

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk membuat gambaran keadaan obyek penelitian mengenai situasi dan kejadian yang berlandaskan pada keadaan saat ini berdasarkan fakta (Sugiyono, 2016).

A. Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian yaitu secara sengaja atau (*purposiv sampling*). Dimana penelitian ini dilakukan dengan beberapa pertimbangan tertentu diantaranya, Kabupaten Brebes merupakan sentra produksi bawang merah. Selain itu penelitian ini dilakukan tepatnya di Kecamatan Larangan dikarenakan terdapat STA bawang merah.

2. Penentuan Responden

Penentuan responden dilakukan secara *purposiv sampling* (secara sengaja). Purposive sampling menurut Sugiyono adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Pengambilan data dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan terkait faktor internal dan eksternal yang sudah tertera pada kuisisioner kemudian sampel akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap bobot dan rating. Sampel yang diambil dengan pertimbangan merupakan pengurus dan pembina STA yang telah mengetahui dengan baik bagaimana kondisi STA, serta pengguna yang sudah menggunakan jasa STA yaitu petani. Sampel yang di ambil adalah pembina yang berasal dari Dinas Pertanian dan Kehutanan sebanyak (2

responden) responden yang berasal dari Dinas Pertanian dan Kehutanan yang merupakan staf program dan keuangan yang mengurus program pembangunan STA dan staf penanganan dan pemasaran hasil yang merupakan staf divisi hortikultura yang menerima laporan rutin bulanan STA, kedua staf dari Dinas Pertanian ini tentunya memiliki kontribusi dalam pengelolaan STA dan sudah tahu betul tentang bagaimana kondisi STA. Selain itu seluruh pengurus STA yang meliputi kepala pengelola, wakil pengelola, administrasi umum, keuangan, koordinasi penarik jasa, koordinasi tenaga kerja, bagian organisasi, humas, bagian umum, dan perdagangan umum yaitu sebanyak (8 responden). serta pengguna STA yaitu petani sebanyak (20 responden) responden dengan total responden yang diteliti adalah 30 orang.

B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari keadaan perusahaan saat ini. Data ini diperoleh melalui pengamatan, wawancara dengan bantuan kuisioner untuk mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari instansi yang bersangkutan dan literature ataupun studi pustaka sebagai data pendukung penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari beberapa pihak diantaranya data berisi tentang keadaan Kabupaten Brebes yang diperoleh dari badan pusat statistik daerah Brebes.

C. Definisi Operasional dan pengukuran Variabel

1. Faktor internal merupakan informasi yang berasal dari dalam STA yang meliputi kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) dari STA:
 - a. Kekuatan (*strenght*) merupakan kelebihan yang dimiliki oleh STA bawang merah yang meliputi :
 - 1) STA berada di KTU dan dekat dengan pasar, KTU merupakan kota tani utama yang menjadi pusat pengembangan kawasan agropolitan. Pasar merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk menjual dan membeli barang atau jasa yang ada di Kecamatan Larangan.
 - 2) Akses ke jalan mudah, akses ke jalan yaitu mudahnya jalan menuju lokasi STA.
 - 3) Pelayanan 24 jam, merupakan layanan yang diberikan oleh STA.
 - 4) Terdapat pelatihan bagi pengelola, pelatihan dilakukan oleh pengurus untuk meningkatkan SDM.
 - 5) Terdapat fasilitas gudang, penjemuran, lapak jual, merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh STA.
 - 6) Harga sewa merupakan biaya yang ditetapkan terhadap penggunaan fasilitas STA.
 - 7) Petugas keamanan, merupakan penjaga yang mengawasi keamanan STA.
 - 8) Pengontrolan fasilitas ketika terjadi kendala, apabila terdapat kendala atau kerusakan terhadap fasilitas STA maka akan langsung dilakukan perbaikan.
 - b. Kelemahan (*weakness*) merupakan segala sesuatu hambatan atau kekurangan yang dimiliki STA bawang merah yang meliputi :

