

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk menentukan strategi mana yang dapat menjadi keputusan terbaik guna mengembangkan usaha. UMKM Adi ini bertempat di Jalan Gaza RT/RW 01/04 Kampung Mekarjaya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Penelitian ini bermula dari saat masih bekerja pada UMKM tersebut, peneliti melihat Bapak Adi selaku pemilik usaha masih melakukan strategi usaha yang dimilikinya kurang terlalu di minati. Maka dari itu peneliti mencoba melakukan suatu riset mengenai bagaimana usaha ini dapat dikembangkan dan menentukan strategi yang tepat.

3.1.1 Profil Singkat UMKM Boneka Adi



Gambar 3. 1 Logo UMKM Boneka Adi Cikampek

Nama Pemilik	: Adi Sutrisno
Tahun Berdiri	: 2012
Alamat	: Jalan Gaza RT/RW 01/04 Kampung Mekarjaya, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri atas objek maupun subjek yang memiliki karakteristik yang akan peneliti pelajari yang kemudian disimpulkan (sugiyono, 2019). Populasi di ambil dari jumlah pengrajin boneka sebanyak 326 pengrajin. Kemudian di hitung menggunakan Rumus slovin untuk mengetahui jumlah sampel yang akan di ambil. Perhitungannya slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne)^2} \quad (3.1)$$

$$n = \frac{326}{(1 + (326(0,1))^2)}$$

$$n = \frac{326}{4,26}$$

$$n = 76 \text{ sampel}$$

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) Sampel merupakan suatu populasi yang diambil dengan suatu cara tertentu sehingga sampel menggambarkan populasi secara tepat. *probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang ataupun kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi suatu sampel. Pada penelitian ini di gunakan 76 sampel. Selain itu pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara *Purposive sampling*. Menurut sugiyono (2019) *Purposive sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang di ambil secara acak dan tidak memperhatikan strata yang berada dalam populasi. Selain itu teknik *Purposive sampling* di pilih bertujuan untuk memudahkan dalam pengambilan sampel.

3.3 Uji Validitas & Uji Reabilitas

3.3.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) Uji validitas merupakan suatu cara untuk mengetahui kesesuaian antara objek dengan data yang dikumpulkan sehingga uji validitas ini dapat menunjukan tingkat ketepatan suatu data. Pengujian validitas ini

dilakukan dengan cara mengkoleraskan skor butir dengan total menggunakan Rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x^2)][n\sum y^2 - (\sum y^2)]}} \quad (3.2)$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

R = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

ΣX = Jumlah hasil pengamatan variabel

ΣXY = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Pada penelitian ini cara menguji validitas menggunakan aplikasi SPSS (*Statiscal Product and Service Solution*). Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka pernyataan berkorelasi signifikan atau valid.
- Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka pernyataan tidak signifikan atau dapat dikatakan tidak valid. Pada penelitian ini data atau responden berjumlah 60 maka sesuai ketentuan tabel r hitung sebesar 0,254 dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil uji validitas sebagai berikut :

Total	Pearson Correlation	.569**	.557**	.525**	.541**	.512**	.539**	.584**	.522**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76

Gambar 3.2 Hasil uji validitas

3.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) reliabilitas adalah suatu alat atau instrumen yang cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Selain itu suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika suatu jawaban dari seseorang konsisten dari waktu ke waktu. Pada uji reabilitas suatu instrumen akan menggunakan *reliability analysis* dengan teknik *Alpha Cronbach*. Uji Cronbach

Alpha digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas dalam skala likert dengan kriteria nilai realibilitas adalah 0,6. Jika *Cronbach Alpha* melebihi 0,6 maka angket atau kuesioner dapat dinyatakan reliable ata konsisten. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

Case Processing Summary		
	N	%
Cases	Valid	76 100.0
	Excluded ^a	0 .0
Total	76	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.651	8

Gambar 3. 3 Hasil uji reliabilitas

3.4 Data dan Informasi

Dalam penelitian ini jenis daya yang digunakan yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Sumber data diperoleh dengan melakukan wawancara kepada pemilik UMKM tersebut. Sumber data ini meliputi data primer dan sekunder diantaranya:

