

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan merupakan untuk mendapatkan strategi pengembangan bisnis di Pusat Oleh-Oleh Peuyeum Bendul yang bertempat di JL. Raya Sukatani Purwakarta, penelitian ini hendak terfokus pada strategi pengembangan bisnis dengan metode menganalisa faktor internal yang mencakup kekuatan serta kelemahan dari usaha, serta faktor eksternal yang mencakup peluang serta ancaman dari usaha tersebut. Hasil dari analisis tersebut dapat digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang sesuai untuk diterapkan dalam bisnis yang sedang dijalani.

3.1.2 Subjek Penelitian

Pada penelitian kualitatif yang menjadi subjek penelitian disebut dengan informan. Informan dijadikan sebagai sumber data atau informasi tentang data yang akan diperoleh peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Subjek dalam penelitian ini adalah para penjual peuyeum bendul di Kecamatan Sukatani, Purwakarta.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian merupakan cara untuk mengetahui kembali suatu pemahaman atau ilmu pendidikan. Tujuan penelitian merupakan untuk mengubah kesimpulan yang telah dilakukan sebelumnya, ataupun mengubah persepsi dengan terdapat aplikasi baru pada ketentuan tersebut (Siyoto & Sodik, 2015, hal. 7). Metode penelitian ialah suatu metode yang perlu dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh hasil berbentuk data ataupun informasi.

Metode yang dilakukan pada penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Jenis penelitian yang hasilnya tidak didapatkan melalui tahapan statistik atau metode hitungan lainnya. Berupaya mengartikan suatu kejadian hubungan

tingkah laku manusia dalam keadaan tertentu menurut pandangan penelitian sendiri. Dilakukan dalam suasana kondisi yang wajar (*natural setting*) (Gunawan, 2016, hal. 82). Penelitian kualitatif hendak dilakukan untuk memperoleh informasi lapangan, baik berbentuk informasi lisan ataupun informasi tertulis.

Penelitian ini dimaksudkan untuk membuktikan bagaimana strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh para penjual peuyeum yang setelah itu akan di analisis menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini membantu menuju pencapaian informasi yang lebih banyak khususnya hubungan antara penelitian ini sendiri di lapangan secara langsung melalui penelitian yang dalam hal ini didapatkan dari hasil wawancara.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan terdiri dari beberapa faktor internal dan juga eksternal yang mampu mempengaruhi terhadap strategi penjualan peuyeum bendul. Pengukuran yang dilakukan terhadap variabel yang ada didalam penelitian dilakukan dengan cara menguraikan beberapa variabel kedalam operasionalisasi variabel penelitian yang diantaranya terdiri atas sub variabel, konsep empiris, konsep teoritis, konsep analisis, skala, item yang masing-masing dapat diuraikan sebagaimana dijelaskan didalam tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

| Variabel | Konsep Teoritis | Konsep Empiris | Konsep Analisis | Skala |
|-------------------------------------|--|---|--|---------|
| <i>Strategi Pengembangan Bisnis</i> | Manajemen strategik merupakan sebuah cara sistematis yang telah dirancang oleh perusahaan agar mampu mencapai tujuannya (David, 2020). | Faktor internal meliputi: <i>Strength</i> (Kekuatan) dan <i>Weakness</i> (Kelemahan) | <p><i>Strength</i> (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan produk yang berkualitas 2. Produk selalu <i>ready stock</i> dan baru 3. Memiliki akses yang dekat dengan pemasok agar mendapat bahan baku yang berkualitas 4. Memberikan pelayanan yang baik 5. Menjual produk lain <p><i>Weakness</i> (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi 2. Banyaknya pesaing serupa 3. Kurangnya variant menu 4. Modal untuk mengembangkan usaha masih kurang 5. Sistem pembukuan yang kurang baik 6. Tempat usaha yang terlalu kecil | Ordinal |
| | | Faktor eksternal meliputi: <i>Opportunity</i> (Peluang) dan <i>Threat</i> (Ancaman) | <p><i>Opportunity</i> (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk dapat melakukan diferensiasi produk 2. Permintaan pasar masih terus ada | Ordinal |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <ol style="list-style-type: none"> 3. Mendapatkan keuntungan saat libur panjang 4. Toko buka selama 24 jam 5. Adanya teknologi yang dapat digunakan untuk menaikkan bisnis <p><i>Threat (Ancaman)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terjadinya kenaikan bahan baku 2. Kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi bahan baku 3. Banyaknya pesaing yang sejenis 4. Lokasi usaha jauh dari pusat kota 5. Belum adanya sosial media yang membantu untuk proses pemasaran | |
|--|--|--|---|--|

