

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Afinitas Farm, Kelurahan Setiamulya, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Penentuan lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa usaha pembenihan ikan lele mutiara kontinuitas. Waktu pelaksanaan penelitian ini di bulan November 2023 sampai dengan Maret 2024. Pelaksanaan penelitian terbagi menjadi beberapa tahapan yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu penelitian																			
	November 2023				Desember 2023				Januari 2024				Febuari 2024				Maret 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Perencanaan Kegiatan	■	■	■	■																
Survei Pendahuluan			■																	
Penulisan Usulan Penelitian					■	■	■	■												
Seminar Usulan Penelitian									■											
Revisi Usulan Penelitian													■							
Pengumpulan Data																				
Pengolahan Data													■	■	■	■				
Penulisan Hasil Penelitian																	■	■	■	■
Seminar Kolokium																				
Revisi Kolokium																				
Sidang Skripsi																				
Revisi Skripsi																				

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada usaha pembenihan ikan lele mutiara di Afinitas Farm. Metode studi kasus adalah jenis penelitian kualitatif, penelitian subjek yang berkaitan dengan suatu spesifik dimana penulis melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian dan proses terhadap individu yang terkait oleh waktu dan aktifitas (Sugiyono, 2022).

3.3 Penentuan Responden

Penentuan responden pada penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive* sampling yang dimana Teknik penentuan sampel dengan segala pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan kepada stakeholder yang terkait dapat memberikan suatu informasi yang mendalam terhadap permasalahan yang dibutuhkan dalam penelitian:

- a) Pemilik Afinitas Farm pada usaha pembenihan ikan lele mutiara.
- b) Pegawai Afinitas Farm pada usaha pembenihan ikan lele mutiara.
- c) Petani pendeder ikan lele mutiara Kota Tasikmalaya.
- d) Petani pembesar ikan lele mutiara Kota Tasikmalaya.
- e) Pejabat Balai Benih Ikan (BBI) Kota Tasikmalaya.

3.4 Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Pengumpulan data merupakan proses dimana pengadaaan data dan keperluan penelitian. Data yang terdapat dalam penelitian ini meliputi:

a. Data Primer

Data primer merupakan data pendukung yang langsung didapat dari narasumber, observasi, wawancara, dokumentasi dan menggunakan pertanyaan kuesioner dengan responden yang terlibat di lapangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari berbagai literatur antara lain seperti internet, jurnal penelitian, buku-buku dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian atau dengan mengambil data dari sumber lain seperti dari lembaga yang kompeten dan relevan dengan permasalahan dalam penelitian.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

- 1) Strategi pengembangan adalah salah satu upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan, baik internal yang meliputi kekuatan, kelemahan maupun kondisi eksternal yang merupakan peluang dan ancaman yang akan dihadapi untuk menentukan strategi yang harus dilakukan dan kemudian diambil alternatif.
- 2) Pembenihan ikan lele mutiara adalah kegiatan dalam budidaya yang sangat menentukan keberhasilan tahap pembesaran ataupun pemeliharaan yang bertujuan untuk menghasilkan benih, benih yang dihasilkan menjadi komponen input utama dalam kegiatan pembesaran.
- 3) Lingkungan internal adalah kondisi yang merujuk pada kekuatan *strengths* dan kelemahan *weaknesses*, dapat secara langsung memengaruhi kinerja yang

efektif dalam pengembangan kegiatan usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.

- 4) Lingkungan eksternal adalah situasi yang mencerminkan peluang *opportunities* dan ancaman *treaths* yang akan dihadapi serta memberikan dampak terhadap perkembangan usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- 5) *Strengths* adalah berbagai keunggulan atau kekuatan yang dimiliki dalam konteks kegiatan usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- 6) *Weaknesses* adalah berbagai kelemahan yang mungkin ada dalam kegiatan usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- 7) *Opportunities* adalah berbagai peluang yang dapat diidentifikasi dalam konteks kegiatan usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- 8) *Threats* adalah berbagai ancaman yang mungkin dihadapi dalam konteks kegiatan usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.

3.6 Kerangka Analisis

Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis berbagai faktor untuk membangun strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *strengths* dan peluang *opportunities* namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *weaknesses* dan ancaman *Threats*. Oleh karena itu, perencanaan strategis *strategic planer* harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman hal ini disebut dengan analisis situasi (Rangkuti, 2016).

