

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

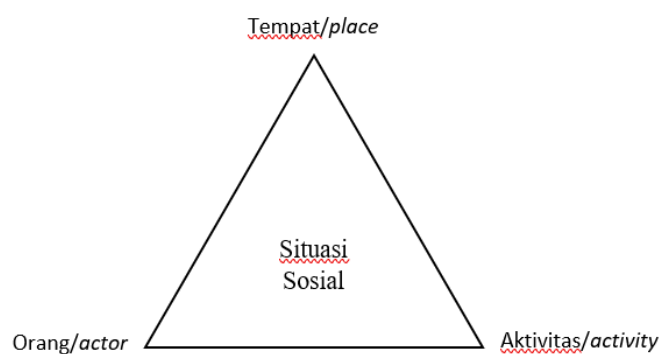
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, yang mana peneliti merupakan instrumen kunci, dan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013). Teknik tersebut mengkaji masalah per kasus karena dalam metodologi kualitatif diyakini bahwa sifat suatu masalah berbeda satu sama lain. Dengan demikian, metode penelitian kualitatif lebih fokus terhadap aspek pemahaman secara mendalam pada suatu masalah daripada melihat penelitian secara general sehingga dalam metode penelitian ini dibutuhkan sumber data yang lengkap (data primer dan data sekunder) agar penelitian berkualitas (Siyoto & Sodik, 2015).

Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian kualitatif ini adalah studi kasus, yang mana peneliti menyelidiki atau mengeksplorasi sebuah sistem atau objek terbatas yang disebut dengan kasus (*case*) dari waktu ke waktu, melalui tahapan pengumpulan data yang terperinci dan mendalam, serta melibatkan berbagai sumber informasi (observasi, wawancara, audiovisual, studi dokumentasi, dan studi literatur) (Creswell, 2007).

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah “populasi”, namun sesuai dengan yang dikemukakan oleh Spradley dalam Sugiyono (2013), dalam penelitian kualitatif dikenal "situasi sosial" yang terdiri atas tiga elemen: lokasi (*place*), individu yang terlibat (*actors*), dan kegiatan (*activity*) yang saling berinteraksi. Peneliti memasuki konteks situasi sosial spesifik, melakukan observasi dan wawancara dengan pihak yang dianggap memiliki pemahaman tentang situasi tersebut. Pemilihan sumber data dari individu yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, artinya dipilih berdasarkan pertimbangan dan tujuan khusus.



Gambar 3.1 Elemen situasi sosial

Sumber: Sugiyono (2013)

Subjek penelitian adalah informan, yang berperan sebagai individu dalam latar penelitian yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian tersebut (Moleong, 2018). Subjek dalam metode penelitian kualitatif bisa disebut partisipan atau narasumber. Partisipan adalah pihak-pihak yang menjadi subjek penelitian atau sumber ahli yang dapat memberikan informasi mengenai objek penelitian yaitu Kopi Luwak Cikole sebagai atraksi wisata di Desa Cikole. Partisipan atau narasumber dapat ditentukan melalui dua teknik yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling* yang termasuk pada jenis *non-probability sampling* di mana setiap unsur atau anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel

Purposive sampling yaitu teknis penentuan sampel dengan pendekatan tertentu atau seleksi khusus, peneliti secara sengaja menentukan cara pengambilan sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan dari teknik ini adalah untuk dapat menjawab berbagai macam permasalahan penelitian. Dalam teknik ini, subjek sampel dipilih secara langsung berdasarkan keyakinan bahwa mereka memiliki informasi dan pengetahuan yang relevan mengenai objek yang diteliti, atau memiliki ciri-ciri khusus yang dibutuhkan untuk memperoleh informasi yang diinginkan (Siyoto & Sodik, 2015).

Teknik *Snowball sampling* digunakan ketika jumlah partisipan masih terbatas dan belum dapat memberikan data yang lengkap. Teknik ini melibatkan informan yang memberikan pengetahuan tentang informan lain yang berpotensi untuk diteliti, sehingga menjadi acuan utama dalam memilih partisipan berikutnya. Biasanya, peneliti mengalami kesulitan mencari individu yang layak untuk menjadi subjek penelitian tanpa informasi dari informan sebelumnya. Oleh karena itu,

dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, peneliti dapat memperoleh data yang lebih lengkap melalui informan yang telah terlibat sebelumnya (Siyoto & Sodik, 2015).

Konsep Salapan Cinyusu/*Nona Helix* atau sembilan stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan gastronomi pada penelitian ini, dipilih sebagai narasumber yang dapat memberikan informasi mengenai objek penelitian.