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan suatu data yang diambil langsung dari objek penelitian, (Sugiyono 2019). Data primer yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu data faktor internal dan eksternal seperti faktor kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang. Data perbandingan UMKM Adi dengan pesaing.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu data yang berfungsi untuk melengkapi data primer. Data sekunder dapat diperoleh secara tidak langsung, seperti dengan membaca dan memahami buku-buku perpustakaan atau data-data yang berhubungan langsung dengan perusahaan, (Sugiyono 2019). Data sekunder yang akan peneliti gunakan dalam mencari informasi mengenai UMKM tersebut ialah data penjualan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara kepada pemilik UMKM serta observasi untuk mengetahui kondisi secara langsung mengenai UMKM tersebut. Lalu peneliti akan memberikan angket untuk mengetahui respon dari responden berkaitan dengan pembobotan nilai dari *Competitive Profile Matrix* menggunakan skala likert. responden yang dimaksud ialah pemilik usaha, dan pekerja dari para pengrajin boneka serta toko boneka. Dan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal.

3.5.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu jenis teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan komunikasi secara pribadi dengan narasumber. Proses wawancara ini akan memberikan gambaran tentang permasalahan yang terjadi pada UMKM Adi mengenai perumusan strategi pemasaran.

3.5.2 Observasi

Observasi merupakan pemerolehan data dengan meninjau secara langsung lokasi penelitian. Pada penelitian ini dilakukan observasi terhadap UMKM Boneka Adi serta pesaing. Hal ini dilakukan untuk mengertahui secara langsung faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi UMKM Boneka Adi.

3.5.3 Kuesioner

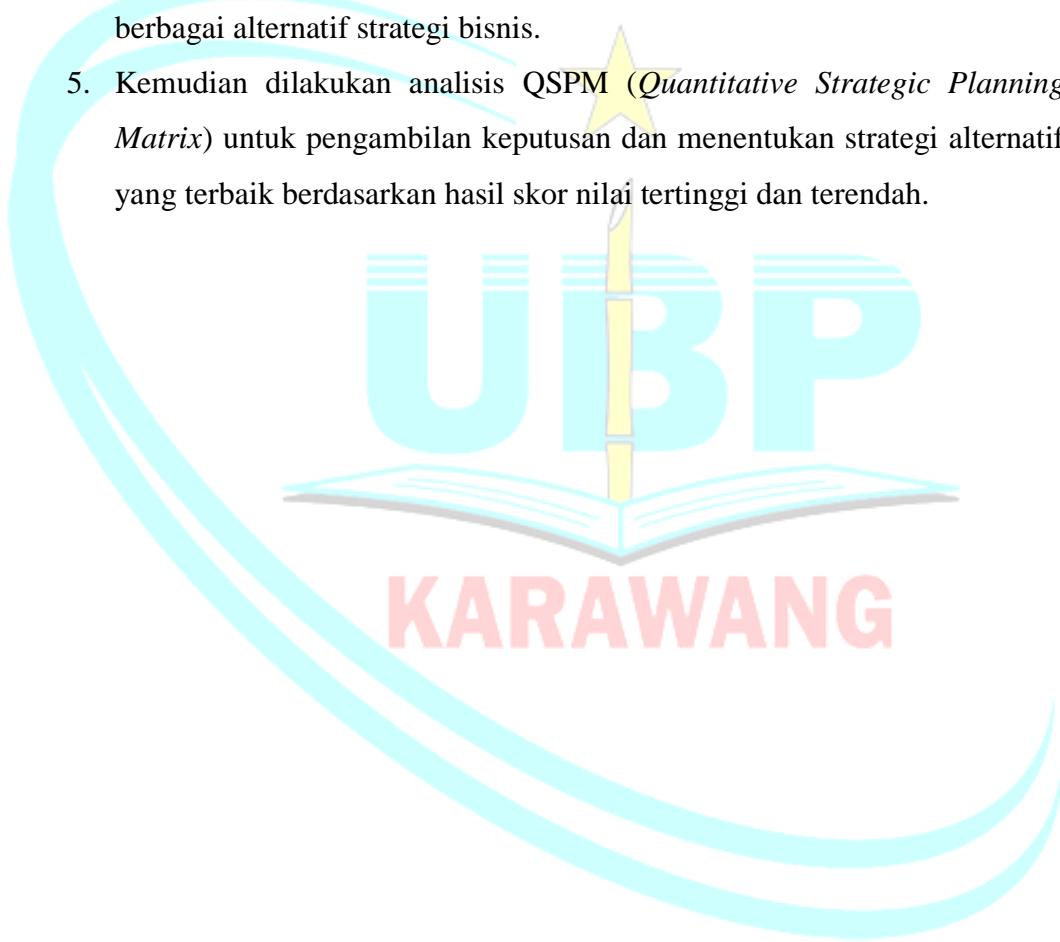
Kuesioner merupakan suatu teknik untuk melakukan pengambilan data yang mudah digunakan dengan serangkaian pertanyaan yang diberikan kepada responden sehingga. Dalam penelitian ini angket yang digunakan untuk mengetahui respon dari responden dengan tujuan mengetahui bobot untuk perbandingan UMKM Boneka Adi dengan pesaing menggunakan metode CPM (*Competitive Profile Matrix*).