Dalam melakukan analisis SWOT, faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan dapat dipilih dengan teratur ke dalam kategori kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk memudahkan dan mengorganisir proses analisis, penggunaan matriks SWOT sangat bermanfaat. Matriks ini berfungsi sebagai alat untuk merinci faktor-faktor strategis perusahaan, yang kemudian dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari hasil analisis SWOT, perusahaan dapat menghasilkan empat alternatif strategi yang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuannya (Rangkuti, 2016).

Diagram SWOT dapat mengetahui posisi perusahaan, memaksimalkan kekuatan *strengths* dan peluang *opportunities*, secara bersamaan meminimalkan

kelemahan *weaknesses* dan ancaman *threats* melalui diagram SWOT, logika ini terkait erat dengan pengembangan misi, tujuan strategis dan kebijakan perusahaan. Proses pengambilan keputusan ini selalu terkait dengan perencanaan strategis, di mana strategic planner perlu menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Oleh karena itu, kedua faktor tersebut harus diperhitungkan secara cermat dalam analisis SWOT (Rangkuti, 2016).

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang di gunakan untuk merancang elemen strategis perusahaan. Matriks ini secara efektif menggambarkan bagaimana suatu perusahaan dapat beradaptasi terhadap peluang dan mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal. Berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dapat menggunakan matriks SWOT serta perusahaan dapat membuat empat pilihan strategi alternatif (Rangkuti, 2016).

QSPM merupakan *Quantitative Strategi Planing Matrix* (QSPM). Tahap pertama dari kerangka analitis ini secara objektif mengidentifikasi strategi alternatif terbaik berdasarkan input dari hasil analisis tahap 1 QSPM kemudian menggunakan hasil dari analisis tahap 2 untuk secara objektif memilih di antara berbagai strategi alternatif dan menghasilkan strategi prioritas (David, 2016).

3.6.1 Matriks Faktor Internal dan Eksternal

Matriks IFAS untuk menganalisis faktor internal kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan, masalah strategis yang di monitor harus ditentukan karena masalah yang dapat mempengaruhi perusahaan, kemudian dilakukan pembobotan pada perusahaan.

Tahapan pembobotan faktor internal IFAS *internal factor analysis strateghy*. Pada kolom satu tentukan faktor-faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom dua dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Tahapan pemberian bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total Penilaian IFAS}}$$

Dalam kolom tiga hitung rating matriks IFAS masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 *poor* sampai 4 *ourstanding* untuk mengidentifikasi seberapa efektif strategi yang dimiliki perusahaan dalam pemberian respon terhadap faktor-faktor. Pemberian nilai pada faktor kekuatan bernilai positif (kekuatan yang lebih besar mendapat nilai +4 namun jika kekuatannya kecil mendapat nilai +1). Pemberian nilai kelemahan berbanding terbalik lagi misal nilai kelemahan sangat tinggi maka ratingnya 1 jika nilai kelemahan rendah maka ratingnya 4.

- a) Nilai 1 = Tidak penting c) Nilai 3 = Penting
 b) Nilai 2 = Kurang penting d) Nilai 4 = Sangat Penting

Jumlahkan skor pembobotan pada kolom empat untuk memperoleh skor total (Bobot x Rating). Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan yang bersangkutan bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

Matriks IFAS skor pembobotan berkisar antara 1-4 dengan rata-rata skor 2,5, jika skor total kurang dari 2,5 maka situasi internal lemah dan jika skor total lebih besar dari 2,5 maka situasi internal kuat.

Tabel 5. Matriks Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
kelemahan:			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
Total			
Selisih			

Sumber: Rangkuti (2016).

Matriks EFAS adalah alat analisis yang digunakan untuk menganalisis faktor eksternal bagi perusahaan dan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi kemudian dilakukan pembobotan pada perusahaan.

Tahapan pembobotan faktor eksternal EFAS *Eksternal factor analysis strategy*. Pada kolom satu tentukan faktor-faktor strategis yang menjadi peluang dan ancaman. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom dua dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) berdasarkan

pengaruh faktor tersebut terhadap faktor strategis perusahaan. Tahapan pemberian bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total Penilaian EFAS}}$$

Dalam kolom tiga hitung rating matriks EFAS masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 *poor* sampai 4 *ourstanding* untuk mengidentifikasi seberapa efektif strategi yang dimiliki perusahaan dalam pemberian respon terhadap faktor-faktor. Pemberian nilai pada faktor peluang bernilai positif (peluang yang lebih besar mendapat nilai +4 namun jika peluangnya kecil mendapat nilai +1). Pemberian nilai ancaman berbanding terbalik lagi misal nilai ancaman sangat tinggi maka ratingnya 1 jika nilai ancamannya rendah maka ratingnya 4.

