak berkembang usaha telur ayam ras, khususnya di wilayah kecamatan Balong, Slahung dan Jetis. Pemilihan objek penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan potensi yang ada di wilayah kabupaten Ponorogo, khususnya di bidang peternakan. Sedangkan subyek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha telur ayam ras.

C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikelompokkan dalam data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung kepada responden melalui wawancara, kuisisioner atau berdiskusi dengan pihak tertentu. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisisioner dan wawancara terhadap pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari lembaga yang mengumpulkan data dan kemudian dipulihkan kepada masyarakat (Kuncoro, 2009). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui Badan Pusat Statistik kabupaten Ponorogo.

D. Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Pengambilan sampel diambil secara *Purposive Sampling*, di mana pihak responden dipilih secara sengaja. Pemilihan responden didasarkan pada tingkat kepentingan, pemahaman, pengetahuan serta pengalaman dalam memasarkan telur ayam ras di kabupaten Ponorogo.

Pihak dalam penelitian ini meliputi tujuh pelaku usaha telur ayam ras. Pemilihan sampel tersebut dilakukan karena pelaku usaha telur ayam ras dianggap mengetahui dengan baik kondisi, cara pengelolaan serta perkembangan usaha telur ayam ras. Keterlibatan pihak tersebut diharapkan mampu menghasilkan alternatif strategi pengembangan secara objektif.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Observasi

Observasi adalah metode penelitian dengan melakukan pengamatan secara langsung serta mencatat secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti. Observasi dilakukan peneliti dengan cara mengamati secara langsung pelaku usaha dalam mengelola ayam serta kondisi kandang ayam.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui rantai peternakan yang meliputi cara memperoleh bibit, cara perawatan serta cara pemasaran telur di kabupaten Ponorogo. Wawancara juga dilakukan untuk mengetahui informasi guna memperkuat faktor strategi internal yang meliputi kelebihan dan kelemahan serta faktor strategi eksternal yang meliputi peluang dan ancaman.

3. Matriks SWOT

Untuk menentukan matriks SWOT dilakukan dengan dua tahap. Pertama adalah tahap input yang meliputi identifikasi faktor internal dan eksternal, pemberian bobot serta penentuan peringkat. Kedua adalah tahap pencocokan yang meliputi penentuan matriks internal-eksternal, penentuan analisis SWOT serta penentuan matriks *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats*.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan foto yang berhubungan dengan pengelolaan ayam hingga telur yang meliputi bibit ayam, ayam Layer, kandang ayam, mesin penggiling, timbangan, wadah telur serta kendaraan.

Metode pengumpulan data yang lain dilakukan dengan studi pustaka yaitu dengan sumber lain yang dapat digunakan sebagai rujukan untuk dijadikan strategi pengembangan usaha. Sumber data tersebut bersumber dari Badan Pusat Statistik kabupaten Ponorogo.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan selama dua bulan, yaitu bulan Desember 2018 hingga Januari 2019. Data dalam penulisan ini digunakan untuk pembuatan proposal maupun skripsi. Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di tiga kecamatan di kabupaten Ponorogo, yaitu kecamatan Balong, Slahung dan Jetis.

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Faktor internal dari data internal usaha telur ayam ras yang meliputi :

a. Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang meliputi pemeliharaan ayam ras terkait dengan konsentrat, vaksin, waktu pemberian pakan serta pemeliharaan kandang hingga ayam menghasilkan telur yang kemudian didistribusikan.

b. Keuangan

Merupakan kondisi keuangan pelaku usaha berkaitan dengan pendanaan yang meliputi pengumpulan modal serta perencanaan kebutuhan keuangan terkait usaha telur ayam ras.

c. Pemasaran

Merupakan proses merencanakan serta mendistribusikan hasil produk yaitu telur ayam ras di wilayah sekitar kabupaten Ponorogo untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

d. Tenaga Kerja

Merupakan karyawan yang membantu pelaku usaha dalam pengelolaan ayam hingga menghasilkan telur. Pekerjaan karyawan meliputi pembelian bibit, perawatan ayam hingga penjualan.

e. Sistem Informasi

Merupakan sistem informasi yang diperlukan dalam memperoleh data atau informasi terkait dengan telur ayam ras di wilayah kabupaten Ponorogo untuk menentukan keputusan.

