

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu secara langsung mengadakan pengamatan ke lapangan untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan. Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang dapat diartikan sebagai rangkaian proses menjangkau data-data atau informasi yang dinilai sewajarnya mengenai suatu masalah dalam bidang kehidupan pada objek-objek tertentu.

Sedangkan analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, analisis SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Keempat unsur ini merupakan aspek penting yang perlu dibahas untuk dapat mengetahui kondisi dan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah atau institusi tertentu.

#### B. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah subyek tempat memperoleh data.<sup>1</sup> Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

---

<sup>1</sup> Suharsmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), Edisi Revisi, h. 172

a. Data primer

Sumber data primer adalah pernyataan dan tindakan dari orang-orang yang diamati atau diwawancarai yang dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman dan pengambilan foto.<sup>2</sup> Data primer diperoleh dari penyebaran koesioner di lapangan dan wawancara kepada pelaku ekonomi kreatif dan wawancara dengan pemerintah terkait yaitu perwakilan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang dan Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Padang.

b. Data sekunder

Selain data primer, sebagai pendukung dalam penelitian ini penulis juga akan menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber internal maupun eksternal.<sup>3</sup> Data sekunder bersumber dari dokumen-dokumen resmi berupa catatan, gambar, foto serta bahan lain yang dapat mendukung penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini di peroleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Padang, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, Badan Pusat Statistik Kota Padang, Badan Pusat Statistik Sumatera Barat dan literatur-literatur lain yang mendukung dalam penelitian.

---

<sup>2</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi), (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007), h.157

<sup>3</sup> Hadi Sutrisno, *Metode Research*, (Yogyakarta : UGM, 2002), h. 103

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### a. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.<sup>4</sup> Observasi diartikan juga sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode observasi partisipatif (*passive participation*) : *means the present at the scene of action but does not interact or participate*. Dalam hal ini, peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melihat langsung ke lapangan proses produksi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif, tapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

#### b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen berbentuk gambar, misalnya

<sup>4</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 104

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.

foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen berbentuk karya, misalnya karya seni berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>6</sup>

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen.<sup>7</sup>

c. Koesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>8</sup> Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau

---

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 240

<sup>7</sup> Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 15

<sup>8</sup> Sugiyono, *op, cit*, h. 142

pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau tidak dikirim melalui pos atau internet.<sup>9</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan daftar pernyataan bersifat tertutup. Karena, alternatif jawaban telah disediakan bagi responden. Jawaban dari kuesioner yang diberikan kepada responden dapat diukur dengan menggunakan Skala Likert. Prosedur Skala Likert sejumlah pernyataan disusun dengan jawaban yang memiliki skor sesuai dengan nilai 1 sampai 5 yaitu, Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).<sup>10</sup> Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada pelaku ekonomi kreatif di Kota Padang.

Indikator yang digunakan dalam menyusun kisi-kisi instrumen SWOT yaitu teori *marketing mix* yang dikenal dengan 4P, yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, lokasi, organisasi dan gagasan atau buah pikiran.<sup>11</sup> Harga merupakan unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi. Tempat berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

---

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), h. 87

<sup>11</sup> Hermawan Kertajaya, *Marketing Mix*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 45

Sedangkan promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk meningkatkan permintaan dari konsumen.<sup>12</sup>

d. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (responden).<sup>13</sup> Esterberg mendefinisikan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>14</sup>

Esterberg mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara terstruktur (*structured interview*). Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.<sup>15</sup> Narasumber yang penulis wawancara adalah pelaku ekonomi kreatif sebanyak 23 orang, pemerintah daerah terkait, yaitu Kepala Divisi (KASI) Pemasaran Ekonomi Kreatif dari Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Padang, dan KASI UMKM dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang.

---

<sup>12</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), h. 299

<sup>13</sup> Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta : Granit, 2004), h. 7

<sup>14</sup> Sugiyono, *op, cit*, h. 231

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 233

## D. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi digolongkan menjadi dua jenis yaitu populasi terbatas dan populasi tidak terbatas<sup>16</sup>. Populasi dalam penelitian ini digolongkan kedalam populasi yang terbatas, di mana yang menjadi objek adalah pelaku ekonomi kreatif dari sub sektor kuliner dan kerajinan yang berjumlah 1331.

### b. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel responden dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:<sup>18</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel (responden dalam penelitian)

N = Jumlah Populasi

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2004), hal.35

<sup>17</sup> Sogiaro, *Teknik sampling*, (Jakarta: Gramedia, 2003), hal. 35

<sup>18</sup> Buchari, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 35

e = Kelonggaran Sampel

Berdasarkan rumus Slovin tersebut dapat dilihat jumlah pelaku ekonomi kreatif sub sektor kuliner dan kerajinan di Kota Padang sebanyak 1.331 adalah:

$$n = \frac{1.331}{1+1331(0,1)^2}$$

$$= 93,01$$

Dibulatkan menjadi 93 responden, Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 responden.

