

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan mengambil kasus pada agroindustri kerupuk cucuk kriuk di Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis. Menurut Nazir (2011), studi kasus merupakan suatu penelitian yang bersifat mendalam mengenai suatu karakteristik tertentu dari objek penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Saryono (2012), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kualitatif.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang di operasionalisasi dalam penelitian ini adalah

1. Agroindustri Kerupuk Cucuk Kriuk merupakan sistem agribisnis yang memanfaatkan produk pertanian yang ditransformasikan menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.
2. Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang.
3. Strategi pengembangan adalah serangkaian kegiatan dalam pengambilan keputusan dengan menganalisis faktor-faktor strategis dalam agroindustri, baik faktor-faktor dari luar (eksternal) maupun dari dalam (internal).
4. Lingkungan eksternal agroindustri Kerupuk Cucuk Kriuk adalah sumber daya dan sarana yang berada diluar usaha agroindustri yang secara langsung dapat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan usaha itu sendiri. Lingkungan eksternal yang digunakan mencakup aspek ekonomi, sosial dan budaya, teknologi, pesaing, kebijakan pemerintah, dan konsumen.
5. Lingkungan internal agroindustri kerupuk cucuk kriuk merupakan sumber daya sarana yang ada dalam agroindustri yang secara langsung dapat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan usahanya. Lingkungan internal mencakup aspek produksi, pendapatan, manajemen dan pendanaan, sumberdaya manusia, investasi, lokal usaha dan pemasaran.

6. Kekuatan adalah keterbatasan daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh agroindustri.
7. Kelemahan adalah keterbatasan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif agroindustri.
8. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan agroindustri Kerupuk Cucuk Kriuk.
9. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan agroindustri Kerupuk Cucuk Kriuk.
10. Ekonomi, sosial, politik, dan budaya adalah suatu pengaruh yang dapat memberikan dampak positif atau negative terhadap masyarakat dalam mengkonsumsi produk Kerupuk Cucuk Kriuk.
11. Teknologi adalah sarana yang digunakan untuk mempermudah kegiatan operasional khususnya penyediaan *output* yaitu Kerupuk Cucuk Kriuk.
12. Pesaing adalah pelaku usaha sejenis yang melaksanakan kegiatan produksi Kerupuk Cucuk Kriuk.
13. Kebijakan pemerintah adalah keputusan yang dibuat secara sistematis oleh pemerintah dengan maksud dan tujuan tertentu yang menyangkut kepentingan umum khususnya yang terkait dengan agroindustri.
14. Konsumen adalah setiap orang yang membeli dan mengonsumsi produk kerupuk cucuk kriuk
15. IFAS digunakan sebagai alat analisis untuk merangkum factor internal (kekuatan dan kelemahan)
16. EFAS sebagai alat analisis untuk merangkum factor eksternal (peluang dan ancaman)
17. Matrik SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menyusun strategi pemasaran melalui strategi SO, WO, ST, dan WT.
18. Diagram SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan dengan menggunakan kuadran I, II, III, IV

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer yaitu dikumpulkan dengan menggunakan metode:

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diterima langsung oleh pengumpul data dari narasumber pertama. Peneliti memperoleh data ini secara mandiri melalui teknik observasi dan wawancara terstruktur dengan produsen, menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data (Sugiyono, 2018). Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi ke UMKM Rasa Katineung, wawancara langsung dengan responden, serta dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data terkait produk Cucuk Kriuk, pemanfaatan limbah ikan nila, pengembangan agroindustri pangan lokal, strategi pengembangan usaha, penelitian terdahulu, buku-buku literatur, serta data dari sumber lainnya yang relevan dengan topik penelitian ini.