2. Faktor Eksternal dari data eksternal usaha telur ayam ras meliputi :

a. Faktor Ekonomi

Merupakan faktor yang berhubungan dengan kondisi ekonomi di masyarakat sekitar yang mempengaruhi usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo terkait dengan permintaan telur.

b. Sosial dan Budaya

Kondisi sosial dan budaya yang berubah-ubah dapat mempengaruhi perubahan konsumsi masyarakat terhadap telur ayam ras di kabupaten Ponorogo.

c. Faktor Politik

Kebijakan pemerintah terkait dengan perunggasan serta kebijakan lahan dapat mempengaruhi perkembangan usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Kebijakan terkait perunggasan meliputi penyuluhan.

d. Teknologi

Merupakan teknologi yang digunakan untuk mendukung pengelolaan ayam maupun telur ayam ras. Teknologi yang dapat mendukung pengelolaan telur ayam meliputi timbangan serta alat penggiling pakan.

e. Pembeli

Setiap orang yang mengkonsumsi telur ayam ras di kabupaten Ponorogo baik itu dikonsumsi sendiri, keluarga maupun orang lain yang dapat mempengaruhi permintaan telur ayam ras.

f. Pesaing

Pihak lain yang sama-sama melakukan usaha di bidang perunggasan, yaitu telur ayam ras di kabupaten Ponorogo.

G. Metode Analisa Data

Metode untuk mengolah dan menganalisis data adalah menggunakan pendekatan konsep manajemen strategis. Data dan informasi yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif. Terdapat tiga tahapan dalam menentukan strategi alternatif, yaitu tahap input, menentukan bobot serta menentukan keputusan strategi pengembangan.

Alat analisis yang digunakan untuk menentukan strategi input menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Untuk tahap penentuan strategi alternatif menggunakan analisis IE (*Internal Eksternal*) dan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

1. Tahap Input

a. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Untuk mengidentifikasi faktor internal dilakukan dengan cara memasukkan semua kekuatan dan kelemahan pada pelaku usaha telur ayam ras. Sedangkan untuk mengidentifikasi faktor eksternal dilakukan dengan cara memasukkan peluang serta ancaman pada pelaku usaha telur ayam ras. Langkah selanjutnya adalah memberikan bobot masing-masing faktor internal dan faktor eksternal.

b. Tahap Pemberian Bobot

Untuk menentukan bobot pada setiap faktor internal maupun eksternal dilakukan dengan cara membandingkan dua variabel dan memilih salah satu variabel yang dianggap lebih penting (*Paired Comparison*).

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai masing-masing variabel terhadap jumlah nilai seluruh variabel dengan menggunakan rumus :

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Keterangan :

α_i = Bobot variabel ke 1

X_i = Nilai variabel ke 1

n = Jumlah variabel

i = 1, 2, 3,.....

$\sum X_1$ = Total nilai variabel

Nilai bobot akan berada pada kisaran 0,1 hingga 1,0. Semakin tinggi nilai bobot maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap usaha yang dijalankan.

c. Penentuan Peringkat

Untuk mengukur masing – masing variabel terhadap kondisi perusahaan dilakukan dengan menggunakan peringkat, yaitu skala 1, 2 , 3 dan 4 terhadap masing – masing faktor strategis. Penentuan peringkat itu dilakukan oleh responden terhadap masing – masing variabel dari hasil analisis kondisi perusahaan. Nilai skala yang digunakan pada matriks IFE adalah sebagai berikut :

1 = Jika faktor merupakan kelemahan utama perusahaan

2 = Jika faktor merupakan kelemahan kecil perusahaan

3 = Jika faktor merupakan kekuatan kecil perusahaan

4 = Jika faktor merupakan kekuatan besar perusahaan

Tabel 3.1
Matriks IFE

Faktor Internal Kunci	Bobot	Peringkat	Skor (Bobot x Peringkat)
Kekuatan			
1.			
.....			
10.			
Kelemahan			
1.			
.....			
10			
Total			

Sumber : Rangkuti (2013)

Tabel 3.2
Matriks EFE

Faktor Internal Kunci	Bobot	Peringkat	Skor (Bobot x Peringkat)
Kekuatan			
1.			
.....			
10.			
Kelemahan			
1.			
.....			

10			
Total			

Sumber : Rangkuti (2013)

Untuk matriks EFE, nilai skala yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1 = Jika respon perusahaan kurang
- 2 = Jika respon perusahaan rata – rata
- 3 = Jika respon perusahaan tinggi
- 4 = Jika respon perusahaan superior

Jumlah total pemberian bobot pada matriks IFE dan EFE berkisar antara 1,0 hingga 4,0 dengan rata – rata skor 2,5. Apabila total jumlah bobot matriks IFE dan EFE di bawah 2,5 maka kondisi internal dan eksternal usaha tersebut lemah. Namun apabila total jumlah bobot matriks IFE dan EFE di atas 2,5 maka kondisi internal dan eksternal usaha tersebut kuat. Jika jumlah total bobot pada matriks IFE 1,0 maka usaha tersebut tidak mampu menutupi kelemahan dengan kekuatan yang dimiliki. Jika jumlah total bobot pada matriks EFE 1,0 maka usaha tersebut tidak mampu mengatasi ancaman atau memanfaatkan kesempatan eksternal. Namun apabila jumlah total bobot antara matriks IFE dan EFE 4,0 maka usaha tersebut mampu mengatasi ancaman serta mampu memanfaatkan kesempatan baik itu di lingkungan internal maupun eksternal. (David, 2016).