Tabel 3.1
Subjek penelitian

Partisipan/narasumber		Jumlah
1	Produsen/manajemen Kopi Luwak Cikole	3
2	Pekerja Kopi Luwak Cikole	3
3	Pemasok bahan baku	3
4	Pemerintah	3
5	Pakar Gastronomi	3
6	Penikmat	3
7	Pemerhati	3
8	<i>Non-government organization</i>	3
9	Media informasi	3

Sumber: Data diolah penulis, 2023

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Cikole, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Daerah tersebut dipilih karena terdapat produsen kopi luwak yang sudah menjadi *pilot model* pembuatan kopi luwak, dan memiliki penangkaran luwak sendiri. Tempat penelitian tersebut juga dekat dengan wisata alam yang sangat terkenal yaitu TWA Gunung Tangkuban Perahu. Tempat penelitian juga dapat berpindah tergantung informasi yang didapat mengenai produsen kopi luwak di tempat lain.

3.3 Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

3.3.1.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data secara langsung melalui dua metode, yaitu observasi dan wawancara. Observasi dilakukan di lokasi penelitian, sedangkan wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang dapat menjadi informan atau narasumber mengenai kopi luwak. Informan tersebut meliputi pengusaha, pekerja, pemasok, pemerintah Desa Cikole, pakar dan ahli gizi, pemerhati, penikmat, LSM, serta ahli teknologi informasi dari media informasi yang ada di Cikole.

3.3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber yang sudah ada, dengan tujuan untuk mendukung data primer yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur baik secara konvensional maupun melalui internet, termasuk buku, penelitian sebelumnya, dan sumber literatur lainnya.

3.3.2 Instrumen Penelitian

Siyoto & Sodik (2015) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif mengandalkan peneliti sebagai instrumen utama. Keberadaan peneliti sebagai manusia memungkinkan penyesuaian dengan para responden dan kegiatan yang mereka lakukan. Hal ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan di mana responden sebagai sumber data dapat menjadi lebih terbuka dalam memberikan informasi. Dengan demikian, peneliti berperan sebagai instrumen penelitian yang utama (Moleong, 2018).

Penelitian ini menggunakan peneliti sebagai instrumen utama, didukung oleh beberapa instrumen lain, seperti pedoman wawancara, dan studi literatur tentang kopi luwak. Selain itu, peneliti juga mengandalkan alat bantu seperti alat perekam, alat tulis, kamera, dan ponsel. Peneliti akan menetapkan fokus penelitian, memilih narasumber sebagai sumber data, mengumpulkan data, mengevaluasi kualitas data

yang diperoleh, menganalisis data, menginterpretasikan, dan menyimpulkan temuan berdasarkan data yang diperoleh.

3.3.3 Operasionalisasi Instrumen Penelitian

Tabel 3.2
Operasional Instrumen Penelitian

No	Pokok Pembahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
1	Komponen Gastronomi	Gastronomi tidak hanya terfokus pada metode memasak ataupun seni memasak, namun dipahami lebih jauh meliputi kebiasaan manusia dalam mengonsumsi makanan, termasuk pemilihan bahan baku, mencicipi, menyajikan makanan, serta mencari, meneliti, mempelajari, dan menulis tentang makanan	Gastronomi meliputi: 1. Kuliner/ Memasak 2. Bahan baku 3. Mencicipi 4. Menghidangkan 5. Mempelajari, Meneliti dan Menulis 6. Mencari Pengalaman yang unik 7. Pengetahuan gizi 8. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial 9. Etika dan etiket (Turgarini, 2018)	Yang akan diteliti dari kopi luwak sebagai berikut: 1. Kuliner/ Memasak 2. Bahan baku 3. Mencicipi 4. Menghidangkan 5. Mempelajari, Meneliti dan Menulis 6. Mencari Pengalaman yang unik 7. Pengetahuan gizi 8. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial 11. Etika dan etiket Data diperoleh melalui: 1. Observasi 2. Wawancara

No	Pokok Pembahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		dan semua hal yang berkaitan etika, budaya, dan gizi (Turgarini, 2018)		3. Studi Dokumentasi Data diperoleh dari: 1. Pengusaha; 2. dan pekerja Kopi Luwak Cikole 3. Akademisi & Praktisi, Ahli Gastronomi (Pakar) 4. Pemerhati 5. Pemerintah 6. NGO 7. Konsumen
2	<i>Salapan Cinyusu / Nona Helix</i>	<i>Salapan Cinyusu</i> (sembilan mata air) dalam bahasa Sunda. Konsep ini mencerminkan <i>Nona Helix</i> (sembilan heliks), yang memiliki konotasi sebagai mata air yang sangat diidamkan oleh makhluk hidup.	<i>Salapan Cinyusu / Nona Helix</i> yang terlibat dalam model pengelolaan gastronomi meliputi : 1. Pengusaha 2. Pekerja 3. Pemerintah 4. Pemasok 5. Pakar 6. Pengamat 7. Penikmat	Data diperoleh melalui wawancara kepada pihak yang bersangkutan meliputi : 1. Pengusaha 2. Pekerja 3. Pemerintah 4. Pemasok 5. Pakar 6. Pemerhati 7. Penikmat 8. Lembaga Swadaya Masyarakat

