

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2012).

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu pada gabungan kelompok tani (Gapoktan) Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *Purposive*, yakni penetapan lokasi penelitian dengan dasar bahwa Gapoktan "Gunung Kelir" merupakan sentra penghasil kopi di Kecamatan Jambu dan memiliki prospek pemasaran yang baik. Selain itu daerah tersebut juga memiliki kondisi agroklimat yang mendukung untuk agribisnis kopi. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Mei sampai dengan Juli 2016.

Penelitian diawali dari studi awal untuk identifikasi masalah, pengumpulan data, pengolahan data, serta interpretasi data.

3.3. Metode Pengambilan Sampel

Singarimbun (2012) mengatakan pada dasarnya ada dua kelompok metode dalam pengambilan sampel, yaitu sampel probabilitas (*probability sampling*) dan nonprobabilitas (*non probability sampling*). Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan nonprobabilitas (*non probability sampling*), yaitu menggunakan metode *judgement sampling*.

Sampel sebagai elementer unit atau unsur contoh meliputi kelompok pengrajin kopi bubuk yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu dan kelompok ahli atau pakar yang mempunyai pemahaman tentang agroindustri dan pemasaran kopi. Untuk menentukan pengrajin kopi sebagai unsur contoh dipilih dengan metode *judgement sampling* berdasarkan pertimbangan bahwa pengrajin memiliki pengalaman usaha kopi sekurang-kurangnya 10 tahun, dan pengrajin tergabung dalam Gapoktan Gunung Kelir. Hasil dari pengamatan di lokasi penelitian, didapatkan jumlah sampel sebanyak 48 responden.

Sedangkan pada kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*), untuk menentukan prioritas sebagai peserta FGD adalah dipilih dan ditentukan secara subyektif yaitu melibatkan dari beberapa unsur akademisi, pelaku bisnis, instansi atau pemerintah dan masyarakat terkait yang berjumlah 11 orang. Selanjutnya dari kesebelas orang pakar itu disebut tokoh kunci atau *keyperson*. Penentuan *keyperson* yang dijadikan responden juga memperhatikan kapasitas, integritas, latar belakang dan pengalaman di bidang masing-masing sehingga sumbangan ide dan pemikiran tepat sasaran.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif digunakan dalam pembobotan, pemberian rating, dan penghitungan skor dari faktor internal dan eksternal, sedangkan data kualitatif digunakan pada penjelasan deskriptif mengenai gambaran umum Gapoktan Gunung Kelir, alternatif strategi yang dihasilkan, dan penjelasan deskriptif tentang faktor-faktor internal dan eksternal. Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil pengelolaan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya (Iskandar, 2008). Data ini didapatkan dari literatur-literatur maupun instansi atau lembaga yang mampu memberikan informasi terkait penelitian.

3.5. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian agar data lebih mudah diolah dan menghasilkan penelitian yang berkualitas. Data yang telah terkumpul dengan menggunakan instrumen akan dideskripsikan, dilampirkan atau digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam suatu penelitian. Instrument penelitian ini ada dua yaitu instrumen utama dan instrumen bantu.

Pada penelitian ini, peneliti sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih subjek sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, analisis data, dan membuat kesimpulan. Peneliti sebagai instrumen utama artinya peneliti terlibat secara langsung dalam penelitian. Kehadiran peneliti di lokasi penelitian sangat diutamakan karena pengumpulan data harus dilaksanakan dalam situasi yang sesungguhnya.

