BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti dalam mendekati obyek yang diteliti, cara-cara tersebut merupakan pedoman bagi seorang peneliti dalam melaksanakan penelitian sehingga data dapat dikumpulkan secara efektif dan efisien guna dianalisis sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Suatu rancangan penelitian atau pendekatan penelitian dipengaruhi oleh banyaknya variable. Selain itu dipengaruhi oleh tujuan penelitian, waktu dan dana yang tersedia, subyek penelitian dan minat atau selera peneliti.[1]

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subyek) itu sendiri.[2] Dengan pendekatan penelitian kualitatif, semua fakta berupa kata-kata lisan maupun tulisan dari sumber data manusia yang telah diamati dan dokumen terkait lainnya disajikan dan digambarkan apa adanya untuk selanjutnya ditelaah guna menemukan makna.

---

[1] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitan: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta,1998), hal. 3

[2] Arif Furchan, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1992), hal. 21

Metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu metode kualitatif lebih bisa dan mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan hakekat hubungan antara peneliti dan responden secara langsung dan metode ini lebih peka sehingga dapat menyesuaikan diri dan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi peneliti.[3]

Adapun ciri-ciri penelitian Kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Bersifat alamiah dalam penelitian kualitatif melakukan penelitian, berdasarkan pada sifat alamiah atau sesuai konteks, hal ini dilakukan karena sifat alamiah menghendaki adanya kenyataan-kenyataan.
b. Manusia sebagai alat (*instrument*), dalam penelitian kualitatif, bantuan orang lain merupakan salah satu sarana pengumpul data yang utama.
c. Lebih mementingkan proses dari pada hasil, hal ini disebabkan oleh adanya hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas apabila diamati dalam proses.[4]

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian hanya melukiskan keadaan

[3] Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Elkaf, 2006), hal. 116

[4] Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), hal. 4-7

obyek atau persoalan dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum.[5] Penelitian ini berarti mengemukakan gambaran data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Oleh karena itu, dalam laporan penelitian, data yang dikemukakan dan dianlisis ialah data dalam bentuk hasil wawancara dan observasi.

Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan analisis SWOT di bidang pemasaran dengan cara melakukan analisis pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Paguyuban Sari Roso serta dipadukan dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman yang dihadapi paguyuban Sari Roso Sehingga memperoleh suatu strategi pemasaran yang tepat digunakan home industri di masa sekarang dan masa mendatang sesuai dengan tujuan utama pembangunan Paguyuban Sari Roso.

B. Lokasi Penelitian

Mengemukakan loksai penelitian pertama adalah menyebut tempat penelitian misalnya: desa, komunitas atau lembaga tertentu. Kedua, yang lebih penting adalah mengemukakan alasan adanya fenomenal sosial atau peristiwa seperti yang dimaksud oleh kata kunci penelitian, terjadi di lokasi tersebut.[6]

---

[5] Maezuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi UII, 1983), hal. 8

[6] Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2014), hal. 69-70

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi Paguyuban Sari Roso di Desa Ploso Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar. Peneliti memilih lokasi ini dikarenakan paguyuban ini sudah lama berdiri dan tetap mampu bersaing ditengah ketatnya persaingan pasar. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti strategi pemasaran yang digunakan pada Paguyuban Sari Roso ini.

C. Kehadiran Peneliti

Dalam pelitian kehadiran sangat wajib diperlukan, karena penelitian merupakan instrument kunci serta pemberi tindakan. Yang dimaksud instrument kunci adalah peneliti sebagai pengamat yang mengamati aktivitas yang terjadi di lapangan dan berhubungan dengan obyek penelitian secara langsung.[7] Dalam kehadiran penelitian terjadwal kurang lebih tiga kali :

1. Pra Penelitian adalah Kehadiran sebelum melakukan penelitian dalam rangka melakukan pengamatan awal.
2. Saat Penelitian adalah kehadiran penelitian pada waktu jadwal penelitian dilakukan.
3. Croos chek adalah kehadiran seorang peneliti setelah melukukan penelitian. Hal ini diperlukan untuk menjadi bukti keabsahan data yang diperoleh.