- 1) Sosialisasi belum maksimal, merupakan kegiatan penginformasian mengenai keberadaan STA.
 - 2) Kontribusi pengurus belum maksimal yaitu kurangnya partisipasi pengurus dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab di STA.
 - 3) Kios penjualan bawang merupakan tempat yang disediakan untuk menjual produk bawang merah.
 - 4) Dana mandiri, merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk suatu keperluan.
2. Faktor eksternal merupakan bagian yang berasal dari luar STA yang meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*Threats*).
- a. Peluang (*opportunity*) merupakan segala sesuatu yang dapat menguntungkan bagi STA bawang merah dan memungkinkan untuk dikembangkan yang meliputi :
- 1) Dukungan merupakan bantuan yang diberikan oleh pemerintah.
 - 2) Petani bawang merah merupakan orang yang melakukan kegiatan produksi bawang merah.
 - 3) Industri pengolahan makanan merupakan kegiatan pengolahan makanan dengan menggunakan sarana dan peralatan hingga menjadi sebuah produk.
- b. Ancaman (*threats*) merupakan sebuah resiko yang akan menghambat jalannya STA bawang merah yang meliputi :
- 1) Produktivitas lahan menurun, merupakan daya produksi lahan pertanian yang semakin menurun.
 - 2) Pengusaha lapak merupakan kompetitor yang menyediakan lapak jual.
 - 3) Banyaknya pengusaha lapak yang tersebar di kabupaten Brebes, .

3. Strategi pengembangan merupakan sebuah rencana yang disusun demi mencapai target subterminal agribisnis bawang merah.

D. Teknik Analisis Data

Dalam penentuan strategi dilakukan dengan melalui tiga tahapan penting yaitu tahapan pengumpulan data, tahap pencocokan data dan tahap pengambilan keputusan. Tahap pengumpulan data berupa gambaran mengenai situasi yang ada di STA. Faktor internal dan eksternal yaitu menggunakan matriks IFE dan EFE, tahapan pencocokan menggunakan matriks SWOT dan tahap pengambilan keputusan yaitu menggunakan QSPM untuk mendapatkan alternatif strategi dalam pengembangan STA sehingga dapat memperoleh formulasi strategi pengembangan STA yang diharapkan untuk pengembangannya.

1. Tahap pengumpulan data (*input stage*)

Data diperoleh dengan cara wawancara dengan responden yang telah ditetapkan, pengamatan dilakukan langsung terhadap STA. data yang diambil merupakan data internal dan eksternal STA dengan menggunakan model matriks IFE dan EFE .

a. Matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal STA berkaitan dengan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakneseses*) yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan dari organisai dan manajemen, pemasaran, SDM, dan penelitian pengembangan.

b. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Matriks IFE merupakan alat analisis strategi yang dapat digunakan pada sebuah perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman utama dalam lingkungan perusahaan tersebut. Matriks ini biasanya dapat digunakan untuk mengetahui kondisi eksternal yang meyangkut persoalan sosial, budaya, pemerintah, lingkungan, demografi, politik, hukum, teknologi dan persaingan.

Adapun tahapan penggunaan penyusunan matriks IFE dan EFE ini menurut David (2006) sebagai berikut :

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknes*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).
- 2) Pembobotan dilakukan dengan cara memberikan pernyataan kepada responden dengan menggunakan kuisioner. Nilai faktor yang diberikan mulai dari 1 sampai dengan 10 dengan ketentuan semakin besar nilai yang diberikan maka semakin besar pula kepentingan faktor tersebut. Pemberian bobot faktor internal dan eksternal dengan pengukuran 1 (tidak penting), 2 (kurang penting, 3 (cukup penting), 4 (penting), 5 (sangat penting). Jumlah bobot total harus sama dengan 1.00, dikarenakan jumlah dari aspek dalam faktor ini banyak maka setiap faktor memiliki bobot pecahan dari 0.00 (tidak penting) sampai dengan 1,00 (paling penting). Bobot setiap faktor diperoleh dengan membagi jumlah nilai setiap variabel dengan jumlah nilai keseluruhan internal atau eksternal dengan rumusan sebagai berikut :

$$A_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^i X_i}$$

Keterangan :

A_i = Bobot faktor ke-i

X_i = Nilai faktor ke-i

$i = 1,2,3,4,\dots,n$

- 3) Pemberian rating faktor strategis untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat kuat) dengan 1 (lemah) berdasarkan pengaruh faktor kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating dilakukan dengan memerikan pernyataan dengan pengukuran 1 (tidak berpengaruh), 2 (kurang berpengaruh), 3 (berpengaruh), 4 (sangat berpengaruh). Pemberian rating pada faktor yang positif (kekuatan dan peluang) diberikan nilai semakin besar mulai 1 hingga 4 sedangkan faktor negatif (kelemahan/ancaman) pemberian rating dibalik apabila ancaman/kelemahan tidak berpengaruh maka ratingnya adalah 4 dan jika sangat berpengaruh maka ratingnya semakin kecil yaitu 1.
- 4) Mengalikan masing-masing bobot faktor dengan rating untuk dapat menentukan skor. Skor kemudian akan ditotal dimana nantinya akan menunjukkan hasil dari masing-masing faktor.