No	Pokok Pembahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		<p>Konsep ini menekankan bahwa kesembilan unsur tersebut saling terkait dan tidak boleh diabaikan, karena mereka saling memperkuat satu sama lain dalam membangun gastronomi. Ketika satu di antara unsur tersebut hilang, dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam konstelasi gastronomi.</p>	<p>8. Lembaga Swadaya Masyarakat</p> <p>9. Teknologi informasi</p>	<p>9. Teknologi informasi</p>
3	Strategi Pengembangan Bisnis (Analisis Internal)	<p>Analisis internal merupakan serangkaian proses yang dilakukan oleh para perencana</p>	<p>Faktor internal lingkungan perusahaan meliputi beberapa aspek, yaitu:</p> <p>1. Keuangan</p>	<p>Data diperoleh melalui wawancara dengan pengelola dan karyawan Kopi Luwak Cikole, meliputi:</p>

No	Pokok Pembahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		<p>strategi untuk mengkaji faktor-faktor internal perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan serta peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan. Dengan demikian, perusahaan dapat menghadapi berbagai ancaman di lingkungan bisnisnya dengan cara yang paling efektif (Rangkuti, 2014)</p>	<p>2. Pemasaran 3. Sumber Daya Manusia/Manajemen 4. Produksi dan Operasi (Rangkuti, 2014)</p>	<p>1. Keuangan a. Metode Pembayaran b. Pencatatan Pembukuan c. Penjualan 2. Pemasaran a. Produk b. Harga c. Tempat d. Promosi e. Orang f. Proses g. <i>physical evidence</i> 3. SDM a. Struktur organisasi b. Jumlah karyawan 4. Produksi dan Operasi a. SOP kerja b. Proses produksi c. Bahan baku</p>

No	Pokok Pembahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
				d. Hygiene dan sanitasi
4	Strategi Pengembangan Bisnis (Analisis Eksternal)	<p>Pengamatan lingkungan eksternal yang secara mendalam diperlukan untuk mengetahui perubahan kekuatan di luar ruang lingkup perusahaan serta menganalisis peluang (<i>opportunity</i>) dan ancaman (<i>threat</i>) di lingkungan eksternal perusahaan.</p> <p>Pengamatan tersebut semata-mata untuk penentuan arah strategi perusahaan dan juga tercapainya tujuan perusahaan</p>	<p>faktor lingkungan eksternal perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua komponen pokok yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Sosial <ol style="list-style-type: none"> a. Budaya b. Ekonomi c. Politik 2. Lingkungan Industri <ol style="list-style-type: none"> a. Persaingan bisnis b. Kepuasan konsumen c. Dukungan pemerintah dan LSM d. Kesiapan pemasok e. Teknologi Informasi <p>(Wheelen dkk., 2015)</p>	<p>Data diperoleh melalui wawancara dengan Konsumen Kopi Luwak Cikole, LSM, Pemasok, pemerhati, pakar, media informasi dan juga pemerintah/dinas setempat meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Sosial d. Budaya e. Ekonomi f. Politik 2. Lingkungan Industri <ol style="list-style-type: none"> a. Persaingan bisnis b. Kepuasan konsumen <ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas produk; 2) Kualitas pelayanan; 3) Emosional; 4) Harga dan

No	Pokok Pembahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		(Hajar, 2019, hlm.63).		Biaya; 5) Aksesibilitas c. Dukungan pemerintah dan LSM d. Kesiapan pemasok e. Teknologi Informasi
5	Paket Wisata Gastronomi Kopi Luwak Cikole	Paket wisata adalah rangkaian perjalanan yang direncanakan dengan tujuan kunjungan tunggal atau beberapa tujuan kunjungan, yang dikemas menggunakan berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang telah ditetapkan. Perjalanan ini dijual sebagai paket dengan harga tunggal	Subsistem Paket wisata terdiri atas beberapa unsur yaitu: 1. Wisatawan 2. Atraksi Wisata 3. Waktu 4. Fasilitas Wisata (Nuriata, 2017, hlm. 35)	Data diperoleh melalui wawancara kepada pihak-pihak terkait meliputi: 1. Pengusaha 2. Pemerintah 3. Pakar 4. Pemerhati 5. Konsumen / penikmat

No	Pokok Pembahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		yang mencakup seluruh komponen dari perjalanan wisata tersebut. (Utama, 2014, hlm. 38)		