Instrumen bantu yang digunakan sebagai alat ukur untuk mendeskripsikan tingkat berpikir responden dalam menjawab permasalahan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang yaitu:

- a. Wawancara atau *Interview*.
- b. Observasi atau pengamatan
- c. Kuesioner atau Angket.
- d. Dokumentasi
- e. Skala Pengukuran

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara penyebaran kuesioner atau angket, yaitu pengumpulan data secara langsung dengan melakukan pengajuan pertanyaan pada responden. Metode penyebaran kuesioner adalah dengan mendatangi dan memberikan angket langsung kepada responden (*contact person*). Metode ini untuk mendapatkan data yang akurat dan tidak memberatkan responden. Data yang diukur berdasarkan persepsi responden

atas pertanyaan yang diajukan. Penentuan nilai atas persepsi responden berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran kopi. Skala yang dipakai adalah *Skala Likert*, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setelah mendapatkan data dari kuesioner maka peneliti melakukan langkah *coding*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan peninjauan dan pengamatan secara langsung ke lokasi serta objek-objek yang diteliti dengan berpedoman pada kuesioner. Tujuan observasi adalah untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas terkait kegiatan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir.

2. Wawancara atau *Interview*

Merupakan salah satu alat sebagai pengumpul data yang sangat baik agar dapat mengetahui pendapat, tanggapan, motivasi, perasaan dan proyeksi seseorang terhadap masa depannya. Metode ini dipergunakan apabila data yang akan diperlukan sebagian besar berada dalam benak pikiran responden. Maka dari itu wawancara banyak dipergunakan dalam studi-studi persepsi yang bernuansa kualitatif. Wawancara dilakukan berdasar data hasil observasi lapangan yakni pada Gapoktan Gunung Kelir dan dilanjutkan wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap beberapa responden kunci (*key person*) yang terkait dalam penelitian.

3. Kuesioner atau Angket

Merupakan suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan orang banyak, dapat dilakukan dengan jalan mengedarkan suatu daftar pertanyaan, yaitu berupa formulir-formulir yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban atau respon tertulis seperlunya. (Kartini Kartono, 1990). Data dan informasi diperoleh dengan alat bantu berupa kuesioner yang berupa daftar pertanyaan

tertulis yang disusun secara terstruktur, disajikan pada responden untuk diisi secara bebas sesuai keadaan dan pendapat responden.

4. Dokumentasi

Merupakan suatu bentuk dari pengabdian, arsip ataupun barang-barang peninggalan yang diabadikan. Dokumentasi sendiri dipergunakan sebagai alat memperoleh data langsung dari tempat penelitian, seperti literatur buku-buku yang relevan, majalah, laporan kegiatan, catatan harian, notulen rapat, serta beberapa dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

5. Skala Pengukuran

Merupakan alat sebagai pengukur sikap, nilai, minat, bakat, perhatian, motivasi, dan disusun dalam bentuk pernyataan agar dapat dinilai responden serta hasilnya dalam bentuk rentangan nilai angka sesuai dengan kriteria yang dibuat oleh peneliti.

6. FGD (*Forum Group Discussion*)

FGD (*Forum Group Discussion*) dilakukan dengan *brainstorming* dan dialog dengan pihak-pihak yang dianggap berkompeten dalam hal-hal yang berkaitan dengan agroindustri kopi. Manfaat FGD untuk merumuskan permasalahan dari data hasil observasi dan wawancara. Melalui sistem FGD ini dibahas beberapa hal terkait dengan fokus tujuan dari penelitian dan perumusan terkait strategi prioritas yang direkomendasikan. Susilowati (2008) menyatakan bahwa dalam mengurai permasalahan yang kompleks dan saling terkait dapat dilakukan FGD yang melibatkan unsur akademisi, pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat terkait.

3.7. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Identifikasi faktor internal dan eksternal terhadap kelompok pengrajin kopi pada Gapoktan Gunung Kelir dalam menentukan strategi pengembangan agroindustri kopi, terlebih dahulu dilakukan dengan menghimpun data melalui daftar pertanyaan yang berisi seperangkat pernyataan yang telah dirancang sesuai dengan dimensi dan variabel untuk masing-masing faktor kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman. Identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal tersebut dilakukan dengan menentukan beberapa item sebagai berikut :

1. Penentuan Item Pertanyaan

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang termasuk ke dalam faktor kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman bagi Kelompok/ Lembaga Pemasaran kabupaten Semarang diperoleh melalui wawancara dengan orang-orang yang mengetahui keadaan perusahaan, Selain metode wawancara, item-item pertanyaan tersebut diperoleh dari peninjauan langsung baik terhadap perusahaan maupun pihak-pihak yang mengetahui keadaan pemasaran kopi di kecamatan Jambu, kabupaten Semarang.