3.6 Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan untuk analisis data yang dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik IFE (*Intrernal Factor Evaluation*), EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), CPM (*Competitive Profile Matrix*), Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat*) dan Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dengan pendekatan kualitatif.

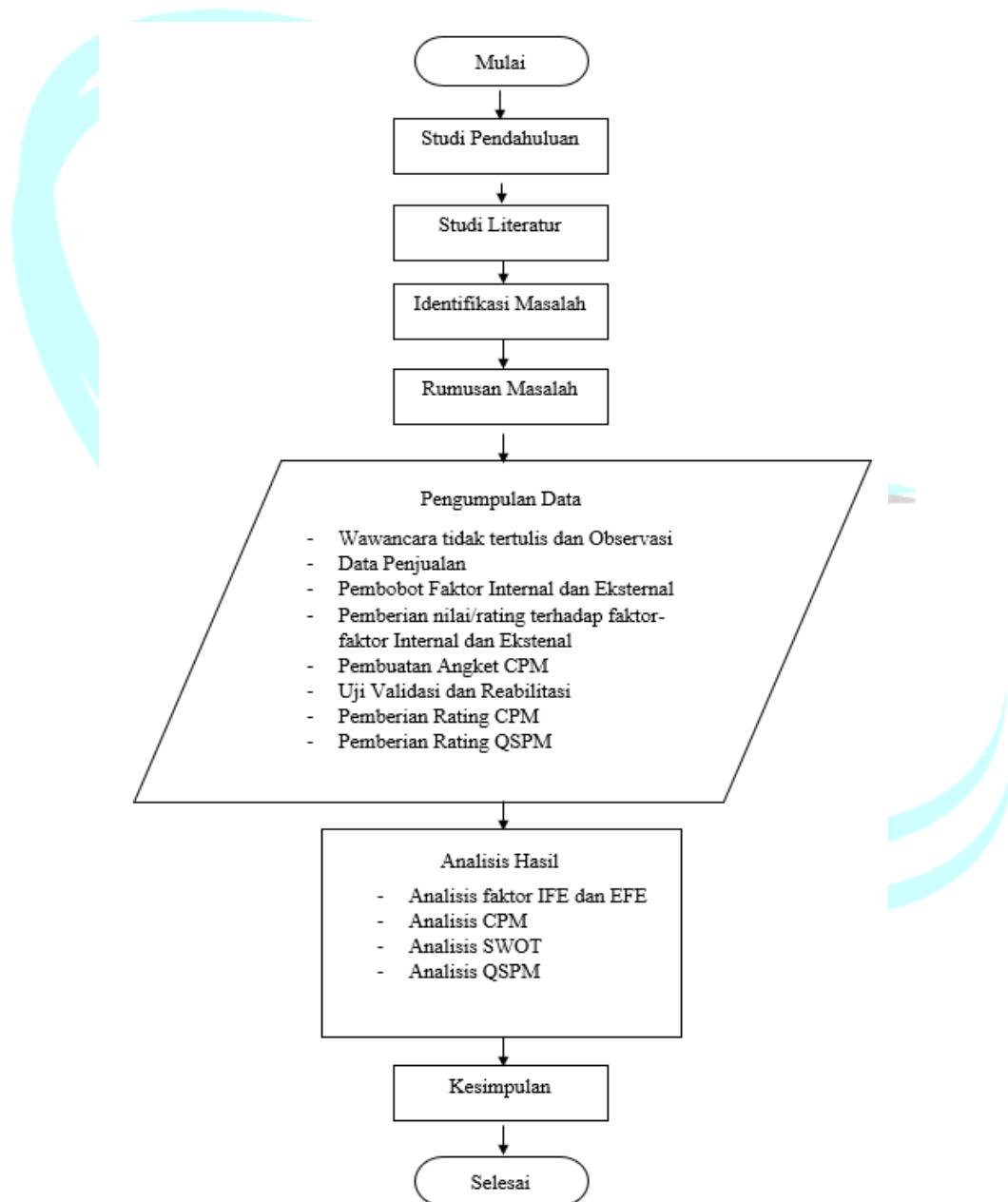
Ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal perusahaan.
2. Menganalisis faktor Pesaing menggunakan CPM (*Competitive Profile Matrix*).
3. Setelah itu pemberian skor untuk metode IFE, dan EFE untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap perkembangan perusahaan.
4. Dilakukan analisis menggunakan matrik SWOT untuk mengetahui berbagai alternatif strategi bisnis.
5. Kemudian dilakukan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk pengambilan keputusan dan menentukan strategi alternatif yang terbaik berdasarkan hasil skor nilai tertinggi dan terendah.