Sumber: Data diolah penulis, 2023

3.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses yang sistematis dan menggunakan standar tertentu untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa teknik atau cara pengumpulan data yang umumnya digunakan, antara lain observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, Kuesioner, atau kombinasi kelimanya

3.3.4.1 Wawancara

Data Primer diperoleh melalui teknik wawancara yang merupakan interaksi tanya jawab antara peneliti dan responden untuk memperoleh informasi yang spesifik. Dalam penelitian ini, digunakan teknik wawancara terstruktur dimana peneliti telah merencanakan pertanyaan yang akan diajukan dan mempersiapkan pertanyaan dengan sistematis. Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan wawancara terbuka untuk menggali informasi secara detail. Peneliti mewawancarai Salapan Cinyusu/*Nona Helix* yang terdiri atas, pengusaha atau pihak manajemen, dan pekerja Kopi Luwak Cikole, pemasok bahan baku yaitu petani kopi, pemerintah daerah yaitu Kepala Desa dan Dinas Pertanian maupun Pariwisata, pakar, pemerhati, LSM meliputi Kelompok Petani (Poktan) dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), media Informasi yang ada di Kecamatan Lembang, serta penikmat yang merupakan konsumen Kopi Luwak Cikole, untuk mengetahui identifikasi

komponen gastronomi kopi luwak dan peran mereka dalam pengelolaan wisata gastronomi Kopi Luwak Cikole.

3.3.4.2 Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau situasi yang diteliti. Dalam proses pengumpulan data melalui observasi, peneliti mengamati secara langsung dari lapangan untuk memperoleh data yang sesuai dengan kondisi di lapangan. Tujuan dari observasi ini adalah untuk memahami potensi Kopi Luwak Cikole sebagai atraksi wisata gastronomi.

3.3.4.3 Studi Dokumentasi

Data dalam penelitian kualitatif tidak hanya diperoleh melalui wawancara dan observasi, tetapi juga melalui sumber lain yang tidak berupa manusia (non-human resources). Data dapat diperoleh melalui dokumen, bahan statistik, dan foto. Studi dokumentasi pada penelitian ini, peneliti mencari dan mempelajari berbagai dokumen seperti catatan, gambar, berita, dan lainnya yang terkait dengan variabel penelitian, yaitu potensi kopi luwak sebagai atraksi wisata gastronomi.

3.3.4.4 Studi Literatur

Penelitian ini juga menggunakan data dari sumber-sumber seperti jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya sebagai sumber pengumpulan dan pemeriksaan atau studi literatur. Tujuan dari studi literatur ini adalah untuk mendukung dan melengkapi data primer yang telah dikumpulkan. Melalui studi literatur, peneliti akan memperoleh bantuan yang berharga dalam melaksanakan proses penelitian.

3.3.4.5 Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dengan tujuan mendapatkan jawaban dari mereka (Sugiyono, 2013). Peneliti memberikan kuesioner kepada seratus penikmat atau konsumen Kopi Luwak Cikole.

3.3.5 Penyusunan Alat dan Pengumpulan Data

3.3.5.1 Tahap Persiapan

Peneliti melakukan persiapan sebelum memulai penelitian di Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, dengan menyusun pedoman penelitian. Selain itu, peneliti juga menyiapkan berbagai alat pendukung, seperti alat tulis, kamera, alat perekam, dan ponsel untuk membantu dalam proses pengumpulan data dan komunikasi.

3.3.5.2 Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan penelitian merupakan tahap peneliti secara langsung datang ke lokasi observasi, yaitu Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, untuk mendapatkan informasi yang relevan guna menjawab permasalahan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan yang memiliki pengetahuan dan data terkait dengan komponen gastronomi di Bandung Barat serta peran pemerintah dalam perkembangan kopi luwak dari waktu ke waktu. Peneliti telah menyiapkan dan menyusun serangkaian pertanyaan untuk memastikan bahwa proses wawancara berjalan terarah dan informasi yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian.

