

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan/ Desain Penelitian**

Penelitian Pemetaan dan Analisis Distribusi Pemasaran Rajungan di Kampung Bugis menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan campuran. Analisis deskriptif adalah teknik penelitian yang berfokus pada pemecahan masalah yang akan diteliti. dilakukan dengan menggambarkan atau menggariskan subjek penelitian saat ini berdasarkan informasi yang ada (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian campuran adalah penelitian yang memadukan penggunaan data kualitatif dan kuantitatif (Machali, 2021)

Selain itu pada penelitian ini juga menggunakan pendekatan Sistem Informasi Geografis, mendapatkan peta lokasi sebaran wilayah pemasaran rajungan yang ada di Kampung Bugis. menurut (Rosdiana, 2015) Sistem Informasi Geografis biasa disebut dengan SIG merupakan sebuah sistem berbasis computer yang dipakai untuk mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan memvisualisasikan data. Maka SIG dapat digunakann untuk analisis pemetaan yang memerlukan pemahaman tentang lokasi. Pendekatan survei juga digunakan pada penelitian ini, penelitian survei digunakan untuk melakukan pengumpulan data responden melalui kuesioner, waancara atau observasi untuk mendapatkan infromasi data yang valid.

#### **B. Teknik Penelitian**

##### **1.1 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa langkah, data yang diambil dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data keseluruhan diperoleh dari hasil observasi langsung dengan menggunakan metode survei. Metode survei adalah salah satu tahapan untuk mendapatkan data dan mencari informasi dengan akurat (Sugiono, 2016) pada metode survei ini peneliti observasi langsung ke lokasi penelitian yaitu Kampung Bugis untuk mendapatkan data

informasi, wawancara kepada responden pada tahap ini teknik pemilihan narasumber menggunakan teknik *purpose sampling*. Pada tahap ini, untuk mendapatkan data informasi, wawancara dilakukan kepada responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana responden dipilih berdasarkan keahlian dan kriteria tertentu sesuai dengan peneliti yang relevan untuk menjawab tujuan penelitian (Lenaini, 2021). Pada penelitian ini berjumlah 12 responden yang dipilih oleh peneliti diantaranya 5 Nelayan alat tangkap jarring rajungan, 3 pengepul atau tengkulak, 2 pabrik perebusan rajungan atau miniplant, dan 2 pegawai PPN Karangantu.

Tahapan pengumpulan data pada penelitian ini akan mengunduh data wilayah Indonesia yaitu data GADM. Data GADM ini dapat ditemukan melalui website [www.gadm.org](http://www.gadm.org). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari instansi terkait dan studi literatur dapat melalui buku dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian.

## 2.1 Teknik Analisis Data

Proses analisis data yang dilakukan diawali dengan melakukan analisis pengeinderaan jauh, untuk mengetahui peta wilayah distribusi pemasaran rajungan di Kampung Bugis menggunakan data wilayah Indonesia pada GADM lalu data tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi ArcGIS Pro pada proses mendapatkan hasil berupa peta melalui beberapa tahapan yaitu mulai dari proses *clip to raster* dilakukan untuk memotong data bersarkan wilayah yang akan di tentukan oleh peneliti selanjutnya proses *layouting* yang berupa tahap terhakhir dalam proses pembuatan peta wilayah distribusi pemasaran rajungan Kampung Bugis

Teknik analisis selanjutnya peneliti melakukan analisis margin pemasaran untuk mengetahui efisiensi pemasaran menggunakan fisherman's share pada setiap saluran distribusi. Margin pemarkasan adalah selisih harga konsumen dengan harga di Tingkat produsen pada pola

saluran distribusi pemasaran, menurut Kai et al (2016) perhitungan margin pemasaran dapat di rumuskan sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

$MP$  = margin pemasaran

$Pr$  = harga ditingkat konsumen

$Pf$  = harga ditingkat nelayan

Selanjutnya untuk mengetahui efisiensi pemasaran komoditas rajungan secara ekonomis digunakan analisis margin dan *fisherman's share*. Untuk rumus analisis margin telah diuraikan di atas dan untuk *fisherman's share* menurut Amin et al (2016) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

$Fs$  = bagian yang diterima nelayan

$Pf$  = harga ditingkat nelayan

$Pr$  = harga ditingkat nelayan

Dalam analisis margin pemasaran dan *fisherman's share* dilakukan perbandingan pada tiap saluran pemasaran yang ada. Saluran pemasaran yang nilai margin pemasarannya kecil dan *fisherman's share* terbesar adalah saluran pemasaran yang paling efisien, dan jika saluran pemasaran memiliki nilai margin pemasaran terbesar dan *fisherman's share* terkecil maka saluran pemasarannya tidak efisien (Amin et al., 2016).

- Nilai *fisherman's share* > 50% maka saluran pemasaran dinyatakan efisien.
- Nilai *fisherman's share* < 50% maka saluran pemasaran dinyatakan tidak efisien.