[7] Husaini Usman dan Purnomo Setiady A, *Metodology Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 79.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Pendapat lain menyatakan bahwa data adalah keterangan mengenai variabel pada sejumlah obyek.[8] Data menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian disini adalah keterangan-keterangan hasil dari wawancara mendalam serta pengamatan.

2. Sumber Data

Sumber data adalah tempat, orang atau benda dimana peneliti dapat mengamati, bertanya atau membaca tentang hal-hal yang berkaitan dengan variable yang diteliti. Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi:

a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara langsung dengan sumbernya yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung melalui wawancara atau interview.[9] Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari hasil wawancara yaitu berupa jawaban dari daftar pertanyaan kepada narasumber mengenai perencanaan strategi pemasaran dalam Paguyuban Sari Roso.

---

[8] Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hal. 41

[9] Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 76

Data yang diperoleh dari wawancara dengan memberikan daftar pertanyaan kepada narasumber (ketua, sekretaris, distributor, produsen dan konsumen) berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, ancaman, peting yang sedang dihadapi oleh industri Sari Roso.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer.Data sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang sudah ada. Data berupa dokumen atau laporan–laporan, berupa gambaran umum tentang lokasi penelitian, dan data yang relevan dengan penelitian.[10]

Data yang diperoleh peneliti berupa dokumen/file apa saja yang berhubungan dengan Paguyuban Sari Roso seperti foto kegiatan-kegiatan dalam industri, struktur organisasi dan catatan-catatan penting dalam industri Sari Roso.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi adalah sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu. Untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan.[11] Metode observasi penting dilakukan dalam melakukan penelitian kualitatif. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan

[10] *Ibid*, hal. 77

[11] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* , (Bandung: Alfabeta. 2013). Hal. 196-197

dengan teknik pengumpulan data lainnya. Observasi atau pengamatan dapat dilakukan tanpa mengajukan pertanyaan subyek yang diamati di lingkungan kerja mereka sehari-hari. Dengan menggunakan teknik observasi peneliti dapat menemukan informasi yang pasti tentang orang, sebab apa yang dikatakan orang belum tentu sesuai dengan realita.

Menurut sugiyono, teknik pengumpulan data menggunakan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.[12] Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana dalam industri Sari Roso.

2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tatap muka secara langsung antaa pewawancara dengan narasumber, dimana pewawancara mengajukan sejumlah pertanyaan yang harus dijawab secara lisan oleh narasumber. Wawancara dapat dilakukan secara yang *terstruktur* maupun tidak *terstruktur* dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon.[13]

   Data yang diperoleh dari wawancara dengan memberikan daftar penanyaan kepada narasumber (ketua, sekretaris, distributor, produsen) berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, ancaman, peluang yang sedang dihadapi oleh industri Sari Roso.

---

[12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 316
[13] Rokhmat Subagiyo, *Metode* ... .., hal. 83

3. Metode Dokumentasi adalah penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang tersedia. Bentuk dokumentasi biasanya dapat berupa data statistik, agenda kegiatan, majalah, foto, film dll. Manfaat dari metode ini adalah data yang dibutuhkan sudah tersedia dan siap pakai. Penggunaan metode dokumentasi sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi yang memuat garis-garis besar data yang akan dicari. *Check List* yaitu dafrar yang akan dikumpulkan datanya.[14]

F. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data. Analisis data sebelum di lapangan, dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Fokus penelitian masih besifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk ke lapangan.

Sifat analisis dalam penelitian kualitatif adalah penguraian apa adanya fenomena yang terjadi (deskriptif) disertai penafsiran terhadap arti yang terkandung dibalik yang tampak.[15] Data-data yang diperoleh tentang Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT untuk Mengembangkan Usaha

---

[14] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 201

[15] Andi Mappiare AT, *Dasar-Dasar Metodologi Riset Kualitatif untuk Ilmu Sosial dan Profesi*, (Malang: Jenggala Pustaka Utama, 2009), hal. 80