Sumber : data diolah penulis, 2021

3.4 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data didalam penelitian yang penulis buat berdasarkan sumbernya dibagi dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data menjadi faktor yang penting dalam penelitian, karena sumber data merupakan responden yang akan menghasilkan data dari hasil penelitian. Oleh karena itu, sumber data harus dipertimbangkan agar mendapatkan hasil dengan kualitas yang baik dalam pengumpulan data. Data berdasarkan sumbernya sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh penulis secara langsung dari sumber data yang diteliti (Siyoto & Sodik, 2015, hal.

Zulfa Nurwahidah, 2022

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19 (STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

67). Dalam hal ini cara untuk mengumpulkan data harus didapat dari sumber datanya yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Teknik yang dapat digunakan penulis untuk mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara, serta observasi kepada para penjual peuyeum.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil atau diperoleh penulis dari tangan kedua (*second hand data*) atau dari sumber yang sudah dilakukan sebelumnya. Data sekunder yang didapatkan oleh penulis merupakan hasil dari beberapa sumber seperti buku, dan penelitian sebelumnya.

3.5 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.5.1 Partisipan Penelitian

Partisipan adalah orang yang memberikan informasi tentang objek penelitian. Dalam penelitian ini partisipan melakukan wawancara secara langsung sebagai “narasumber”. Penelitian ini untuk menentukan partisipan yaitu dengan memanfaatkan teknik sampling purposif, yaitu dipilih karena tujuan tertentu informan dapat menguasai benar tentang objek yang akan peneliti teliti.

Sampling purposif merupakan jenis sampling yang paling akurat dalam penelitian kualitatif. Penggunaan sampling purposif perlu disesuaikan dengan tujuan penelitian yang dimaksudkan oleh penulis sesuai dengan sumber masalah, tujuan, dan desain penelitian yang ditetapkan. Teknik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Sampling Purposif Stratifikasi (*Stratified Purposive Sampling*). Menurut Patton dalam Budiastuti & Bandur (2018, hal. 55) *stratified purposive sampling* dengan sebutan *sample within sampels*, artinya peneliti dapat memilih sampel khusus di dalam lokasi sampel yang telah ditentukan.

Menurut pengertian yang telah dijabarkan, partisipan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Para Penjual Peuyeum Bendul. Jumlah keseluruhan penjual peuyeum bendul di Kec. Sukatani adalah 50 orang. Peneliti akan mengambil 20 orang penjual peuyeum sebagai partisipan dalam penelitian ini.

3.5.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Purwakarta tepatnya di Desa Sukatani atau dulu sering disebut dengan desa Bendul. Desa Bendul merupakan desa penghasil peuyeum dari ubi kayu yang disebut dengan peuyeum bendul. Peuyeum bendul dijual disepanjang Jalan Raya Suakatani, Kecamatan Sukatani, Purwakarta, Jawa Barat. Lokasi penelitian adalah tempat dimana akan dilakukan sebuah penelitian untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan dalam proses penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data Melalui Teknik Observasi.

Teknik observasi merupakan suatu pengamatan dan pencatatan terhadap ciri-ciri yang tampak pada objek penelitian. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan keadaan yang terjadi, aktifitas-aktifitas atau tingkah laku yang kemungkinan akan terjadi.

2. Pengumpulan Data Melalui Teknik Wawancara (*Interview*).

Pengumpulan data dengan teknik ini dilakukan secara tanya jawab lisan dan bertatap muka secara langsung antara pewawancara dengan orang yang akan diwawancara. Wawancara dilakukan kepada para penjual peuyeum bendul agar yang diperoleh dapat meliputi keseluruhan variabel, dengan penjelasan yang lengkap dan mendalam.

3. Pengumpulan Data Melalui Teknik Dokumentasi.

Teknik dokumentasi merupakan pencarian data secara langsung berupa catatan, foto, buku, majalah, dan lain-lain. Dokumentasi berupa data tertulis serta rata-rata penjualan dalam seminggu sebagai data pendukung dalam menyusun data hasil penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian deskriptif, dimana penelitian menjelaskan tentang lingkungan internal dan eksternal yang menjadi

Zulfa Nurwahidah, 2022

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19
(STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari penjualan peuyeum bendul dari para penjual peuyeum bendul. Menggambarkan atau menjelaskan keadaan serta persoalan di suatu tempat yang akan diolah menjadi sebuah data itu merupakan sebuah penelitian deskriptif. Data tersebut kemudian di analisis untuk mendapatkan kesimpulan.