3.4 Teknik Penarikan Sampel

Pemilihan responden dan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Responden terdiri dari 8 orang yang mencakup pemilik usaha Rasa Katineung 2 orang, tenaga kerja 3 orang, dan konsumen 3 orang dengan pertimbangan bahwa responden tersebut dapat memberikan informasi mengenai faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi kondisi usaha Cucuk Kriuk ibu Neni serta paham mengenai strategi pemasaran. Lokasi penelitian yang dipilih secara *purposive sampling* yaitu di Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis dengan pertimbangan bahwa usaha tersebut merupakan pelaku utama sekaligus satu-satunya produsen Cucuk Kriuk di wilayah tersebut, sehingga dianggap mampu mewakili kondisi usaha yang diteliti. *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria- kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. (Sugiyono, 2017).

3.5 Rancangan analisis Data

3.5.1 Analisis SWOT

Untuk variabel strategi pemasaran digunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan).

Tabel 5. Matrik Faktor Strategi Internal

Faktor Internal	Bobot	Nilai	Bobot x Nilai
Kekuatan			

1. Kualitas Produk

Baik

2. Ketersediaan

Bahan Baku Utama

3. Penggunaam

Peralatan Produksi

Modern

4. Standar Kebersihan

Dan Higienitas

Produk

Kelemahan

1. Prodaksi Dua

Minggu

Sekali/Sistem

Stok

2. Lokasi Kurang

Strategis

3. Belum

memiliki ciri

khas

4. Kapasitas

Produksi Belum

Optimal

Total

Sumber: Rangkuti (2009)

Menurut Rangkuti (2009), dalam matrik faktor strategi internal meliputi sebagai berikut:

1. Faktor internal merupakan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan.
2. Bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 5 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Nilai untuk masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi tersebut. Variabel yang bersifat positif atau kekuatan diberi nilai 1 samapai dengan 4 (sangat baik), sedangkan variabel yang bersifat negative diberi nilai kebalikannya.

4. Bobot pada kolom 2 dengan nilai pada kolom 3 dikalikan, untuk memperoleh pembobotan pada kolom 4.
5. Jumlah total yang merupakan hasil penjumlahan dari skor pembobotan pada kolom 4.

Menurut Rangkuti (2009), dalam penentuan matrik faktor strategi eksternal meliputi sebagai berikut:

1. Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman.
2. Bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisis strategis (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor 1,00).
3. Nilai untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi tersebut. Variabel yang bersifat positif atau kekuatan diberi nilai 1 sampai dengan 4 (sangat baik), sedangkan variabel yang bersifat negative diberi nilai kebalikannya.
4. Bobot pada kolom 2 dengan nilai pada kolom 3 dikalikan, untuk memperoleh pembobotan pada kolom 4.
5. Jumlah total yang merupakan hasil penjumlahan dari skor pembobotan pada kolom 4.

Setelah faktor-faktor strategis internal diidentifikasi, selanjutnya disusun faktor strategi eksternal (EFAS), lebih jelasnya dapat dilihat di Tabel 6

Tabel 6. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Faktor Eksternal	Bobot	Nilai	Bobot x Nilai
Peluang			
1. Minat Terhadap Pangan Lokal			
2. Perkembangan Media Sosial			
3. Perkembangan <i>Marketplace</i>			
4. Kerja Sama Toko/Warung			
Ancaman			
1. Perubahan Selera Konsumen			
2. Produk Makanan Substitusi			
3. Kenaikan Harga Bahan Baku			
4. Kenaikan Biaya Produksi			
Total			

Sumber: Rangkuti (2009)

Selanjutnya pembuatan matriks SWOT sebagai alat untuk menyusun faktor-faktor strategi usaha. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan faktor eksternal EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*). Hasil analisis faktor internal dan eksternal menghasilkan rumusan kombinasi alternatif strategi

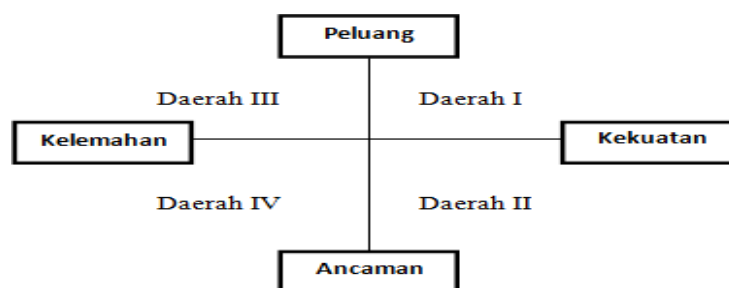
(SO, ST, WO, dan WT). Alternatif strategi ini berfungsi sebagai panduan bagi pelaku bisnis untuk operasional bisnis kedepannya. Kombinasi matriks ini didapatkan dengan menggabungkan indikator-indikator dari faktor internal dan faktor eksternal.