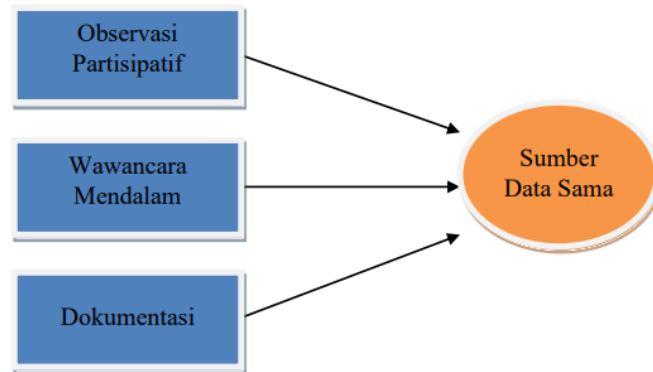
3.3.5.3 Tahap Pengolahan data

Pengolahan data dapat menjadi lebih mudah jika menggunakan alat pendukung penelitian. Berikut ini beberapa alat yang diperlukan untuk pengolahan data: (1) pembuatan kisi-kisi penelitian berdasarkan tujuan penelitian yang kemudian disusun menjadi daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber selama proses wawancara; (2) pembuatan alat dan pengumpulan data yang dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara dengan pihak yang diharapkan untuk memberikan informasi tentang penelitian ini; dan (3) pembuatan pedoman wawancara yang dimaksudkan untuk memudahkan proses wawancara sehingga lebih terarah.

3.3.6 Uji Keabsahan Data

3.3.6.1 Triangulasi

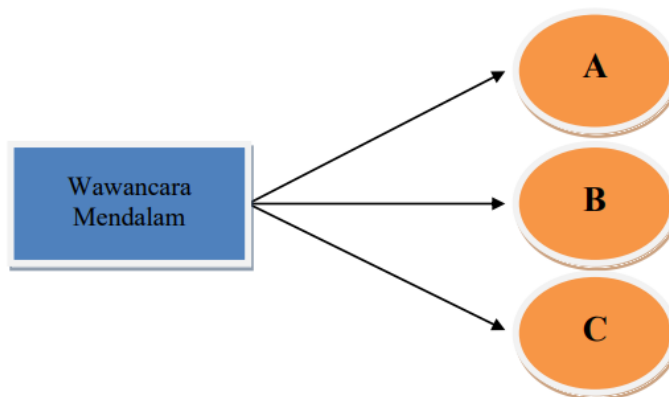
Triangulasi dalam penelitian mengacu pada penggunaan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang berbeda. Triangulasi teknik mengimplikasikan penggunaan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mengumpulkan data dari sumber yang sama. Misalnya, peneliti dapat menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi secara bersamaan untuk mengumpulkan data dari sumber yang sama.



Gambar 3.2 Triangulasi “teknik” pengumpulan data

Sumber: (Hardani dkk., 2020)

Triangulasi sumber mengacu pada penggunaan teknik yang sama untuk mengumpulkan data dari sumber yang berbeda. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik yang sama, misalnya wawancara mendalam, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda. Konsep ini dapat diilustrasikan melalui gambaran berikut.



Gambar 3.3 Triangulasi “sumber” pengumpulan data.

Sumber: (Hardani dkk., 2020)

Seseorang peneliti yang menggunakan triangulasi dalam pengumpulan data, sebenarnya mereka mengumpulkan data yang secara bersamaan menguji kredibilitasnya. Artinya, mereka memverifikasi kredibilitas data melalui berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang berbeda. Pada penelitian ini data didapatkan dari sumber yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu potensi Kopi Luwak sebagai atraksi wisata gastronomi menggunakan triangulasi teknik dan sumber data.

3.4 Analisis Data

Hardani et al. (2020) mengemukakan bahwa Proses pengolahan data melibatkan pencarian dan pengorganisasian data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data tersebut diorganisasikan ke dalam kategori-kategori, diuraikan menjadi unit-unit yang lebih spesifik, disintesis, dianalisis dalam pola-pola tertentu, dipilih yang relevan dan layak untuk dipelajari, serta digunakan untuk membuat simpulan yang dapat dimengerti oleh peneliti maupun orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yang berarti analisis dilakukan berdasarkan data yang telah diperoleh, dan dari data tersebut hipotesis atau temuan baru dapat dikembangkan.

Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Hardani et al. (2020). Model ini terdiri atas tiga tahap yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan simpulan (*conclusion drawing/verification*).

3.4.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang berasal dari hasil observasi. Satu di antara bagian dari analisis adalah reduksi data, yang berarti menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga simpulan dapat ditarik dan diverifikasi (Hardani dkk., 2020). Dalam tahap reduksi data, peneliti melakukan pengklasifikasian setiap informasi atau data yang diperoleh selama proses penelitian mengenai potensi kopi luwak sebagai atraksi wisata gastronomi di Desa Cikole. Hal ini dilakukan karena informan atau

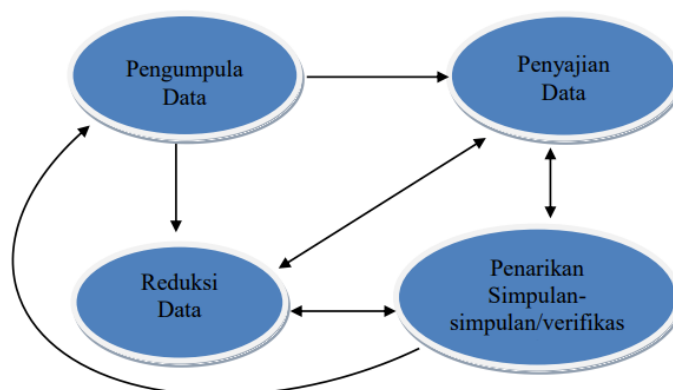
narasumber yang memberikan informasi memiliki pengetahuan dan pandangan yang berbeda mengenai objek penelitian tersebut.