2. Penentuan Nilai Penting

Penentuan nilai penting untuk masing-masing pertanyaan dilakukan kepada pihak-pihak yang dianggap paling mengetahui atau berhubungan dengan strategi pemasaran kopi di Kelompok/ Lembaga Pemasaran yaitu Ketua Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kabupaten Semarang, Dinas Perkebunan, Dinas Perindustrian dan perdagangan kabupaten semarang, Ketua dan staf pemasaran Gapoktan Gunung Kelir sebanyak 31 responden. Cara yang dipakai untuk menjawab daftar pertanyaan yang diajukan berdasarkan nilai penting untuk masing-masing item adalah dengan menggunakan *Skala Likert 5 (lima) tingkat*, yang berhubungan dengan pertanyaan mengenai strategi pemasaran sebagai berikut ; a) Sangat penting diberi skor 5, b) Penting, diberi skor, c) Cukup penting, diberi skor 3, d) Tidak penting, diberi skor 2 dan e) Sangat tidak penting, diberi skor 1

3. Penentuan Bobot

Untuk menentukan besarnya bobot pada masing-masing item pernyataan ditetapkan berdasarkan tingkat kepentingan yaitu besarnya jumlah keseluruhan nilai penting untuk setiap faktor pada lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Misalnya faktor kekuatan memiliki 7 indikator pertanyaan maka jumlah ketujuh nilai penting dari indikator tersebut merupakan pembagi untuk masing-masing nilai penting setiap item pertanyaan, demikian halnya untuk faktor kelemahan yaitu peluang dan ancaman.

4. Penentuan Rating

Untuk menentukan besarnya nilai rating untuk masing-masing item pernyataan dalam daftar pertanyaan berdasarkan hasil wawancara dari 48 responden dengan distribusi terdiri dari petani kopi dan pelaku pemasar kopi di kabupaten Semarang. Dari 48 responden tersebut diambil untuk nilai rata-rata untuk setiap item pernyataan sehingga nilai rata-rata tersebut berada pada nilai minimal 1 dan maksimal 5 sebagaimana yang telah disebutkan di atas.

3.8. Metode Analisis Data

Penelitian ini dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis data yang dilakukan meliputi tahap pemasukan data, transfer data, editing data, pengolahan data dan interpretasi data. Analisis dalam penelitian meliputi analisis internal dan eksternal, dilanjutkan dengan analisis SWOT dan AHP, untuk merumuskan dan menetapkan prioritas strategi bagi pengembangan agroindustri kopi pada Gapoktan Gunung Kelir di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Pengolahan data dilakukan selama dan setelah pengumpulan data dilapang (data primer). Data yang diolah berasal dari data primer dan sekunder, pengolahan data dilakukan dengan bantuan program *Microsoft Excel* dan *Expert Choice* versi 9.0. Hasil kuesioner yang dikumpulkan kemudian dilakukan analisa data sebagai berikut :

3.8.1. Pengujian Kuesioner

Data yang diperoleh bisa menjadi tidak berguna karena kuesioner sebagai alat pengumpul data yang nantinya data tersebut diolah untuk menghasilkan informasi tertentu, ternyata tidak memiliki validitas dan realibilitas yang tinggi. Oleh karena itu agar data penelitian ini betul-betul menggambarkan fenomena yang diukur serta hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka untuk menguji kuesioner dalam penelitian ini dilakukan uji Validitas dan Realibilitas.