Paguyuban Sari Roso di Ploso Selopuro Blitar akan di analisis dan dijelaskan dalam kata-kata yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh orang lain.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT, maka langkah yang pertama yaitu menganalisis terlebih dahulu data-data yang diperoleh dengan menganilisis faktor internal dan esternal dari perusahaan. Yaitu dengan menggunakan matriks IFAS untuk mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan yang dihadapi perusahaan. Matriks EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman dari perusahaan. Tahap kedua adalah pencocokan yaitu mencocokan faktor-faktor internal dengan eksternal untuk menciptakan strategi. Tahap ini menggunakan Matriks SWOT untuk memperoleh alternatif strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Tahap ketiga yaitu mengambil keputusan terhadap strategi-strategi yang dibuat. Pemilihan dan penentuan strategi yang terbaik menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

1. Tahap Pengumpulan Data
   a. Matriks IFAS

      Matriks IFAS merupakan alat perumusan masalah strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan

utama pada perusahaan. Tahap untuk menentukan faktor lingkungan internal dalam matriks IFAS adalah:[16]

1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan sekala 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 1,0).
3) Berikan rating 1 sampai 4 pada setiap faktor sukses kritis untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini, pemberian ini berdasarkan pada kondisi yang ada dalam perusahaan.
4) 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 nilainya mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
5) Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Nilainya merupakan nilai bagi perusahaan tersebut dari sisi IFAS. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya diawal 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan nilai diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

[16] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 22-24

Tabel 3.1 Contoh IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	**Bobot**	**Rating**	**Bobot x rating**
Kekuatan (S) Kekuatan 1 Kekuatan 2			
Kelemahan (W) Kelemahan 1 Kelemahan 2			
Total			

Sumber: Rangkuti

b. Matriks EFAS

Setelah menganalisis faktor-faktor internal yang dilakukan selanjutnya adalah menganalisis faktor-faktor eksternal yaitu dengan menggunakan matriks EFAS. Tahap-tahap pada penyusunan matriks EFAS adalah:[17]

1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Total seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

[17] Ibid, hal. 22-24

3) 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 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, rating-nya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit rating-nya 4.
4) 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).
5) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

Tabel 3.2 Contoh EFAS

Faktor-faktor Strategi Eksternal	**Bobot**	**Rating**	**Bobot x rating**
Peluang (O) Peluang 1 Peluang 2			
Ancaman (T) Ancaman 1 Ancaman 2			
Total			

Sumber: Rangkuti

2. Tahap Analisis

   a. Matrik Internal Eksternal (IE)

   Matrik IE merupakan perpaduan strategis antara analisis IFAS dan EFAS. Matrik IE dianalisis guna mengetahui posisi organisasi saat ini dan merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh organisasi. Lebih jelasnya lihat pada diagram dibawah ini:

Gambar 3.3 Matrik IE

	KUAT (3,0-4,0)	SEDANG (2,0-2,99)	LEMAH (1,0-1,99)
KUAT (3,0-4,0)	I	I	I
SEDANG (2,0-2,99)	I	V	V
LEMAH (1,0-1,99)	V	V	I

TOTAL SKOR EFE

Sumber : Fred R. David, 2011

Matrik Internal dan Eksternal (IE) dapat dibagi menjadi tiga strategi utama yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda. Tiga strategi utama tersebut adalah sebagai berikut:[18]

1) Pertama, ketentuan untuk divisi-divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV, dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini.
2) Kedua, divisi-divisi yang masuk dalam sel III, V atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga, dan

[18] Freddy R David, *Manajemen Strategis,....* hal. 344

mempertahankan (*hold and maintain*), penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini.

3) Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, atau IX adalah panen atau divestasi (*harvest or divest*). Organisasi yang berhasil mampu mencapai portofolio bisnis yang masuk atau berada di seputar sel I dalam matrik IE.

b. Matriks Grand Strategy

Penelitian ini menunjukkan bahwa kineja perusahaan ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Setelah dilakukan analisis SWOT maka proses selanjutnya adalah proses pemiihan strategi. Grand Strategi bisa ditentukan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan antara lain: strategi pertumbuhan (*growth strategy*), strategi stabilitas (*stabilitiy strategy*), strategi penciutan (*retrenchment strategy*), dan strategi diverifikasi. Agar lebih jelas, lihat diagram dibawah ini.