3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilaksanakan dari tahap awal hingga akhir dengan langkah-langkah yang sesuai dengan tema yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu Penerapan Metode SWOT Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM Boneka Adi Cikampek. Penelitian ini diawali dengan studi pendahuluan, studi literatur, identifikasi permasalahan, rumusan permasalahan, pengumpulan data, pengolahan data, dan kesimpulan yaitu:



Gambar 3. 4 Prosedur Penelitian

Dimulai dari studi pendahuluan:

- Penelitian pemilihan strategi pemasaran ini dilakukan dengan melihat para pengrajin boneka yang masih mengalami kesulitan dalam segi memasarkan produknya, ditambah dengan adanya covid -19 membuat para pengrajin semakin susah dalam melakukan kegiatan produksi.

Identifikasi masalah

- Strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin hanya mencangkup toko – toko terdekat karena hal itu terkadang para pengrajin boneka menurunkan harganya agar toko mau menerima produk tersebut. Dan para pengrajin boneka tanpa adanya suatu kecenderungan, tentu produksi boneka tidak akan sebanyak saat ada kecenderungan.

Rumusan Masalah:

- Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal pada UMKM Boneka Adi dalam menjalankan kegiatan bisnisnya?
- Bagaimana perbandingan bisnis UMKM Boneka Adi dengan pesaing?
- Bagaimana Strategi peningkatan penjualan pada UMKM Boneka Adi?

Pengumpulan Data:

1. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi serta data penjualan, harga produk, dan kemudahan pelayanan terhadap konsumen.
2. Data penjualan tahun 2023.
3. Pembuatan Angket pembobotan *Competitive Profile Matrix*.

Pengolahan Data:

1. Menyusun matriks EFE (*External Faktor Evaluation*), dan IFE (*Internal Faktor Evaluation*) berdasarkan hasil observasi.
2. Data hasil wawancara dan data hasil observasi di susun menggunakan matrik SWOT dengan memberikan strategi alternatif.
3. Menyusun matriks total skor pada masing-masing faktor yang telah diberi bobot dan peringkat.
4. Menyusun matriks CPM (*Competitive Profile Matrix*)

5. Menyusun matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) sebagai pengambilan keputusan dari strategi alternatif yang telah di susun melalui matriks SWOT.

3.7.1 Tahap Keputusan

Setelah mengetahui data faktor internal dan eksternal pada perusahaan dan pesaing dapat dijadikan sebagai data agar dapat memberikan *score* kepada setiap metode yang digunakan sebagai alat analisis guna menentukan strategi terbaik bagi UMKM Adi.

3.7.2 Analisis Data

Pada tahap analisis data peneliti menggunakan pemberian *score* dengan metode seperti, EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*), IFE (*Internal Faktor Evaluation*), IE Matrix (*Internal – Eksternal*), CPM (*Competitive Profile Matrix*), SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats*), lalu membuat beberapa strategi alternatif yang kemudian akan dimasukan kedalam metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) sebagai alat pengambilan keputusan dengan score paling tinggi.