Teknik analisis data selanjutnya peneliti melakukan analisis SWOT (*Strenght, Weaknesess, Opportunity, Threats*) untuk mengetahui strategi alternatif pada distribusi pemasaran komoditas rajungan di Kampung Bugis. Pada hasil analisis SWOT tersebut, data yang ada kemudian diolah kembali menggunakan analisis IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Faktor Analysis Summary*). Analisis IFAS bertujuan untuk menilai kondisi internal dengan mengukur kekuatan dan kelemahan dalam berbagai aspek bisnis. Sementara itu, analisis EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi peluang dan ancaman bagi perusahaan (Salim & Siswanto, 2019). Berikut ini tahapan yang perlu dilakukan dalam analisis matriks IFAS dan matriks EFAS

#### 1. Matriks IFAS

Setelah mengidentifikasi faktor intenal, suatu tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis kedalam kerangka strength dan weakness, tahapan pengolahan

- 1) Menentukan faktor-faktor kekuatan serta kelemahan pada instansi kedalam kolom 1
- 2) Memberikan bobot pada masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari yang paling penting (1,0) hingga tidak penting (0,0), dengan catatan semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total (1,00)
- 3) Memberikan rating 1 hingga 4 pada masing masing faktor untuk mengetahui apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar dengan rating 1, kelemahan kecil rating 2, kekuatan yang kecil rating 3 dan kekuatan yang besar rating 4
- 4) Mengkalikan tiap-tiap bobot yang ada dengan ratingnya untuk mendapatkan score
- 5) Menjumlahkan total score

Jumlah rata-rata dari faktor-faktor dalam matriks IFAS berkisar antara 1,0 hingga 4,0. Jika total rata-rata berada di bawah 2,5, menunjukkan kelemahan internal organisasi. Namun, jika total nilai di atas 2,5, mengindikasikan posisi internal yang kuat (Sandria, 2020)

## 2. Matriks EFAS

Matriks EFAS memiliki 5 tahapan dalam penyusunannya yaitu:

- 1) Mementukan faktor-faktor peluang dan ancaman
- 2) Memberikan bobot pada masing-masing faktor mulai dari sangat penting (1,0) sampai dengan tidak penting (0,0), dengan catatan bahwa jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberika skala mulai dari 1 hingga 4, Dimana respon sangat bagus diberi rating 4, respon diatas rata-rata diberi rating 3, respon rata-rata diberi rating 2 dan respon dibawah rata-rata diberi rating 1
- 4) Mengkalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score
- 5) Menjumlahkan semua score untuk mendapatkan total skor.

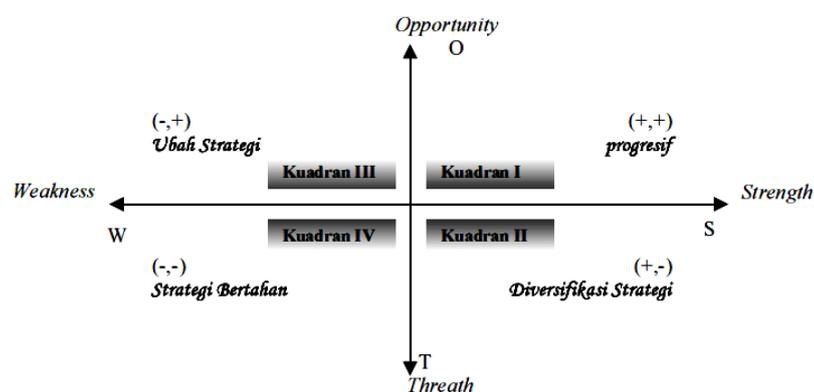
Matriks EFAS, skor total tertinggi adalah 5,0 dan terendah adalah 1,0. Skor 5,0 menunjukkan bahwa perusahaan merespons peluang dengan luar biasa dan menghindari ancaman di pasar industri. Skor 1,0 menunjukkan bahwa strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman eksternal

Dilanjutan dengan menganalisis matriks SWOT melalui tabel matriks strategi SWOT berdasarkan Sammut & Galea (2015) dapat dilihat pada tabel 3.1 dan tahapan berikutnya yaitu menganalisis kuadran strategi SWOT berdasarkan Salim & Siswanto (2019) dapat dilihat pada gambar 3.1

Tabel 3. 1 Tabel matriks SWOT

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunity (O)</i>	Mempertimbangkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (SO)	Mempertimbangkan strategi yang memanfaatkan peluang untuk menghindari (WO)
<i>Threats (T)</i>	Mempertimbangkan strategi yang meminimalkan efek kelemahan dan mengatasi atau menghindari ancaman (WT)	Mempertimbangkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi atau menghindari ancaman (ST)

(Sumber : Sammut & Galea, 2015)



Gambar 3. 1 Kuadran SWOT

(Sumber : Salim & Siswanto, 2019)

- 1) Kuadran I (Peluang dan Kekuatan): Situasi ini menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan internal yang memungkinkan mereka memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang cocok adalah pertumbuhan yang agresif.
- 2) Kuadran II (Ancaman dan Kekuatan): Meskipun menghadapi ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan internal.