3.8.2. Uji Validitas

Menurut Santoso (2005), suatu instrumen atau alat berupa daftar pernyataan atas kuesioner yang valid atau absah memiliki validitas tinggi yaitu nilai r-hitung lebih besar nilai r-tabel, sebaliknya instrumen atau alat berupa daftar pernyataan yang kurang valid atau absah memiliki validitas yang rendah. Kriteria pengujian yang digunakan adalah jika nilai r-hitung (*corrected item total correlation*) lebih besar dari nilai r-tabel maka dinyatakan item pernyataan yang diuji valid, dan apabila nilai r-hitung (*corrected item total correlation*) lebih kecil atau sama dengan nilai r-tabel maka dinyatakan item pernyataan yang diuji tidak valid. Nilai r tabel dengan df (*degree of freedom*) sebesar 29 adalah 0,3009. Df sebesar 29 diperoleh dari jumlah sampel dalam uji validitas sebesar 31 dikurangi dengan 2 (jumlah variabel). Kemudian nilai r tabel dengan df = 29 dilihat pada tabel statistik 5% uji satu sisi (*one tailed*). Rumus yang digunakan adalah korelasi product moment satu sisi karena uji validitas hanya melihat korelasi positif saja. Tahapan yang dilakukan pada program SPSS adalah *analyze* → *scale* → *reliability analysis*, yang dibaca nilai *corrected item – total correlation*. Rumus korelasi product moment selengkapnya sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)\} \{(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- N = Banyaknya sampel atau responden
- r = koefisien korelasi
- X = Jumlah skor tiap butir atau skor variabel (jawaban responden)
- Y = Jumlah skor total dari variabel untuk responden ke- N

Hasil uji validitas diperoleh skor pada item untuk *strength* dengan kisaran nilai 0,364-0,599; item untuk *weakness* diperoleh kisaran nilai 0,359 – 0,704; item untuk *opportunities* diperoleh kisaran nilai 0,370 – 0,645; item untuk *threats*

diperoleh kisaran nilai 0,366 – 0,759. Hasil uji validitas tersebut membuktikan bahwa indikator pada analisis SWOT sudah valid karena lebih besar dari r tabel (0,3009).

3.8.3. Uji Reliabilitas

Menurut Santoso (2005) uji realibilitas merupakan uji terhadap suatu alat ukur pada prinsipnya menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap obyek yang sama.

Kriteria pengambilan keputusan di dalam uji reliabilitas adalah dengan membandingkan nilai alpha (α) hitung lebih besar atau sama dengan 5 % maka untuk mengukur reliabilitas suatu faktor kriteria yang digunakan adalah instrument tersebut reliabel dan sebaliknya. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas digunakan rumus koefisien alpha (α), yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right] \dots\dots\dots (2)$$

- Keterangan ; α = Koefisien alpha
 k = Banyaknya belahan test
 S_j^2 = Varietas belahan j; dimana j = 1,2, ..., k
 S_x^2 = Varietas skor test

Tahapan yang dilakukan untuk mendapatkan angka alpha pada program SPSS adalah *analyze* → *scale* → *reliability analysis*, dan yang dibaca nilai *alpha*. Hasil uji reliabilitas diperoleh skor alpha pada item untuk *strength* sebesar 0,758; skor alpha pada item untuk *weakness* sebesar 0,771; skor alpha pada item untuk *opportunities* sebesar 0,835; skor alpha pada item untuk *threats* sebesar 0,829. Hasil uji validitas tersebut membuktikan bahwa indikator pada analisis SWOT sudah reliabel karena lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2007).

3.8.4. Analisis SWOT

Strategi pemasaran kopi di kabupaten Semarang senantiasa dipengaruhi oleh lingkungan yang bersifat strategis yaitu berupa kondisi, situasi, keadaan, peristiwa dan pengaruh-pengaruh yang mengelilingi pemasaran dari waktu ke waktu. Secara terstruktur lingkungan strategik yang dimaksud berupa lingkungan internal yang terdiri atas dua faktor strategis yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), dan berupa lingkungan eksternal yang terdiri dari dua faktor strategis pula yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Rangkuti (2013), proses pengambilan keputusan strategis harus berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis dan kebijakan perusahaan. Untuk menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) digunakan analisis situasi yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Tahapan dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dalam kolom 1.
- b. Memberi bobot masing-masing factor tersebut (pada kolom 2) dimulai dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Maksimal bobot tersebut jumlahnya 1,00.
- c. Menghitung rating (pada kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Rating ditentukan dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan berdasarkan tingkatan yang telah dicapai perusahaan untuk tiap faktor.
- d. Mengalikan bobot masing-masing faktor pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor skor pembobotan pada kolom 4.
- e. Kolom 5 untuk memberikan catatan atau alasan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih.