3.4.2 Penyajian Data

Setelah proses reduksi data, peneliti melakukan analisis dengan tujuan mencari pola hubungan dari setiap data atau informasi yang diperoleh selama penelitian. Analisis ini bertujuan untuk menghasilkan data atau informasi yang jelas dan berarti. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan melalui berbagai cara seperti uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, memudahkan pemahaman terhadap apa yang terjadi dalam penelitian dan memungkinkan perencanaan tindakan selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh (Hardani dkk., 2020).

3.4.3 Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Simpulan merupakan ringkasan dari temuan penelitian yang mencerminkan pendapat terakhir berdasarkan pada uraian sebelumnya atau keputusan yang didasarkan pada metode berpikir induktif atau deduktif. Simpulan awal yang diajukan bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika simpulan awal yang diajukan didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, maka simpulan tersebut dapat dianggap kredibel (Hardani dkk., 2020). Berikut merupakan gambaran proses analisis data menurut Miles dan Huberman:



Gambar 3.4 Komponen Analisis Data: Model Interaktif

Sumber: (Hardani dkk., 2020)

3.4.4 Analisis Pemilihan Strategi Pengembangan

Menurut David (2011) proses perumusan dan pemilihan strategi terdiri atas 3 tahap utama yang dapat disinergikan terhadap pengambilan keputusan, antara lain:

1. *Input Stage* (Tahap Masukan): menganalisis faktor internal dan eksternal melalui matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*)
2. *Matching Stage* (Tahap Pemaduan): merumuskan *alternative strategy* berdasarkan matriks IE, *the SPACE matrix*, dan matriks SWOT
3. *Decision Stage* (Tahap Pemilihan Strategi): berbagai pilihan strategi dievaluasi secara kuantitatif dengan menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

3.4.4.1 Matriks IFE

Sulasih (2019) mengemukakan beberapa tahapan yang dilakukan dalam pembuatan matriks IFE, yaitu:

1. Identifikasi faktor kunci internal: Identifikasi sekitar 10-20 faktor kunci internal yang termasuk ke dalam kelemahan dan kekuatan perusahaan.
2. Pemberian bobot: Berikan bobot pada setiap faktor dengan angka antara 0 hingga 1. Angka 0 menunjukkan faktor yang tidak penting, sedangkan angka 1 menunjukkan faktor yang sangat penting.

Menurut Putri et al. (2014) Pemberian bobot pada setiap faktor dalam tahapan 2 pembuatan matriks IFE di atas dapat dilakukan dengan menggunakan teknis *pairwise comparison*. Teknik ini digunakan untuk membandingkan setiap variabel pada kolom horizontal dengan variabel pada kolom vertikal. Penentuan bobot untuk setiap variabel yang dibandingkan dapat dilakukan menggunakan teknik *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk mengukur tingkat signifikansi antara strategi SWOT satu sama lain (Filbert dkk., 2018), skala 1 sampai 9 adalah angka terbaik untuk menyatakan pendapat (Haramaini dkk., 2018). Nilai dan definisi pendapat kualitatif dari skala perbandingan Saaty dapat berlandaskan pada tabel berikut:

Intensitas Kepentingan (Signifikansi)	Keterangan
1	Kedua elemen sama pentingnya
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting daripada elemen lainnya
7	Satu elemen jelas lebih penting daripada elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak penting daripada elemen lainnya
2, 3, 6, 8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan

Gambar 3.5 Skala penilaian perbandingan berpasangan

Sumber: Data diolah penulis, 2023 dari (Haramaini dkk., 2018)

3. Penentuan peringkat: Berikan peringkat pada setiap faktor sesuai dengan kriteria berikut: angka 1 untuk kelemahan utama, angka 2 untuk kelemahan non-utama, angka 3 untuk kekuatan minor, dan angka 4 untuk kekuatan utama.
4. Perhitungan skor tertimbang: Kalikan bobot dengan peringkat pada setiap faktor dan tempatkan hasilnya pada kolom skor bobot tertimbang.
5. Penjumlahan skor tertimbang: Jumlahkan skor tertimbang pada setiap faktor untuk mendapatkan total skor tertimbang perusahaan. (David, 2011)