Tabel 7. Penyusunan Matriks SWOT

Eksternal/Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Buatlah strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Rancangan strategi yang mengurangi kelemahan dan kekuatan untuk menghindari ancaman mengatasi ancaman.

Sumber: Rangkuti (2016).

Untuk mengetahui strategi yang lebih spesifik berdasarkan hasil matriks SWOT, dapat disajikan dalam bentuk diagram SWOT supaya dapat mengetahui posisi atau kondisi suatu bisnis tersebut dengan menggunakan kuadran I, II, III, IV.



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT

Dari gambar diatas, dapat dijelaskan kondisi agroindustri sesuai dengan aspek kekuatan dan kelemahan.

Daerah I memperlihatkan bahwa perusahaan dalam keadaan yang baik karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga perusahaan tersebut dapat memanfaatkan peluang yang ada

dalam pengembangan agroindustri terpadu. Misalnya: memperluas jaringan distribusi, meningkatkan efisiensi distribusi, meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan (Rangkuti, 2005).

Daerah II memperlihatkan adanya kekuatan yang dimiliki perusahaan walaupun menghadapi berbagai ancaman. Dengan menerapkan strategi peluang jangka panjang akan dapat meminimalisir ancaman yang dihadapi beberapa diantaranya dengan meningkatkan kualitas dan mutu barang maupun pelayanan dan strategi diversifikasikan produk (Rangkuti, 2005).

Daerah III memperlihatkan bahwa adanya peluang yang besar tetapi perusahaan juga dihadapi beberapa kelemahan internal. Strategi yang diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka pendek. Misalnya adalah meningkatkan efisiensi biaya dan mengusahakan pengembangan dan pelatihan sumberdaya manusia (Rangkuti, 2005).

Daerah IV memperlihatkan bahwa situasi yang kurang menguntungkan karena perusahaan menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan.

3.6 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Kerupuk Cucuk Kriuk Rasa Katineung di Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Kerupuk Cucuk Kriuk merupakan salah satu olahan yang secara konsisten menjual produk perikanan organik dan konvensional, serta menerapkan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital, dengan waktu penelitian dibagi menjadi beberapa tahapan berikut :

1. Tahap observasi lapangan

Observasi lapangan yang dilaksanakan pada November 2025. Kegiatan ini dilakukan dengan mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati kondisi usaha, jenis produk yang dijual, serta potensi permasalahan yang dapat dijadikan topik penelitian.

2. Tahapan penyusunan seminar usulan penelitian

Tahap ini dilaksanakan pada bulan Januari 2026 hingga Februari 2026. Pada tahap ini peneliti menyusun proposal penelitian dari BAB 1 sampai BAB 3.

3. Tahap seminar usulan penelitian

Seminar usulan penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2026. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh masukan, saran, dan perbaikan dari dosen penguji terhadap rancangan penelitian yang telah disusun.

4. Tahap pengumpulan data

Tahap pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Mei 2026 tepat setelah seminar usulan penelitian terlaksana dan sudah direvisi. Kegiatan ini dilakukan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada konsumen produk organik, wawancara kepada pihak Kerupuk Cucuk Kriuk, serta pengumpulan dokumentasi yang mendukung penelitian.

5. Tahap pengolahan dan analisis data

Pengolahan dan analisis data dilaksanakan langsung setelah semua data terkumpul dari hasil wawancara dengan responden. Tahap pengolahan data dan analisis data dimulai bulan Juni 2026.