- f. Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk mendapatkan total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan yang nantinya perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal dan internalnya. Total skor ini digunakan dalam penentuan posisi perusahaan pada Diagram Analisis SWOT.

Setelah diperoleh skor pembobotan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W dan faktor O dengan T. Perolehan angka pada pengurangan atau selisih total $S - W$ selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka selisih total faktor $O - T$ selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y, kemudian mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (X,Y) pada kuadran SWOT.

Sedangkan untuk mempermudah dalam memperoleh skor pada elemen IFAS (faktor kekuatan dan kelemahan) dan EFAS (faktor peluang dan ancaman), maka disusun tabel yang berisikan tentang pokok-pokok permasalahan yang dihadapi oleh setiap perusahaan. Dari setiap faktor akan memunculkan indikator-indikator yang nantinya akan dijadikan bahan pertanyaan terhadap responden. Oleh karena itu perlu ketelitian dan ketepatan dalam menentukan setiap indikator pertanyaan supaya mudah untuk diidentifikasi oleh responden dan para ahli. Identifikasi terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dapat dilihat pada Tabel 3. dan Tabel 4. berikut ini ;

Tabel 3. IFAS untuk Analisis Faktor Kekuatan

No	Faktor Kekuatan	Nilai Penting	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
1	Prioritas petik merah (biji tua)				
2	Ketersediaan bahan baku kopi mudah				
3	Memiliki saluran pemasaran				
4	Usaha kopi merupakan pekerjaan utama				
5	Usaha sudah ditekuni cukup lama				
6	Keunggulan karakteristik kopi seperti aroma moka				
7	Ketersediaan tenaga kerja				
Total					

Sumber : Data primer

Tabel 4. IFAS untuk Analisis Faktor Kelemahan

No	Faktor Kelemahan	Nilai Penting	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
1	Produk kopi belum dikenal masyarakat luas				
2	Belum menerapkan standar mutu produk				
3	Permodalan untuk menunjang usaha minim				
4	Produksi belum optimal				
5	Lembaga dan saluran pemasaran belum optimal				
6	Penanganan produk kopi masih manual, belum inovatif dan tidak variatif				
Total					

Sumber : Data primer diolah

Identifikasi terhadap faktor external (peluang dan ancaman) dapat dilihat pada Tabel 5. dan Tabel 6. berikut ini;

Tabel 5. EFAS untuk Analisis Faktor Peluang

No	Faktor Peluang	Nilai Penting	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
1	Dukungan promosi dari pemerintah				
2	Adanya SNI kopi dan sertifikat Halal.				
3	Ketersediaan lembaga keuangan (Koperasi dan Perbankan)				
4	Permintaan produk kopi tinggi				
5	Wilayah dan jaringan pemasaran luas (nasional, internasional)				
6	Alat dan teknologi tersedia				
7	Beragam inovasi dan diversifikasi produk kopi				
8	Tanaman kopi dibudidayakan				
9	Adanya program penghijauan lahan "Go green" dari pemerintah				
10	Adanya program 'One product one village				
Total					

Sumber : Data primer diolah

Tabel 6. EFAS untuk Analisis Faktor Ancaman

No	Faktor Ancaman	Nilai Penting	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
1	Adanya pesaing dari daerah lain				
2	Pembinaan, pendampingan yang belum optimal				
3	Munculnya tengkulak di lahan dan pasar				
4	Harga kopi fluktuatif				
5	Alih fungsi lahan menjadi pemukiman				
6	Sarana dan prasarana pendukung belum maksimal				
Total					