2. Tahap Pencocokan

Pada tahap pencocokan ini dilakukan dengan menggunakan matriks IE dan matriks *Grand Strategy* dan selanjutnya menggunakan matriks SWOT. Penggunaan alat analisis tersebut berdasarkan pada informasi tahap input yang kemudian dicocokkan terhadap kesempatan ancaman dan kesempatan eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal.

a. Matriks IE (Internal-External)

Pada matriks IE menggunakan dua dimensi, yaitu jumlah skor tertimbang IFE pada sumbu horizontal serta jumlah skor EFE pada sumbu vertikal. Matriks IE dibuat berdasarkan jumlah skor tertimbang yang diturunkan dari setiap divisi. Pada matriks IE yang bersumbu horizontal menunjukkan posisi internal yaitu jumlah total skor tertimbang IFE. Jumlah total skor tertimbang IFE dengan bobot yang berkisar antara 1,0 hingga 1,99 menunjukkan bahwa posisi internal yang lemah, untuk jumlah total skor tertimbang yang berkisar antara 2,0 hingga 2,99 menunjukkan kondisi internal rata-rata, sedangkan jumlah total skor tertimbang yang berkisar antara 3,00 hingga 4,00 menunjukkan bahwa kondisi internal kuat. Demikian pula dengan matriks IE yang bersumbu vertikal, jumlah total skor tertimbang

1,0 hingga 1,99 menunjukkan kondisi eksternal lemah, 2,00 hingga 2,99 menunjukkan kondisi sedang dan 3,0 hingga 4,0 menunjukkan kondisi yang tinggi. Implikasi strategi pada matriks IE dibagi menjadi tiga bagian, yaitu :

1. Divisi yang berada pada sel I, II atau IV menunjukkan bahwa usaha tersebut dalam kondisi tumbuh dan berkembang. Pada umumnya divisi yang termasuk dalam ketiga sel tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dalam tahap pertumbuhan dan pengembangan dalam penjualan, keuntungan dan lain sebagainya. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha dalam kondisi ini yaitu dengan intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar serta pengembangan produk) atau dapat pula dilakukan secara integrative (integrasi ke depan, integrasi ke belakang serta integrasi horizontal).
2. Divisi yang berada pada sel III, V atau VII menunjukkan kondisi bahwa usaha tersebut akan berkembang dengan baik apabila usaha tersebut dikelola dengan pertahanan dan penjagaan. Pada umumnya perusahaan dalam kondisi ini menghindari penurunan profit serta penjualan. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha dalam sel ini adalah dengan penetrasi pasar serta meningkatkan jumlah produksi.

3. Divisi yang berada pada sel VI, VIII atau IX yang menunjukkan kondisi penurunan. Hal menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi terancam dan tidak mampu berkompetisi. Strategi yang dapat mengembagkan usaha dalam kondisi ini adalah dengan divestasi, yaitu dengan menghemat anggaran.

Gambar 3.1
Matriks IE

SKOR TERTIMBANG TOTAL IFE
4,0 (Kuat) 3,0 (Rata – rata) 2,0 (Lemah)

SKOR TERTIMBANG TOTAL EFE	1,0 Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	3,0 Menengah 2,00-2,99	IV	V	VI
	2,0 Menengah 1,00-1,99 1,0	VII	VIII	IX

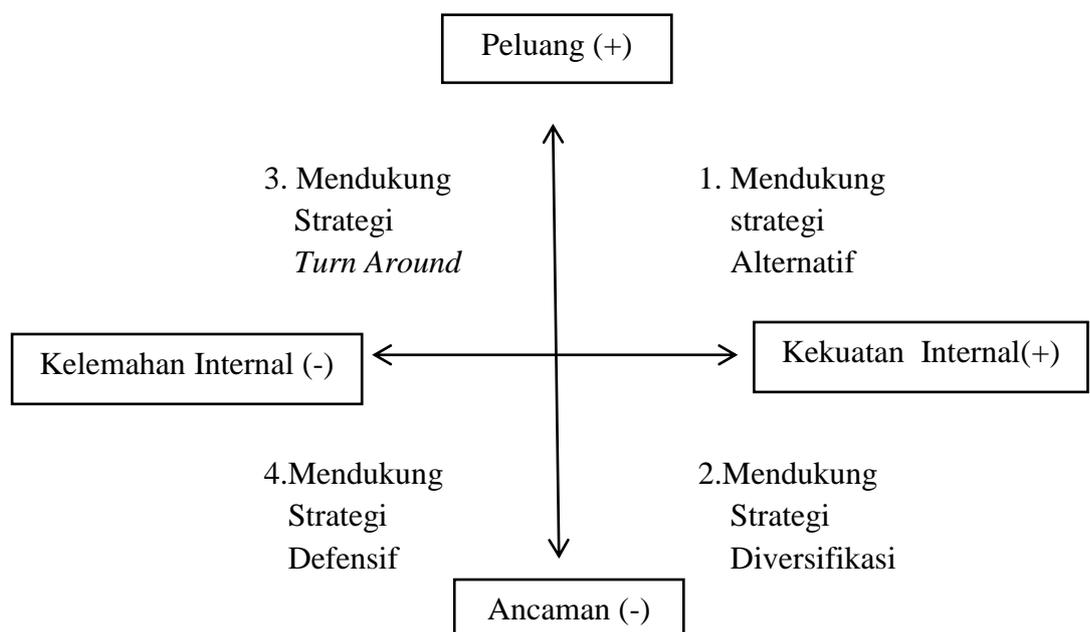
Sumber : David (2016)