- a) Nilai 1 = Tidak penting c) Nilai 3 = Penting
b) Nilai 2 = Kurang penting d) Nilai 4 = Sangat Penting

Jumlahkan skor pembobotan pada kolom empat untuk memperoleh skor total (Bobot x Rating). Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan yang bersangkutan bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

Matriks EFAS total skor pembobotan antara 1-4 dengan rata-rata 2.5 jika total skor matriks EFAS kurang dari 2,5 maka kondisi eksternal nya rendah. Selain itu jika skor totalnya lebih besar dari 2,5 hal ini menunjukkan posisi eksternal yang kuat. Skor total 4 menunjukkan bahwa telah merespon peluang dan tantangan yang dihadapi dengan baik. Sedangkan skor total 0,1 maka tidak mampu memanfaatkan peluang dengan baik.

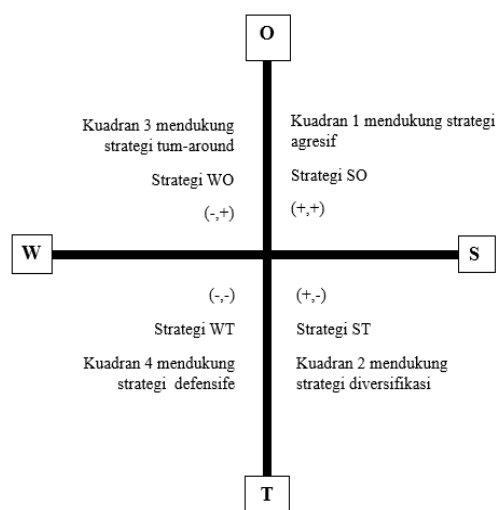
Tabel 6. Matriks Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang:			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
Ancaman:			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
Total			
Selisih			

Sumber: Rangkuti (2016).

Tahapan-tahapan dalam identifikasi alternatif strategi dikembangkan melalui matriks SWOT adalah sebagai berikut:

- a) Mencatat Faktor peluang yang ada pada faktor eksternal usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- b) Mencatat Faktor ancaman yang ada pada faktor eksternal dalam usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- c) Mencatat Faktor kekuatan yang ada pada faktor internal dalam usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- d) Mencatat Faktor kelemahan yang ada pada faktor internal dalam usaha budidaya pembenihan ikan lele mutiara.
- e) Membandingkan kekuatan faktor internal dengan peluang faktor eksternal dan mencatat strategi S-O pada sel yang sudah menjadi ketentuan.
- f) Membandingkan kelemahan faktor internal dengan peluang faktor eksternal dan mencatat strategi W-O pada sel yang sudah menjadi ketentuan.
- g) Membandingkan kekuatan faktor internal dengan ancaman faktor eksternal dan mencatat strategi S-T dalam sel yang sudah menjadi ketentuan.
- h) Membandingkan kelemahan faktor internal dengan ancaman faktor eksternal dan mencatat strategi W-T dalam sel yang sudah menjadi ketentuan.



Sumber: Rangkuti (2016).

Gambar 3. Matrik Diagram SWOT

Kuadran 1: Dalam situasi yang sangat menguntungkan dan perusahaan memiliki peluang dan kekuatan, langkah strategis yang perlu diambil adalah

mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif *growth oriented strategy*.

Kuadran 2: Perusahaan dihadapkan pada berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internalnya masih signifikan. Strategi yang disarankan adalah menggunakan kekuatan tersebut untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan menerapkan strategi diversifikasi.

Kuadran 3: Perusahaan ini memiliki peluang pasar besar tetapi juga menghadapi kendala atau kelemahan internal, kondisi bisnis pada kuadran 3 mirip dengan *Question mark* pada BCG matriks. Fokus strategi harus ditempatkan dan meminimalkan masalah internal. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah dengan meninjau kembali teknologi yang digunakan dan menawarkan produk baru dalam industri untuk merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Dimana perusahaan menghadapi ancaman dan kelemahan internal, langkah strategi harus difokuskan pada mitigasi risiko dan perbaikan internal. Penting untuk mengatasi ancaman dan kelemahan tersebut agar perusahaan dapat keluar dari kondisi yang tidak menguntungkan.