Tabel 4. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
1. STA berada di KTU dan dekat dengan pasar.			
2. Akses ke jalan mudah			
3. Pelayanan STA 24 jam			
4. Terdapat pelatihan bagi pengelola STA.			
5. Terdapat fasilitas gudang, penjemuran, lapak jual.			
6. Harga sewa fasilitas murah.			
7. Ada petugas keamanan untuk mengawasi STA.			
8. Ada pengontrolan fasilitas ketika terjadi kendala.			
Kelemahan :			
1. Sosialisasi belum maksimal.			
2. Kontribusi pengurus masih belum maksimal.			
3. Kios penjualan bawang merah tidak digunakan.			
4. Tidak memiliki dana mandiri.			
Total			

Tabel 5. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
1. Adanya dukungan dari pemerintah terhadap STA.			
2. Banyaknya petani bawang merah di Kabupaten Brebes.			
3. Banyaknya industri pengolahan makanan yang menggunakan bawang merah.			
Ancaman :			
1. Menurunnya produktivitas lahan petani.			
2. Pengusaha lapak menyediakan lapak jual bagi petani.			
3. Pengusaha lapak menyediakan modal untuk petani.			
4. Banyaknya pengusaha lapak dan tersebar di berbagai wilayah di kabupaten brebes.			
Total			

2. Analisis SWOT

Tahap pencocokan data merupakan tahap dimana faktor eksternal dan internal dari tahap sebelumnya dikombinasi agar dapat menciptakan beberapa alternatif strategi yang baik untuk pengembangan STA. pada tahapan ini model analisis yang dilakukan adalah menggunakan Matriks SWOT (*Strenght- Weaknes-Opportunities-Threats*).

Terdapat empat tahapan dalam membentuk matrik SWOT yaitu:

- a. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO.
- b. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO.
- c. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST.
- d. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman dan mencatat resultan strategi WT.

Tabel 6. Matriks SWOT

<p style="text-align: right;">IFE</p> <p>EFE</p>	<p><i>STRENGTH (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. STA berada di KTU dan dekat dengan pasar. 2. Akses ke jalan mudah 3. Pelayanan STA 24 jam 4. Terdapat pelatihan bagi pengelola STA. 5. Terdapat fasilitas gudang, penjemuran, lapak jual. 6. Harga sewa fasilitas murah. 7. Ada petugas keamanan untuk mengawasi STA. 8. Ada pengontrolan fasilitas ketika terjadi kendala. 	<p><i>WEAKNESS (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi belum maksimal. 2. Kontribusi pengurus masih belum maksimal. 3. Kios penjualan bawang merah tidak digunakan. 4. Tidak memiliki dana mandiri.
<p><i>OPPORTUNITY (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan dari pemerintah terhadap STA. 2. Banyaknya petani bawang merah di Kabupaten Brebes. 3. Banyaknya industri pengolahan makanan yang menggunakan bawang merah. 	<p>Strategi SO</p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p><i>THREAT (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menurunnya produktivitas lahan petani. 2. Pengusaha lapak menyediakan lapak jual bagi petani. 3. Pengusaha lapak menyediakan modal untuk petani. 4. Banyaknya pengusaha lapak dan tersebar di berbagai wilayah di kabupaten brebes. 	<p>Strategi ST</p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.</p>

3. Tahap pengambilan kesimpulan

Tahapan pengambilan keputusan merupakan tahap terakhir setelah pengumpulan data dan tahap pencocokan. Untuk merumuskan alternatif strategi yaitu dengan menggunakan Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planing Matrix*) (David, 2006)

Berikut ini merupakan langkah dalam penerapan matrik QSPM :

- a. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal dan kekuatan serta kelemahan internal perusahaan pada bagian kolom kiri QSPM.
- b. Memberikan bobot pada setiap faktor internal dan eksternal, bobot identik dengan matriks IFE dan EFE.
- c. Evaluasi tahap ke dua yaitu pencocokan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk diimplementasikan.
- d. Menentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Score-AS*) didefinisikan sebagai angka yang mengidentifikasi daya tarik relatif dari masing-masing startegi dalam sel alternatif tertentu. Jangkauan untuk Nilai Daya Tarik (AS) adalah 1-4 dimana 1 (tidak menarik), 2 (kurang menarik, 3 (cukup menarik) dan 4 (sangat menarik).
- e. Menghitung Total Nilai Daya Tarik (*Total Attractiveness Score-TAS*) didapatkan dari perkalian bobot dengan Nilai Daya Tarik (AS) dalam masing-masing baris. Jika Total Nilai Daya Tarik (AS) semakin tinggi maka akan semakin menarik strategi alternatif tersebut.
- f. Mengitung Penjumlahan Total Nilai Daya Tarik. Tambahkan Total Nilai Daya Tarik pada masing-masing kolom strategi dari QSPM.