**SIK UPI Kampus Serang**

Strategi yang tepat adalah menggunakan kekuatan tersebut untuk memanfaatkan peluang jangka panjang melalui diversifikasi produk atau jasa.

- 3) Kuadran III (Peluang dan Kendala): Strategi ini untuk memanfaatkan peluang yang sangat besar, meskipun di sisi lain terdapat beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus dari strategi ini adalah mengurangi masalah-masalah internal agar dapat mengambil keuntungan dari peluang pasar yang lebih baik.
- 4) Kuadran IV (Ancaman dan Kendala): Ini adalah situasi yang sangat tidak menguntungkan bagi perusahaan.

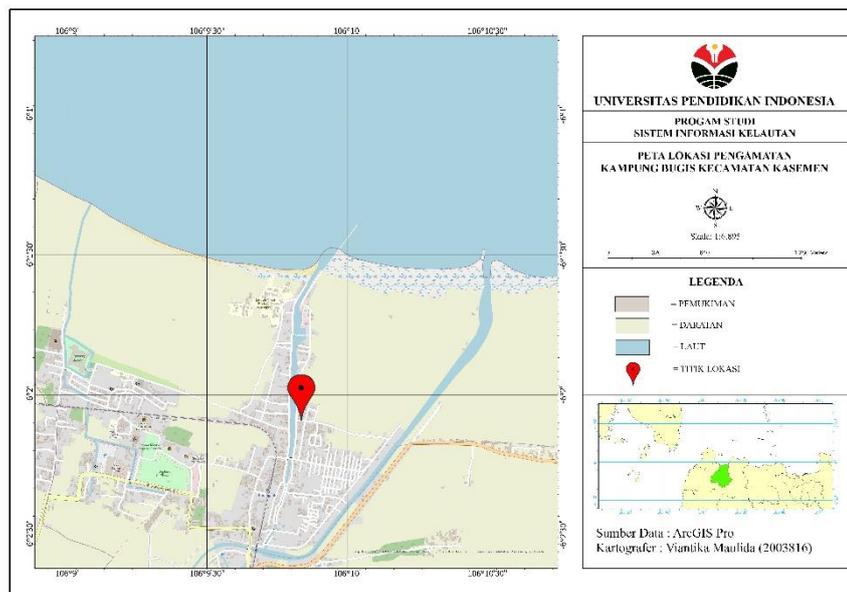
### **C. Latar/ Setting Penelitian**

#### **1. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan mulai dari bulan Maret hingga September 2024

#### **2. Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kampung Bugis, Kecamatan Kasemen, Kota Serang, Provinsi Banten, posisi koordinat Kampung Bugis terletak pada  $-6^{\circ} 02' \text{ LS} - 106^{\circ} 09' \text{ BT}$ . Pemilihan lokasi pada penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kampung Bugis merupakan daerah produsen rajungan.



Gambar 3. 2 Lokasi Penelitian

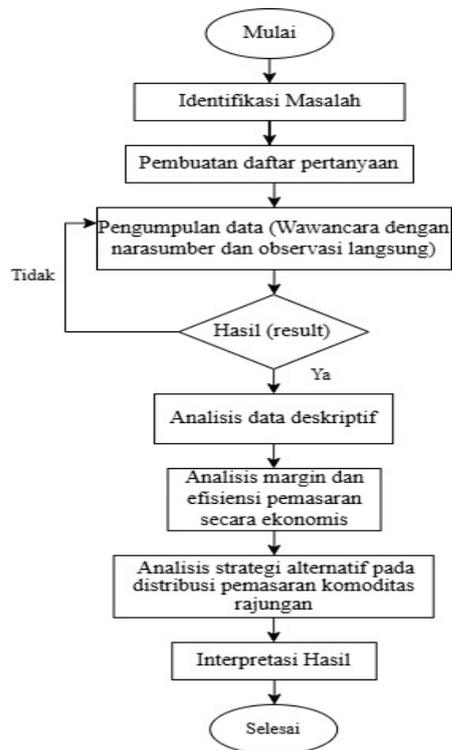
#### D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini terdapat beberapa sampel yang terlibat terdiri dari nelayan komoditas rajungan alat tangkap jaring rajungan, tengkulak atau pengepul, dan *miniplant*, pegawai enumerator PPN Karangantu. Keterlibatan narasumber ini bertujuan untuk menyediakan informasi yang diperlukan dalam penelitian, sehingga peneliti dapat mengumpulkan data yang akurat sesuai dengan realitas lapangan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai situasi yang diamati.

#### E. Prosedur Penelitian

Penelitian yang dilakukan terdiri dari beberapa ketentuan untuk memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan, dimulai dari proses pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan responden yang relevan dengan tujuan penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan *purpose sampling* untuk mengumpulkan data. Jika hasil pengambilan data dan analisis memenuhi tujuan penelitian, peneliti akan melanjutkan untuk analisis deskriptif saluran distribusi rajungan. Jika tidak, peneliti akan melakukan pengumpulan data lagi.

SIK UPI Kampus Serang



Gambar 3. 3 Flowchart Alur Penelitian