Keterangan:[19]

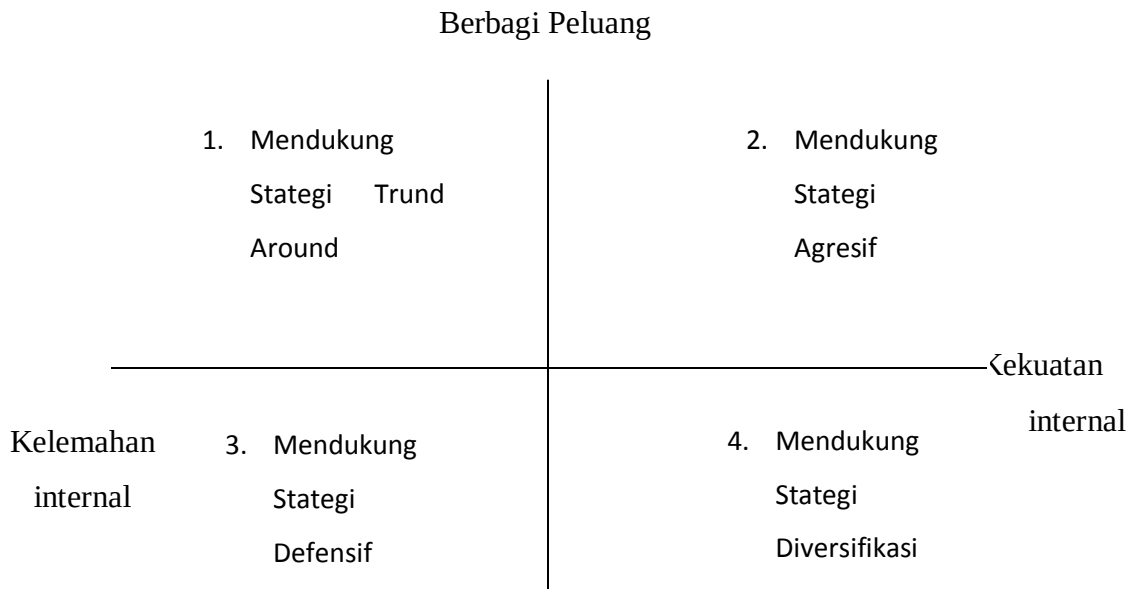
1) Kuadran 1 merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus

[19] Freddy R David, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis,....* hal. 12

diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

2) Kuadran 2 meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).
3) Kuadran 3 perusahaan menghadapi peluang pasar sangat besar, tetapi di lain pihak, perusahaan menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
4) Kuadran 4 ini merupakan situasi yang sangat tidak mengentungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Gambar 3.4 Diagram Analisis SWOT



c. Matriks SWOT (*Strenght, Weaknnes, Opportunity, Threat*)

Berbagi ancaman

Alat yang yusun faktor- faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Matrik SWOT dikembangkan berdasarkan analisis SWOT yang akan menghasilkan beberapa pilihan strategi.

Tabel 3.3 Matriks SWOT

IFE / EFE	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti

Dimana terbagi menjadi 4 strategi yaitu:[20]

1) Strategi SO adalah Strategi yang menggunakan seluruh kekuatan yang kita miliki untuk merebut peluang.
2) Strategi ST adalah Strategi yang disusun dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi.
3) Strategi WO adalah Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk merebut peluang.

[20] Freddy R. David, *Personal SWOT Analysis*, (Jakarta: Gramedia Utama, 2015), hal. 8

4) Strategi WT adalah Strategi yang disusun dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman yang akan terjadi.

d. Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

QSPM adalah alat yang memungkinkan ahli strategi untuk mengevaluasi strategi alternatif secara objektif, berdasarkan pada faktorfaktor kritis untuk sukses eksternal dan internal yang dikenali sebelumnya.