Metode analisis data yang dilakukan menggunakan analisis deskriptif tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa penjual bersedia untuk dilakukan penelitian terhadap kondisi usahanya, setelah itu akan dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal yang kemudian akan di jabarkan kedalam faktor kelebihan dan kekurangan internal (kekuatan-kelemahan) serta faktor kelebihan dan kurang eksternal (peluang-ancaman) yang terdapat dalam analisis SWOT, setelah analisis SWOT dibuat kemudian akan dirumuskan menggunakan analisis matriks SWOT. Dari hasil analisis tersebut akan mendapatkan beberapa alternatif yang akan dijadikan strategi untuk mengembangkan sebuah bisnis.

3.7.1 Analisis Lingkungan Internal

Menganalisis faktor internal dilakukan dengan cara melakukan analisis beberapa aspek yang terdapat dalam lingkungan internal meliputi aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek produksi atau operasional, dan aspek sumber daya manusia.

3.7.2 Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis faktor lingkungan eksternal dilakukan dengan menggunakan metode model lima kekuatan porter (*Porter's Five-Forces Model*), ini merupakan perpaduan dari lima kekuatan yaitu: pesaing antar perusahaan yang bersaing, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk-produk pengganti, daya tawar pemasok, dan daya tawar konsumen (David, 2020, hal. 146).

3.7.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan menganalisis dan mengelompokkan hal-hal yang dapat mempengaruhi keempat faktornya tersebut. Dengan demikian, hasil analisis dapat membentuk rencana strategi berdasarkan hasil analisis faktor-

Zulfa Nurwahidah, 2022

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19
(STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

faktor strategis perusahaan. Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa perkembangan bisnis yang didapatkan dari hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal.

3.7.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan strategi dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman suatu perusahaan. Kesulitan dalam merumuskan matriks SWOT terletak pada pencocokan faktor internal dan eksternal. Tahap pencocokan faktor internal dan eksternal dalam matriks SWOT perlu dipelajari dengan baik. Berikut ini adalah empat jenis strategi, yaitu :

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*) adalah strategi untuk menggunakan kekuatan internal perusahaan dan memanfaatkan peluang eksternal.
2. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*) adalah strategi yang dirancang untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal.
3. Strategi ST (*Strength – Threat*) adalah strategi untuk menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
4. Strategi WT (*Weakness – Threat*) adalah strategi defensif yang dirancang untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Terdapat delapan Langkah untuk membentuk sebuah matriks SWOT (David, 2020, hal. 330) :

1. Membuat daftar peluang eksternal utama perusahaan.
2. Membuat daftar ancaman eksternal utama perusahaan.
3. Membuat daftar kekuatan internal utama perusahaan.
4. Membuat daftar kelemahan internal utama perusahaan.
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi SO.

6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WO.
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi ST.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasilnya pada sel strategi WT.

Berikut ini penyajian sistematis dari tabel matriks SWOT menurut David (2019) :

Tabel 3.2
Matriks Analisis SWOT

| | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| INTERNAL EKSTERNAL | INTERNAL | STRENGTH (S) | WEAKNESS (W) |
| | 1. 2. 3. <i>List kekuatan</i> 4. | 1. 2. 3. <i>List kelemahan</i> 4. | 1. 2. 3. <i>List kelemahan</i> 4. |
| OPPORTUNITY (O) | 1. 2. <i>List peluang</i> 3. 4. | STRATEGI SO 1. Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang 2. 3. 4. | STRATEGI WO 1. Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang 2. 3. 4. |
| THREATS (T) | 1. 2. <i>List ancaman</i> 3. 4. | STRATEGI ST 1. Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman 2. 3. 4. | STRATEGI WT 1. Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman 2. 3. 4. |

Sumber: (David, 2019)