Tabel 7. Matriks SWOT

EFAS \ IFAS	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	STRATEGI SO Mengembangkan dan menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Mengembangkan dan menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber :Rangkuti (2016).

a. Strategi SO

Strategi ini tercipta dari cara berpikir perusahaan, dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi ini merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini dilaksanakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berupaya meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

3.6.2 QSPM (*Quantitative Strategi Planing Matrix*)

QSPM adalah alat yang memungkinkan dalam penyusunan strategi untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal seperti, alat analisis formulasi strategi lainnya serta mensyaratkan penilain intuisi yang baik. Pada matrix QSPM dapat membuat peringkat strategi untuk memperoleh daftar prioritas. Keunikan lainnya adalah dorongan untuk memasukan faktor internal dan eksternal yang relevan dalam proses keputusan, mengurangi resiko kelalain atau pemberian bobot berlebihan pada faktor utama. Pengembangan QSPM menyoroiti hubungan penting yang memengaruhi keputusan strategi, meskipun terdapat elemen keputusan subjektif, membuat keputusan kecil dan mencapai keputusan strategi terbaik. Teknik analitis dalam literatur yang dirancang untuk menentukan daya tarik relative dari tindakan alternatif yang layak yaitu *Quantitative Strategi Planing Matrix* (QSPM). Tahap pertama dari kerangka analitis ini secara objektif mengidentifikasi strategi alternatif terbaik berdasarkan input dari hasil analisis tahap 1 QSPM kemudian menggunakan hasil dari analisis tahap 2 untuk secara objektif memilih di antara berbagai strategi alternatif (David, 2016).

Tabel 8. Format matriks QSPM (*Quantitative Strategi Planing Matrix*)

Faktor-faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Internal							
Kekuatan							
1.							
2.							
3.							
Dst.							
Kelemahan							
1.							

Faktor-faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
2.							
3							
Dst.							
Eksternal							
Peluang							
1.							
2.							
3.							
Dst.							
Ancaman							
1.							
2.							
3.							
Dst.							
Total							

Sumber: David (2016).

Pada Matrix QSPM terdapat enam langkah yang diperlukan untuk mengembangkan QSPM didefinisikan dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Matriks IFAS dan EFAS dalam perusahaan membuat daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
2. Setiap faktor internal dan eksternal memasukan bobot untuk masing-masing faktor, bobot ini sama dengan matriks IFAS dan EFAS, bobot ini disajikan pada kolom sebelah kanan kolom faktor kesuksesan internal dan eksternal penting.
0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (penting) bobot menentukan kepentingan relatife dari faktor tersebut dengan jumlah seluruh bobot yang akan diberikan harus sama dengan 1,0.
3. Memeriksa matriks SWOT dengan mengenali strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan.
4. Didefinisikan penentuan skor daya tarik sebagai nilai numerik yang menunjukkan daya tarik relatife, setiap strategi diantara alternatif-alternatif yang ada. Skor daya tarik *Attractiveness Score* (AS) ditentukan dengan menguji setiap faktor internal dan eksternal pada suatu waktu dan mengajukan pertanyaan, apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang dibuat. Secara spesifik (AS) sebaiknya diberikan dalam setiap strategi

untuk mengindikasikan daya relatife dari satu strategi lainnya dengan mempertimbangkan faktor tertentu.

a) 1= Strategi yang tidak sesuai c) 3= Strategi yang sesuai

b) 2= Strategi yang kurang sesuai d) 4= Strategi yang sangat sesuai

5. Perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, mengeksploitasi peluang dan menghindari ancaman serta dapat mengembangkan QSPM.
6. Menghitung total skor daya tarik *Total Attractiveness Score* TAS dengan cara mengalikan bobot dengan nilai daya tarik masing-masing. Pada total nilai daya tarik menunjukan daya tarik relatife dari masing-masing strategi alternatif, dengan mempertimbangkan dampak dari faktor keberhasilan internal dan eksternal. Semakin tinggi TAS, semakin menarik strategi alternatif tersebut ketika hanya mempertimbangkan faktor keberhasilan yang sangat terbatas.
7. Hitung total skor daya tarik, tambahkan TAS pada setiap kolom strategi QSPM. Total skor daya tarik menunjukan strategi yang paling menarik dalam setiap rangkaian alternatif, skor yang lebih tinggi menunjukan strategi yang lebih menarik ketika mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan strategis.