Berikut adalah tahap-tahap yang diperlukan untuk mengembangkan QSPM :

1) Buatlah daftar eksternal *opportunities/threats* dan internal *strengths/weakness* di kolom sebelah kiri QSPM. Informasi ini harus langsung diambil dari EFAS Matrix dan IFAS Matrix. Minimum dari sepuluh *External Key Success Factor* dan sepuluh *Internal Key Success Factor* harus dimasukkan dalam QSPM.
2) Beri bobot pada masing-masing Eksternal dan Internal *Key Success Factors*. Bobot ini sama dengan yang ada di matriks EFAS dan matriks IFAS. Bobot diletakkan pada kolom yang lurus di sebelah kanan External dan Internal *Key Success Factors*.
3) Teliti matriks-matriks pada *stage* 2 dan identifikasikan strategi alternatif yang pelaksanaannya harus

dipertimbangkan oleh perusahaan. Catatlah strategi-strategi ini di bagian atas baris QSPM. Kelompokkan strategi-strategi tersebut ke dalam kesatuan yang *mutually exclusive* jika memungkinkan.

4) Tetapkan *Attractiveness Score* (AS) yaitu nilai yang menunjukkan kemenarikan relatif untuk masing-masing strategi yang terpilih. AS ditetapkan dengan cara meneliti masing-masing External dan Internal *Success Factors*. Tentukan bagaimana peran dari tiap faktor dalam proses pemilihan strategi yang sedang dibuat. Batasan nilai AS adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik.
5) Hitunglah *Total Attractive Score* (TAS). TAS didapat dari perkalian bobot (tahap 2) dengan AS (tahap 4) pada masing-masing baris. TAS menunjukkan relatif *Attractiveness* dari masing-masing *Alternative Strategy*.
6) Hitung *Sum Total Attractiveness Score*. Jumlahkan semua TAS pada masing-masing kolom matriks QSPM. Dari beberapa nilai TAS yang didapat, nilai TAS dari alternatif strategi yang tertinggilah yang menunjukkan bahwa alternatif strategi itu yang menjadi pilihan utama. Nilai TAS yang

terendah menunjukkan bahwa alternatif strategi ini menjadi pilihan terakhir.[21]

Tabel 3.4 Matriks QSPM

Faktor utama	Rating	Alternatif strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang							
-							
-							
Ancaman							
-							
-							
Kekuatan							
-							
-							
Kelemahan							
-							
-							
Jumlah							

Sumber: Rangkuti

[21] Fred R. David, *Manajemen Strategis*... Hal. 350-351

G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Pengecekan keabsahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji kredibilitas. Penerapan kriteria kredibilitas pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dari penelitian nonkualitatif. Kriteria tersebut berfungsi untuk melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai, untuk mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti. Cara yang dapat digunakan untuk mengecek keabsahan data pada penelitian ini adalah:

1. Perpanjangan Kehadiran

   Perpanjangan kehadiran (keikutsertaan) berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai.[22] Perpanjangan kehadiran di lokasi penelitian memungkinkan peneliti banyak mempelajari seluk beluk yang ada di lokasi hingga data yang diperoleh mengalami kejenuhan dan data yang dihasilkan kredibilitasnya meningkat.

2. Triangulasi

   Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.[23] Dalam penelitian ini, peneliti mengecek kembali segala informasi atau

[22] Lexy J. Meleong, *Metodology Penelitian Kualitatif* cet. 29, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 329

[23] Ibid, hal. 330

catatan-catatan yang diperoleh dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara serta mengecek data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber
data.

H. Tahap-Tahap Penelitian

Secara umum penelitian ini terdiri dari empat tahapan umum yaitu, tahap pra penelitian, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data, dan tahap penulisan laporan.

1. Tahap pra lapangan terdiri dari enam tahap kegiatan, antara lain:
   a. Menyusun rancangan penelitian
   b. Memilih lapangan penelitian
   c. Mengurus perizinan
   d. Menjajaki dan menilai lapangan
   e. Memilih dan memanfaatkan informan
   f. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap pekerjaan lapangan terdiri dari tiga tahap kegiatan yaitu:
   a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
   b. Memasuki lapangan
   c. Berperan serta sambil mengumpulkan data
3. Tahap analisis data yaitu meliputi:
   a. Membuat ringkasan serta mengedit setiap hasil wawancara
   b. Mengembangkan pertanyaan wawancara

c. Mempertegas fokus penelitian

d. pengkategorian data

e. pemberian makna

4. Tahap penulisan Laporan yaitu meliputi:

a. Penyusunan hasil penelitian

b. Konsultasi kepada pembimbing

c. Perbaikan hasil konsultasi