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat analisis yang berfungsi untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi pengembangan perusahaan secara sistematis (Rangkuti, 2013).

Analisis ini menggunakan cara memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) serta meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Untuk memperoleh strategi perusahaan dilakukan dengan cara membandingkan dan mempertimbangkan faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman.

Gambar 3.2
Diagram Analisis SWOT



Sumber : Rangkuti (2013)

- 1) Pada kuadran I menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi sangat menguntungkan apabila memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan

usaha ini adalah dengan meningkatkan kebijakan pertumbuhan yang agresif.

- 2) Pada kuadran II menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi menghadapi ancaman namun masih mempunyai kekuatan internal. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha ini adalah dengan mendukung strategi diversifikasi serta memanfaatkan peluang untuk jangka panjang.
- 3) Pada kuadran III menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi mempunyai peluang namun memiliki kelemahan internal. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha adalah dengan meminimalkan kelemahan internal sehingga dapat meningkatkan peluang yang ada.
- 4) Pada kuadran IV menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi menghadapi ancaman serta kelemahan internal. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha adalah dengan menghindari ancaman yang ada serta mengatasi kelemahan internal.

c. Matriks *Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*

Analisis SWOT merupakan alat analisis untuk mengidentifikasi yang berfungsi untuk memadukan empat faktor, yaitu memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan kesempatan (*Opportunities*) serta meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan

ancaman (*Threats*). Untuk menentukan strategi pengembangan perusahaan dilakukan dengan menggunakan informasi dari keempat matriks tersebut sebagai alat analisis, yang meliputi :

- 1) Strategi S-O merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
- 2) Strategi W- O merupakan strategi dengan Mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
- 3) Strategi S-T merupakan strategi dengan Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman
- 4) Strategi W-T merupakan strategi dengan Mengurangi kelemahan dengan menghindari ancaman

Bentuk dari matriks SWOT dapat dilihat dalam tabel berikut

Gambar 3.3

Matriks SWOT

Faktor Internal /	Kekuatan	Kelemahan
Faktor Eksternal	<i>(Strengths – S)</i>	<i>(Weaknesses – W)</i>
Peluang <i>(Opportunities – O)</i>	Strategi S-O Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman	Strategi S-T	Strategi W-T

<i>(Threats – T)</i>	Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Mengurangi kelemahan dengan menghindari ancaman
----------------------	--	---

Sumber : Rangkuti (2013)

Menurut David (2016), dalam penyusunan matriks SWOT terdapat delapan langkah yang dapat dilakukan, yaitu :

- 1) Menyusun daftar kesempatan eksternal kunci
- 2) Menyusun daftar ancaman eksternal kunci
- 3) Menyusun daftar kekuatan internal kunci
- 4) Menyusun daftar kelemahan internal kunci
- 5) Menggabungkan kekuatan internal dengan kesempatan eksternal dan menyusun hasil strategi S-O pada sel yang sudah ditentukan
- 6) Menggabungkan kelemahan internal dengan kesempatan eksternal dan menyusun hasil strategi W-O pada sel yang sudah ditentukan.
- 7) Menyusun kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan menyusun hasil strategi S-T pada sel yang sudah ditentukan
- 8) Menyusun kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan menyusun hasil strategi WT pada sel yang sudah ditentukan.

H. Wawancara

Untuk menjelaskan lebih detail tentang usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo, maka peneliti memaparkan hasil wawancara dengan

analisa konten. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh data dan informasi secara mendalam.

Wawancara ini dilakukan secara langsung antara peneliti sebagai pewawancara dengan pemilik usaha telur ayam ras sebagai pihak yang diwawancarai. Wawancara dilakukan kepada tujuh pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo.