

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dari mulai bulan September 2023 sampai April 2024. Penelitian dilakukan di PD Selamat Jaya yang berada di wilayah Desa Mangkonjaya, Kecamatan Bojonggambir, Kabupaten Tasikmalaya. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan lokasi tersebut memiliki kebun teh seluas 15 ha dan merupakan sebuah perusahaan yang berpotensi untuk meningkatkan nilai jual teh dengan menciptakan produk teh sendiri, sehingga perlu adanya strategi pengembangan usaha agar usaha dapat terus berjalan dengan maksimal. Berikut disajikan tahapan penelitian pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 3. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu Penelitian						
	Sep- Okt '23	Nov' 23	Des' 23	Jan' 24	Feb' 24	Mar- Apr '24	Mei' 24
Perencanaan Penelitian							
Survey Pendahuluan							
Inventarisasi Pustaka							
Penulisan Proposal UP							
Seminar UP							
Pengumpulan data							
Pengolahan dan Analisis Data							
Penulisan Hasil Penelitian							
Seminar Kolokium							
Perbaikan Skripsi							
Sidang Komprehensif							

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus dengan pembahasan dilakukan secara deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (2016), studi kasus merupakan rancangan penelitian yang mengembangkan analisis mendalam atas suatu kasus, seringkali program, peristiwa, aktivitas, proses, atau satu individu atau lebih.

Sugiyono (2019) berpendapat bahwa metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu keadaan objek alamiah dengan mempelajari sesuatu secara maksimal dengan tujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menjawab dengan detail permasalahan yang diteliti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal serta merumuskan strategi prioritas pengembangan Teh Serbuk “Puder Tea” yang dapat digunakan sebagai rujukan di PD Selamat Jaya.

3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dihitung langsung oleh peneliti atau diperoleh dari hasil analisis data observasi yang dilakukan. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara (*indepth interview*) dan kuisioner. Menurut Sugiyono (2019), wawancara yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Pada penelitian ini, data primer ialah data yang diolah sendiri oleh penulis dengan tujuan mengetahui nilai IFAS dan EFAS dari strategi yang dipakai PD Selamat Jaya.

2) Data sekunder

Data sekunder ini diperoleh dari data instansi yang terkait dengan tempat penelitian. Data sekunder yang dipakai penulis bersumber dari data BPS berupa data Produksi Teh di Jawa Barat, data dari Dinas Dinas Kehutanan dan Perkebunan berupa Data Luas Lahan Teh di Kabupaten Tasikmalaya dan data dari PD Selamat Jaya berupa data Produksi dan Permintaan Teh Serbuk “Puder Tea”, serta instansi lain yang menyediakan data yang mendukung dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Penentuan Responden

Teknik penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan responden berdasarkan dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia berperan sebagai pengambil kebijakan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2019).

Penentuan responden pada penelitian ini adalah berdasarkan pertimbangan bahwa informasi dapat terkumpul dengan tepat diantara beberapa responden

eksternal dan internal yang berkaitan langsung dengan pengelolaan produk dan pengembangan Teh Serbuk “Puder Tea”.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sebanyak enam orang responden. Diharapkan para responden mampu memberikan wawasan tentang permasalahan yang dibutuhkan dalam penelitian diantaranya:

- a. Satu orang pemilik PD Selamat Jaya untuk dapat mengetahui lebih jauh mengenai Teh Serbuk “Puder Tea”.
- b. Satu orang karyawan PD Selamat Jaya untuk mengetahui Produksi Teh Serbuk “Puder Tea”.
- c. Satu orang dari pihak mitra yaitu penanggung jawab di SMKN Bojongsambir untuk mengetahui Pengemasan dan Pemasaran Teh Serbuk “Puder Tea”.
- d. Dua orang konsumen Teh Serbuk “Puder Tea”.
- e. Satu orang Petani Teh.

3.5 Definisi dan Operasional Variabel

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka diberikan batasan pengertian pada setiap variabelnya sehingga jelas dalam operasionalnya, sebagai berikut:

- 1) Strategi pengembangan usaha adalah upaya atau rencana yang dilakukan oleh pemilik untuk mencapai tujuan PD Selamat Jaya dengan mengandalkan semua sumber daya yang dimiliki oleh PD Selamat Jaya.
- 2) Lingkungan internal adalah identifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan yang berada didalam lingkungan PD Selamat Jaya.
- 3) Lingkungan eksternal adalah identifikasi mengenai peluang dan ancaman yang berada diluar lingkungan PD Selamat Jaya seperti ekonomi, sosial budaya, demografis, peraturan pemerintah, dan teknologi.
- 4) Matriks IE merupakan matriks yang bertujuan untuk menentukan posisi perusahaan.

- 5) Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki PD Selamat Jaya.
- 6) QSPM merupakan Matriks yang dapat digunakan untuk menentukan strategi prioritas pengembangan PD Selamat Jaya.

3.6 Kerangka Analisis

Strategi pengembangan yang tepat merupakan kunci kesuksesan dalam memasarkan suatu produk. Strategi pengembangan adalah membuat keputusan tentang biaya pengembangan dari anggaran pengembangan, dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan yang diantisipasi. Secara umum sukses tidaknya perkembangan suatu perusahaan tergantung pada bagaimana perusahaan memutuskan strategi pengembangan yang diterapkannya, tetapi juga tergantung pada analisis dan pengamatan yang tepat terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan perusahaan (Rambe dan Nuri, 2021).

3.6.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal (IFAS dan EFAS)

Pengelolaan dan analisis informasi dalam menentukan faktor internal dan eksternal dianalisis dengan menggunakan analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk merancang strategi pengembangannya (Rangkuti, 2021). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta strategi pengembangan Teh Serbuk “Puder Tea” di PD Selamat Jaya.

2. Analisis Internal dan Eksternal

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*). Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matrik IFAS.

Tabel 4. *Matrix Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)	Catatan
Kekuatan				
1				
2				
3				
Dst.				
Kelemahan				
1				
2				
3				
Dst.				
Total Skor	1,00			

Sumber : Rangkuti, (2006)

Selanjutnya, analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Untuk maksud tersebut digunakan matrik EFAS (*External Factors Analysis Summary*) seperti disajikan di bawah ini:

Tabel 5. *Matrix External Factor Analysis Summary (EFAS)*

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)	Catatan
Peluang				
1				
2				
Dst.				
Ancaman				
1				
2				
Dst.				
Total Skor	1,00			

Sumber: Rangkuti (2006)

Dalam pengisian matriks tersebut untuk kolom pertama disusun variabel dari faktor-faktor strategi perusahaan yang telah teridentifikasi yang terdiri atas variabel-variabel dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk kelompok kedua diisi dengan memberikan nilai bobot faktor-faktor perusahaan. Selanjutnya, menentukan nilai-nilai rating dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Adapun tahapan tersebut sebagai berikut:

a. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Dalam tahap analisis faktor- faktor internal dan eksternal dilakukan dengan mendata seluruh kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pihak perusahaan.

Serta mendata peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Dalam penyajian dalam matriks, faktor yang bersifat positif (kekuatan dan peluang) ditulis sebelum faktor yang bersifat negatif (kelemahan dan ancaman).

b. Pemberian Bobot Setiap Faktor

Dengan merujuk pada tabel Matriks EFAS IFAS, maka di disesuaikan tabel pembobotan sebagai berikut:

Tabel 6. Pembobotan

Faktor Strategis Internal dan Eksternal	Responden				Total	Bobot
	i	n		
1.						
2.						
3.						
dst.						
Total						

Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2, 3 dan 4. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

1 = Tidak Penting

2 = Cukup Penting

3 = Penting

4 = Sangat Penting

Bobot adalah jumlah nilai dari faktor strategi perusahaan dengan skala nilai 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Tanpa memperdulikan apakah faktor kunci kekuatan atau kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan, serta faktor-faktor yang dianggap memiliki dampak terbesar pada keberhasilan perusahaan diberi bobot tertinggi. Jumlah dari seluruh bobot yang diberikan harus sama dengan 1.0. Bobot dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana :

Penilaian faktor = Total nilai faktor dari skala yang diberikan

Total penilaian faktor = Total dari keseluruhan faktor

c. Penentuan Rating

Dengan merujuk pada tabel Matriks EFAS IFAS, maka di disesuaikan tabel peratingan sebagai berikut

Tabel 7. Penentuan Rating

Faktor Strategis Internal dan Eksternal	Responden				Total	Rating
	i	N		
1.						
2.						
3.						
dst.						
Total						

Rating adalah nilai dari faktor strategis perusahaan dengan skala 1 (*poor*) sampai dengan 4 (*outstanding*). Fungsi pemberian rating adalah untuk mengetahui apakah faktor strategis perusahaan dapat memberikan dampak positif (+) yaitu kekuatan dan peluang, sedangkan faktor negatif (-) dapat menjadi faktor ancaman dan kelemahan.

Pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategi EFAS atau eksternal (peluang dan ancaman) adalah sebagai berikut:

- 1 = sangat lemah
- 2 = lemah
- 3 = kuat
- 4 = sangat kuat

Sedangkan Pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategis IFAS atau internal (kekuatan dan kelemahan) adalah sebagai berikut:

- 1 = kelemahan utama
- 2 = kelemahan kecil
- 3 = kekuatan kecil
- 4 = kekuatan utama

d. Perkalian Bobot dan Rating

Langkah terakhir, mengalikan nilai bobot dengan nilai rating untuk mendapatkan nilai skor pembobotan. Nilai total ini merupakan skor yang menunjukkan bagaimana strategi pengembangan bereaksi terhadap faktor-faktor strateginya.

e. Matriks IE

Faktor internal mencakup sumber daya manusia, kondisi keuangan, produksi, dan pengembangan. Sedangkan faktor eksternal mencakup kondisi ekonomi, sosial budaya, kebijakan pemerintah, pemasok, teknologi, pesaing, serta keadaan alam (Nugraha *et al.* 2019). Parameter untuk mengukur faktor internal

suatu usaha dan faktor eksternal yang akan dihadapi yaitu Matriks Internal Eksternal (IE) (Rangkuti, 2021). Manfaat Matriks IE yaitu untuk mengetahui letak posisi usaha yang sedang dijalankan dan mengetahui strategi apa yang harus dijalani (Evelyn, 2018). Matriks IE terdiri dari tiga elemen dengan masing-masingnya memiliki perbedaan strategi. Pertama, bertumbuh dan berkembang yaitu strategi intensif atau strategi integratif. Kedua, strategi jaga dan pertahankan dan yang ketiga, tuai atau divestasi (R. David, 2016).

Total skor bobot matriks IFAS dalam matrik IE, ditempatkan pada sumbu x dan skor bobot EFAS pada sumbu y. Pada sumbu x dari matriks IE, total skor bobot IFAS sebesar 1.0 hingga 1.99 menggambarkan posisi internal yang lemah, skor 2.0 hingga 2.99 merupakan pertimbangan rata-rata, dan skor 3.0 hingga 4.0 adalah kuat, sedangkan pada sumbu y, total skor bobot EFAS dari 1.0 hingga 1.99 adalah pertimbangan rendah, skor 2.0 hingga 2.99 adalah medium, dan skor 3.0 hingga 4.0 adalah tinggi. Bentuk sederhana dari matriks IE adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Matriks Internal-Eksternal (IE)

		Total Nilai IFAS		
Total nilai EFAS	Level	Kuat (3,0-4,0)	Rata-rata (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)
	Tinggi (3,0-4,0)	I (<i>grow and build</i>)	II (<i>grow and build</i>)	III (<i>hold and mantain</i>)
	Sedang (2,0-2,99)	IV (<i>grow and build</i>)	V (<i>hold and mantain</i>)	VI (<i>harvest or divest</i>)
	Rendah (1,0-1,99)	VII (<i>hold an maintain</i>)	VIII (<i>harvest or divest</i>)	IX (<i>harvest or divest</i>)

Sumber : R. David, (2016)

1. *Growth and Build* (tumbuh dan berkembang) terdiri dari sel I, II, dan IV. Strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) merupakan strategi yang sesuai untuk daerah ini.
2. *Hold and maintain* (jaga dan pertahankan) terdiri dari sel III, V, VII. Penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang umum digunakan untuk daerah ini.
3. *Harvest or Divest* (panen atau divestasi) terdiri dari sel VI, VIII, IX. Strategi yang dapat digunakan diantaranya adalah strategi divestasi dan strategi likuidasi.

3.6.2 Penentuan Alternatif Strategi dengan Analisis SWOT

Pada tahap ini dilakukan analisis dan penentuan keputusan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Berdasarkan analisis matrik SWOT dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pengembangan yang akan digunakan PD Selamat Jaya. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek seperti: Strategi *Strengths Opportunities* (SO), *Strengths Threats* (ST), *Weaknesses Opportunities* (WO) dan *Weaknesses Threats* (WT).

Tabel 9. Matriks SWOT

<div style="text-align: center;"> IFAS EFAS </div>	STRENGTHS (S) • Tentukan 5-10 faktor peluang internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan 5-10 faktor peluang internal
	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
OPPORTUNITIES (O) • Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
THREATS (T) • Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		

Sumber: Rangkuti (2006)

Keterangan:

- a. Strategi SO, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT, yaitu kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan matriks SWOT adalah:

- 1) Menentukan faktor-faktor lingkungan internal PD Selamat Jaya.
- 2) Menentukan faktor-faktor lingkungan eksternal PD Selamat Jaya.

- 3) Menentukan kekuatan dengan peluang untuk mendapatkan strategi S-O.
- 4) Menentukan kelemahan dengan peluang untuk mendapatkan strategi W-O.
- 5) Menentukan kekuatan dengan ancaman untuk mendapatkan strategi S-T.
- 6) Menentukan kelemahan dengan ancaman untuk mendapatkan strategi W-T.

3.6.3 Penentuan Strategi Prioritas dengan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

R. David (2016) memaparkan, *Quantitative Strategic Planning Matriks* adalah alat analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi prioritas melalui identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal dan internal serta alternatif strategi yang dihasilkan pada matriks SWOT. Unsur-unsur yang terdapat dalam QSPM adalah strategi-strategi alternatif, faktor-faktor kunci, bobot, AS (*Attractiveness Score*) atau nilai daya tarik, TAS (*Total Attractiveness Score*) atau total nilai daya tarik dan STAS (*Sum Total Attractiveness Score*) atau jumlah total nilai daya tarik.

Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar merupakan strategi yang paling baik. Matriks QSP dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 10. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Tabel 16. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)							
Faktor-faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Eksternal							
1							
2							
Dst.							
Faktor Internal							
1							
2							
Dst.							
Total							

Sumber : R. David (2016)

Keterangan:

AS = *Attractiveness Scores* (Nilai Daya Tarik)

TAS = *Total Attractiveness Scores* (Total Nilai Daya Tarik)

Langkah-langkah penggunaan matriks QSPM diantaranya:

- 1) Membuat daftar peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan mengenai pengembangan Teh Serbuk “Puder Tea” PD Selamat Jaya di kolom kiri QSPM berdasarkan informasi langsung dari matriks EFAS dan matriks IFAS.

- 2) Memberi bobot pada setiap faktor eksternal dan internal kunci. Bobot tersebut sama dengan yang ada di Matriks EFAS dan IFAS. Bobot tersebut disajikan dalam kolom sebelah kanan kolom faktor-faktor keberhasilan kritis eksternal dan internal.
- 3) Memeriksa matriks-matriks pencocokan di tahap kedua dan mengenali strategi alternatif yang harus dipertimbangkan PD Selamat Jaya untuk diterapkan. Strategi-strategi tersebut ditulis pada baris atas QSPM.
- 4) Menentukan nilai AS yang didefinisikan sebagai angka yang menunjukkan daya tarik relatif masing-masing strategi pada suatu rangkaian alternatif tertentu. Nilai daya tarik ditentukan dengan memeriksa faktor eksternal atau faktor internal satu per satu. Nilai daya tarik harus diberikan pada masing-masing strategi untuk menunjukkan daya tarik relatif suatu strategi terhadap yang lain, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Cakupan nilai daya tarik diantaranya yaitu 1 = tidak menarik; 2 = agak menarik; 3 = cukup menarik; 4 = menarik. Jika jawaban atas pertanyaan adalah tidak, hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing faktor kunci tidak mempunyai pengaruh atas pilihan khusus yang dibuat. Garis (-) digunakan untuk menunjukkan bahwa faktor kunci tidak mempunyai pengaruh atas pilihan khusus yang dibuat.
- 5) Menghitung TAS yang didefinisikan sebagai hasil perkalian bobot (langkah 2) dengan nilai daya tarik di masing-masing baris (langkah 4). Total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing strategi alternatif, dengan hanya mempertimbangkan dampak dari faktor keberhasilan krisis eksternal atau internal yang berdekatan. Semakin tinggi total nilai daya tarik, semakin menarik strategi alternatif tersebut.
- 6) Menghitung STAS dengan menjumlahkan di masing-masing kolom strategi QSPM. Jumlah total nilai daya tarik mengungkapkan strategi yang paling menarik dalam masing-masing rangkaian alternatif. Semakin tinggi nilainya maka semakin menarik strategi tersebut dengan mempertimbangkan semua faktor kritis eksternal dan internal yang berkaitan yang dapat mempengaruhi keputusan strategis.