Sumber : Data primer diolah

3.8.5. *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

AHP merupakan salah satu metode untuk membantu menyusun suatu prioritas dari berbagai pilihan dengan menggunakan beberapa kriteria (*multi criteria*) dan AHP juga didasarkan pada suatu proses yang terstruktur dan logis. (Susila, 2007). Teknik AHP umumnya digunakan dengan tujuan untuk menyusun prioritas dari berbagai alternatif yang ada dan pilihan bersifat kompleks dan multi kriteria. Secara umum dengan menggunakan AHP prioritas yang dihasilkan akan bersifat konsisten. Teknik AHP merupakan metode yang dapat digunakan untuk menganalisis suatu masalah yang kompleks, diatur dan disesuaikan menurut kelompok-kelompok tersebut dalam suatu hierarki yang memiliki skala prioritas. AHP menggunakan bantuan perangkat lunak *Expert Choice*. AHP adalah pendekatan pengambilan keputusan yang dirancang untuk membantu memilih solusi dari berbagai permasalahan multikriteria yang kompleks dalam berbagai ranah aplikasi (Saaty, 1993). Langkah-langkah metode AHP adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan tujuan berdasarkan permasalahan yang ada.
- b. Menentukan kriteria. Kriteria adalah kerangka pokok dan strategi yang akan dilakukan yang didalamnya mencakup alternatif-alternatif yang sejenis sesuai kriteria. Kriteria ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan

eksternal yang mempengaruhi dari hasil analisis SWOT dan didiskusikan dengan *key person*.

- c. Menentukan alternatif, dalam hal ini adalah alternatif strategi yang merupakan penjabaran dan kriteria. Alternatif juga ditentukan oleh *key person* pada FGD (*Forum Group Discussion*).
- d. Menyebarkan kuesioner kepada responden yang dipilih, meliputi *key person* yang terdiri dari unsur akademisi, pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat terkait.
- e. Menyusun matrik perbandingan berpasangan (*pairwise comparisons*).
- f. Setiap alternatif dibandingkan dengan alternatif lainnya sehingga diketahui alternatif yang diprioritaskan dengan alat bantu program *Expert Choice*.
- g. Uji validitas. Uji validitas diuji melalui uji konsistensi dengan menggunakan program *Expert Choice* versi 9.0, dikategorikan konsisten apabila diperoleh JR (*Inconsistensi Ratio*) kurang atau sama dengan 0,1.

Kombinasi faktor SWOT-AHP adalah suatu penggunaan struktur hirarki untuk proses perencanaan strategis berdasarkan studi SWOT, serta adanya penggunaan teknik kuantitatif untuk memperkirakan nilai efisiensi strategi ideal untuk masing-masing strategi yang diusulkan. Struktur hirarki tersusun atas empat tingkat yaitu :

- a. Tingkat pertama, adalah tujuan yang harus dicapai,
- b. Tingkat kedua, terdiri atas 4 (empat) kelompok faktor teknis SWOT yaitu Kekuatan (*strength*), Kelemahan (*weakness*), Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*).
- c. Tingkat ketiga, terdiri dari faktor-faktor yang termasuk dalam anggota dari empat kelompok dari tingkat sebelumnya yaitu Kekuatan (7 faktor), Kelemahan (6 faktor), Peluang (10 faktor) dan Ancaman (6 faktor).
- d. Tingkat keempat, didasari oleh strategi yang harus dievaluasi dan dibandingkan.

Pengambilan keputusan strategi dalam penelitian ini dengan metode AHP yaitu menggunakan FGD (*Focus Group Discussion*), yang terdiri dari 11 responden (*keyperson*) yang dipilih secara subyektif. Peserta FGD tersebut terdiri

dari unsur akademisi (2 orang), unsur pemerintah atau instansi terkait (4 orang), unsur pelaku bisnis (4 orang), dan unsur lembaga swadaya masyarakat (LSM 1 orang). Komparasi dalam pengambilan keputusan strategi diambil berdasarkan hasil matrik SWOT telah seperti yang dijelaskan pada Tabel 17.