3.8 Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi pengembangan bisnis adalah metode perancangan yang digunakan untuk mengembangkan dan menciptakan peluang baru yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Salah satu upaya dalam meningkatkan penjualan Peuyeum Bendul dan memperluas pangsa pasar, yaitu :

a. Diferensiasi Produk

Diferensiasi merupakan cara bagi perusahaan untuk membuat perubahan bentuk antara produk yang dimiliki pesaing maupun produk inti yang dimiliki. Dengan diferensiasi produk yang dilakukan dapat memberikan produk yang inovatif selain itu, konsumen dapat diberikan lebih banyak

Zulfa Nurwahidah, 2022

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PENJUAL PEUYEUM BENDUL PASCA PANDEMIC COVID-19 (STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKATANI KABUPATEN PURWAKARTA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pilihan yang bervariasi. Diferensiasi produk juga merupakan salah satu cara terpenting yang dilakukan perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya secara berkelanjutan, sehingga perusahaan dapat mengharapkan perhatian terus dari konsumen atas produk yang beragam. Oleh karena itu, para penjual peuyeum bendul harus melakukan perubahan dengan cara mengolah peuyeum bendul menjadi bermacam olahan yang memiliki nilai jual tetapi tidak menghilangkan citarasa dari peuyeum bendul tersebut. Agar produk tersebut dapat meningkatkan penjualan dan terus bersaing dengan kompetitor. Setelah produk peuyeum bendul diproduksi, peuyeum bendul tidak hanya akan ditemui menggantung seperti peuyeum biasa yang memiliki bentuk panjang seperti singkong utuh, tetapi juga dapat memiliki bentuk atau cara tampilan yang berbeda, produk peuyeum bendul tersebut tidak hanya dijual di daerah Bendul Sukatani tetapi dapat diperoleh di berbagai toko oleh-oleh di Kabupaten Purwakarta bahkan bisa didistribusikan keseluruh wilayah di Indonesia.

b. Kemasan

Kemasan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu produk, karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media atau alat komunikasi untuk mendeskripsikan produk. Daya tarik suatu produk ditentukan oleh kemasannya, jika kemasan tersebut dapat menampilkan produk dengan baik, kemungkinan besar konsumen akan tertarik untuk membelinya. Selain berfungsi sebagai pelindung atau mempermudah konsumen dalam menggunakan produk, kemasan juga digunakan sebagai alat pemicu awal karena kemasan akan berhadapan langsung dengan konsumen, sehingga kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memperoleh respon positif dalam situasi lain ingin membeli produknya. Dengan begitu kemasan peuyeum bendul harus dilakukan pembaharuan agar lebih menarik minat pembeli dan memberikan kesan serta identitas produk yang berasal dari Kabupaten Purwakarta. Kemasan dibuat dengan perpaduan unsur budaya tradisional tetapi memiliki

kesan modern serta akan menarik minat konsumen untuk membeli oleh-oleh Peuyeum Bendul untuk dibawa ke kota asalnya.

c. Teknik Pemasaran

Di era digital sekarang ini, para pengusaha diberi kemudahan untuk dapat mempromosikan barang atau jasa yang akan mereka jual. Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*, selain itu penjualan juga dapat dilakukan melalui *e-commerce*. *E-commerce* merupakan proses penjualan barang atau jasa antara dua pihak secara online. Saat ini, *e-commerce* sedang berkembang pesat di berbagai tempat dan digunakan sebagai sarana media promosi untuk mempermudah penjualan produk dan memperluas wilayah pemasaran. Media sosial juga dijadikan alasan yang tepat untuk pemasaran karena kemudahannya dalam berinteraksi. Oleh karena itu, penjual peuyeum harus berusaha sebaik mungkin untuk melakukan kegiatan promosi dan penjualan secara *online* untuk meningkatkan target pemasaran dan memperluas cakupan bidang pemasaran. Selain memasarkan peuyeum bendul melalui media sosial, peuyeum bendul juga dapat mengikuti acara atau *event* kebudayaan yang biasanya diselenggarakan saat ada *event* yang berhubungan dengan kebudayaan, atau bahkan HUT kota Purwakarta, atau *event* besar lainnya, dengan acara tersebut dapat meningkatkan penjualan dan memperkenalkan makanan khas yang berasal dari Purwakarta serta diketahui oleh berbagai kalangan mengenai produk peuyeum bendul.

3.9 Isu Etik

Penelitian ini tidak menimbulkan efek negatif terhadap partisipan baik fisik maupun non fisik. Kerahasiaan partisipan yang diteliti akan dijaga untuk menjaga etika partisipan yang diteliti.