#### **E. Teknik Pengambilan Sampel**

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah metode *non probability sampling*. Yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>19</sup> Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *snowball sampling*. Menurut Sugiyono *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.<sup>20</sup> Dalam penentuan sampel, pertama dipilih dua orang sampel, tetapi karena dengan dua orang sampel ini belum lengkap data yang diperoleh, maka peneliti mencari orang yang dipandang lebih tahu dan dapat

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *op., cit*, h. 84

<sup>20</sup> *Ibid*, h.219



melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak.

#### **F. Teknik Analisis Data Menggunakan Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Keempat unsur ini merupakan aspek penting yang perlu dibahas untuk dapat mengetahui kondisi dan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah atau institusi tertentu.<sup>21</sup> Dengan demikian dapat diartikan sebagai suatu teknik analisis yang menggunakan keempat unsur tersebut sebagai variabel utama dalam melakukan analisis.

Unsur kekuatan dan kelemahan pada dasarnya adalah faktor internal yang berasal dari dalam suatu daerah atau lingkup tugas institusi tertentu. Sedangkan unsur peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal yang berasal dari luar daerah atau ruang lingkup tugas tertentu tetapi berpengaruh terhadap masa depan institusi tersebut.

Kekuatan (*strength*) pada dasarnya merupakan kelebihan yang dimiliki oleh suatu daerah dan institusi dibandingkan dengan daerah dan institusi lainnya. Dalam analisis kondisi sosial ekonomi daerah kekuatan tersebut dapat muncul dalam bentuk kesuburan tanah yang lebih baik, potensi sumberdaya alam yang

---

<sup>21</sup> Sjafrizal, *Teknik Praktis Penyusunan Rencana Pembangunan Daerah*, (Jakarta : Baduose Media, 2009), h. 130

lebih besar, kualitas pendidikan yang lebih baik, kondisi keuangan yang lebih mapan dan lain-lainnya.<sup>22</sup>

Kelemahan (*weaknesses*) pada dasarnya merupakan kekurangan atau kelemahan yang dimiliki oleh suatu daerah atau institusi tertentu dibandingkan dengan daerah dan institusi lainnya. Kelemahan dapat muncul dalam bentuk relatif rendahnya tingkat kesuburan lahan, terbatasnya atau relatif kecilnya potensi sumberdaya alam, rendahnya kualitas sumberdaya manusia dan sebagainya.<sup>23</sup>

Peluang (*Opportunities*) dapat diartikan sebagai kesempatan dan kemungkinan yang tersedia dan dapat dimanfaatkan untuk mendorong proses pembangunan daerah atau institusi bersangkutan.

Ancaman (*Threath*) dapat pula diartikan sebagai suatu kondisi yang datang dari luar dan dapat menimbulkan kesulitan, kendala atau tantangan yang cukup serius bagi suatu daerah atau institusi tertentu.

Kinerja pembangunan suatu institusi sangat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal dari institusi bersangkutan. Kondisi internal terutama menyangkut dengan kekuatan dan kelemahan institusi bersangkutan, sedangkan kondisi eksternal menyangkut peluang dan ancaman yang dapat datang dari luar. Karena itu, dalam rangka menghasilkan strategi pengembangan yang tepat dan sesuai dengan kondisi institusi bersangkutan maka kedua unsur tersebut harus

---

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 131

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 132

dibahas secara mendalam dalam analisis SWOT agar analisis faktor internal dan eksternal tersebut menjadi lebih baik dan terukur.

a. Faktor Internal

Analisis faktor internal dapat dilakukan dengan menyusun suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) guna dapat melakukan penilaian secara lebih konkrit terhadap faktor-faktor strategis institusi baik dalam unsur kekuatan (*strength*) maupun kelemahan (*weaknesses*).

b. Faktor Eksternal

Penyusunan tabel *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) dapat disusun dengan mengetahui faktor-faktor strategis eksternal yang sangat penting bagi pengembangan institusi bersangkutan.

Berdasarkan elemen-elemen dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal di atas maka dapat disusun strategi pembangunan daerah yang digambarkan oleh Matrik SWOT. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

**Tabel 3.1 Matriks SWOT**

<b>EFAS</b>	<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS (S)</b> Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESS (W)</b> Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Tentukan faktor-faktor peluang eksternal		<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimal kelemahan dan memanfaatkan peluang
<b>THREATS (T)</b> Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal		<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

*Sumber : Freddy Rangkuti (1999)*

1. Strategi SO, juga disebut sebagai strategi agresif dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, juga disebut sebagai strategi diversifikasi rasionalisasi ditetapkan berdasarkan pemanfaatan kekuatan yang ada dengan cara mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, juga disebut sebagai strategi rasionalisasi ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, juga disebut strategi defensif yang berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.