3.4.4.2 Matriks EFE

Tahapan pembuatan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) menurut Sulasih (2019) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kumpulkan faktor eksternal: Kumpulkan faktor-faktor eksternal yang sudah diidentifikasi melalui audit eksternal. Biasanya, kumpulkan sekitar 10 hingga 20 faktor yang mencakup peluang dan ancaman. Jelaskan faktor-faktor ini secara spesifik dengan menggunakan data kuantitatif seperti persentase, rasio, atau angka perbandingan.
2. Berikan bobot pada faktor-faktor: Berikan bobot pada masing-masing faktor yang telah diidentifikasi. Bobot ini diberikan dalam rentang nilai antara 0 hingga 1. Angka 0 menunjukkan faktor yang tidak penting, sedangkan angka 1 menunjukkan faktor yang sangat penting. Biasanya, bobot yang diberikan pada faktor peluang lebih besar daripada faktor ancaman. Namun, dalam situasi di mana perusahaan sedang menghadapi ancaman yang signifikan, bobot tersebut bisa saja berbalik. Sama dengan matriks IFE, pemberian bobot pada matriks EFE dapat dilakukan dengan Teknik *pairwise comparison* (Putri dkk., 2014). Kemudian dalam penentuan bobot untuk setiap variabel yang dibandingkan menggunakan teknik *Analytical Hierarchy Process (AHP)* (Filbert dkk., 2018), dengan skala Saaty 1 sampai 9 (Haramaini dkk., 2018).
3. Berikan peringkat (*rangking*): Selanjutnya, berikan peringkat pada masing-masing faktor dengan angka antara 1 hingga 4. Peringkat ini mencerminkan respons perusahaan terhadap faktor-faktor eksternal. Peringkat 4 menunjukkan respons yang superior, 3 menunjukkan respons di atas rata-rata, 2 menunjukkan respons rata-rata, dan 1 menunjukkan respons yang kurang. Jika bobot dinilai dari perspektif industri, peringkat dinilai dari perspektif perusahaan.
4. Hitung skor tertimbang: Selanjutnya, kalikan nilai bobot dengan peringkat (*rangking*) pada setiap faktor. Hasil perkalian ini akan menjadi skor tertimbang atau *weighted score* pada kolom yang sesuai.
5. Jumlahkan skor tertimbang: Terakhir, jumlahkan semua skor tertimbang pada kolom tersebut. Total skor tertimbang ini akan memberikan gambaran tentang posisi perusahaan dalam menghadapi faktor-faktor eksternal yang telah diidentifikasi (David, 2011).

3.4.4.3 Matriks IE

Menurut Terdapat dua dimensi dalam Matriks Internal Eksternal, yaitu sumbu Y yang mencerminkan total nilai dari matriks IFE dan sumbu X yang mencerminkan total nilai dari matriks EFE. Pada sumbu X, terdapat tiga rentang skor, di mana skor 1,0-1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, skor 2,0-2,99 menunjukkan posisi internal yang rata-rata, dan skor 3,0-4,0 menunjukkan posisi internal yang kuat. Penempatan skor pada sumbu X dilakukan dari sebelah kiri. Begitu pula pada sumbu Y, terdapat tiga rentang skor, di mana skor 1,0-1,99 menunjukkan posisi eksternal yang rendah, skor 2,0-2,99 menunjukkan posisi eksternal yang rata-rata, dan skor 3,0-4,0 menunjukkan posisi eksternal yang tinggi. Penempatan skor pada sumbu Y dilakukan dari bawah ke atas matriks.

3.4.4.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan analisis peluang dan ancaman dari faktor eksternal yang di atasi oleh kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, beberapa mengemukakan pengembangan empat jenis strategi SWOT (David, 2011; Hunger & Wheelen, 2004; Jumadi dkk., 2021), antara lain:

1. Strategi kekuatan dan peluang (*SO-Strategy*), adalah matriks yang menggunakan kombinasi kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi SO adalah strategi yang menggunakan cara-cara tertentu agar suatu organisasi dapat menggunakan kekuatannya untuk mengambil keuntungan dari peluang.
2. Strategi Kelemahan dan Peluang (*WO-Strategy*), dilakukan untuk memperbaiki kelemahan yang ada di internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal. WO strategi adalah strategi untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan mencari solusi dari kelemahan sumber daya yang tersedia.
3. Strategi kekuatan dan ancaman (*ST-Strategy*), merupakan strategi yang diperoleh berdasarkan kekuatan yang dimiliki oleh sumber daya perusahaan untuk menangani ancaman dari lingkungan. Strategi ST adalah strategi bertahan dalam mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman
4. Strategi kelemahan dan ancaman (*WT-Strategy*), yaitu strategi bertahan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Menurut David, (2011)., Wibowo et al., (2021) ada delapan tahap untuk membuat matriks SWOT, seperti yang dijelaskan dibawah ini:

- 1) tentukan faktor peluang (O);
- 2) menentukan Faktor Ancaman (T);
- 3) menentukan faktor Kekuatan (S);
- 4) tentukan Kelemahan (W);
- 5) menggabungkan kekuatan (internal) dengan peluang (eksternal), dan hasilnya adalah sebagai Strategi SO;
- 6) menggabungkan kelemahan (internal) dengan peluang (eksternal), dan hasilnya adalah Strategi WO;
- 7) gabungkan kekuatan (internal) dengan ancaman (eksternal) dan hasilnya sebagai Strategi ST;
- 8) gabungkan kelemahan (internal) dengan ancaman (eksternal) dan hasilnya adalah sebagai Strategi WT.

Setelah menghitung bobot dan rating untuk faktor internal dan eksternal, dilakukan analisis kuadran SWOT dengan langkah berikut (Rangkuti, 2014):

1. mengalikan total nilai bobot dengan rating kekuatan dan menambahkannya dengan total nilai bobot dan rating kelemahan, menghasilkan nilai kuadran pada sumbu X.
2. mengalikan total nilai bobot dengan rating peluang dan menambahkannya dengan total nilai bobot dan rating ancaman, menghasilkan nilai kuadran pada sumbu Y.

Berikut adalah penjelasan mengenai Kuadran SWOT menurut (Rangkuti, 2014):

- a) Kuadran 1: Situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang kuat, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang direkomendasikan adalah kebijakan pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*.
- b) Kuadran 2: Perusahaan menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan internal yang signifikan. Strategi yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang jangka panjang, misalnya dengan strategi diversifikasi produk atau pasar.

- c) Kuadran 3: Perusahaan memiliki peluang besar, tetapi juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi ini serupa dengan konsep "*Question Mark*" dalam matriks BCG. Strategi yang direkomendasikan adalah meminimalkan masalah internal perusahaan untuk dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- d) Kuadran 4: Situasi yang tidak menguntungkan. Perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan memiliki kelemahan internal. Strategi yang diperlukan adalah mengatasi masalah internal dan menghadapi ancaman secara efektif untuk memperbaiki posisi perusahaan.

Pemahaman dan penentuan kuadran SWOT membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan peluang dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

3.4.4.5 Matriks QSPM

Langkah-langkah dalam membuat matriks QSPM menurut Sulasih (2019) adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor-faktor kunci eksternal dan internal ditempatkan dalam kolom sebelah kiri sebagai daftar.
- 2) Berikan bobot pada setiap faktor sesuai dengan matriks EFE dan IFE.
- 3) Cocokkan dan identifikasi alternatif strategi yang sebaiknya diimplementasikan. Tuliskan strategi tersebut dalam kolom strategi alternatif.
- 4) Tetapkan skor atraktif (AS) dengan nilai yang ditentukan: 1 = tidak atraktif, 2 = agak atraktif, 3 = cukup atraktif, 4 = sangat atraktif. Penentuan skor dilakukan berdasarkan hubungan antara faktor-faktor tertentu dan strategi yang dipilih. Daya tarik/atratif strategi, dalam konteks pengembangan QSPM, mengacu pada sejauh mana strategi tertentu memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, atau menghindari ancaman dalam perbandingan dengan strategi lainnya.
- 5) Hitung total skor atraktif (TAS) dengan mengalikan skor atraktif dengan bobot faktor kunci.

- 6) Jumlahkan nilai TAS pada setiap kolom strategi. Strategi dengan jumlah TAS terbesar akan menjadi strategi yang dipilih.

Ketentuan skor *AS/attractiveness scores (AS)* menurut Setyorini et al., (2016) adalah sebagai berikut:

- e) Nilai 1 = tidak menarik/atraktif, artinya alternatif strategi dan faktor tertentu tidak saling berhubungan atau memengaruhi
- f) Nilai 2 = agak menarik, artinya alternatif strategi dan faktor tertentu sedikit berhubungan atau saling memengaruhi
- g) Nilai 3 = cukup menarik, artinya alternatif strategi dan faktor tertentu cukup berhubungan atau saling memengaruhi
- h) Nilai 4 = sangat menarik, artinya alternatif strategi dan faktor tertentu sangat berhubungan atau saling memengaruhi

Langkah untuk mendapatkan nilai TAS yaitu, bobot dikalikan dengan nilai AS. Selanjutnya, nilai-nilai TAS dijumlahkan untuk menghitung skor dari berbagai alternatif strategi. Skor tertinggi menentukan strategi terbaik yang akan diterapkan dalam perusahaan.