



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu usaha kerupuk sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini merupakan studi kasus usaha kerupuk sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung. Alasan pemilihan lokasi penelitian dikarenakan usaha tersebut masih berkembang dan masih melakukan produksi di Desa Jerambang Kecamatan Gaung Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yaitu pada bulan september tahun 2025 sampai dengan bulan Januari 2026.

3.2 Metode Pengambilan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi, adalah teknik pengamatan yang dilakukan secara sistematis mengenai fenomena atau objek yang akan diteliti.
2. Wawancara atau interview, adalah teknik dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara bertanya langsung kepada pengusaha kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir.
3. Dokumentasi adalah teknik memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.



3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer di peroleh langsung dari responden melalui wawancara dengan pengusaha home industri menggunakan kuesioner. Data yang di peroleh meliputi identitas responden (nama, jenis usaha, pendidikan dan lain-lain), identitas usaha (nama, usaha, jenis usaha, usia usaha dan lain-lain), biaya produksi, dan aspek penjualan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber kedua atau bukan dari sumber asli, miasalnya dari instansi (lembaga) pemerintah, swasta ataupun instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik, Kantor Kelurahan, dan Dinas Pertanian. Data yang di peroleh meliputi catatan atau dokumentasi perusahaan berupa (absensi, gaji, laporan keuangan) dan data kondisi umum daerah penelitian berupa (keadaan alam, keadaan penduduk, keadaan perekonomian, keadaan pertanian dan keadaan perindustrian).

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua pendekatan, yaitu analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Analisis kuantitatif dilakukan secara matematis dengan menggunakan alat bantu berupa kalkulator dan program Microsoft Excel versi 2010 untuk menghitung biaya produksi, pendapatan, serta efisiensi usaha. Sementara itu, analisis deskriptif dilakukan dengan menyederhanakan data ke dalam bentuk tabel serta menggunakan analisis SWOT. Data yang telah dikumpulkan dikelompokkan menurut jenisnya, kemudian dianalisis dengan menghubungkannya terhadap landasan teori yang telah diuraikan dalam tinjauan pustaka untuk selanjutnya



ditarik kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5 Analisis Biaya

Biaya keseluruhan adalah jumlah dari biaya tetap dan biaya variabel yang perlu dikeluarkan oleh usaha Home Kerupuk Sagu. Dalam bentuk matematis ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$TC=TFC+TVC$$

Keterangan:

TC = keseluruhan biaya dari usaha Kerupuk Sagu (Rp/Bulan)

TFC = jumlah biaya tetap dari usaha Kerupuk Sagu (Rp/Bulan)

TVC = total biaya tidak tetap dari usaha Kerupuk Sagu (Rp/Bulan)

3.6 Analisis Penyusutan Alat

Biaya penyusutan peralatan dihitung dengan metode garis lurus (Straight Line Method) dengan rumus sebagai berikut :

$$D = \frac{C - SV}{UL}$$

Keterangan :

D = Nilai Penyusutan Alat (Rp/Unit/Tahun)

C = Harga Beli Alat (Rp/Unit)

SV = Nilai Sisa Alat (Rp/Unit) 20% dari nilai beli UL = Masa Pakai Alat (Tahun)



3.7 Analisis Penerimaan

Untuk menghitung pendapatan dalam sebuah bisnis, total produk yang terjual dikalikan dengan harga yang ditetapkan akan menghasilkan jumlah uang yang diterima sebagai imbalan atas produk yang dijual. Oleh karena itu, rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan (Rp/Produksi)

P = Harga Jual (Rp/Produksi)

Q = Total output/produk yang dihasilkan (Rp/Produksi)

3.8 Analisis Keuntungan

Keuntungan merupakan pengangguran penerimaan total dengan biaya total dari usaha kerupuk sagu. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = keuntungan usaha dari kerupuk sagu (Rp/Bulan)

TR = Penerimaan total dari usaha kerupuk sagu (Rp/Bulan)

TC = biaya total dari usaha kerupuk sagu (Rp/Bulan)

3.9 Analisis Efisiensi Usaha

Analisis Rasio Biaya Pendapatan adalah suatu bentuk analisis yang mengevaluasi hubungan antara penerimaan dan pengeluaran. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah usaha tahu tersebut dapat dianggap layak untuk dilaksanakan. Untuk menghitung Efisiensi Usaha, pada usaha olahan sagu dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :



Efisiensi usaha = R/C

Keterangan :

R = Penerimaan

C = Biaya Total

Dimana :

$R/C > 1$ berarti usaha yang dijalankan sudah efisien

$R/C = 1$ berarti usaha belum efisien atau usaha mencapai titik impas

$R/C < 1$ berarti usaha yang dijalankan tidak efisien.

3.10 Analisis SWOT

Untuk menyusun strategi pada usaha kerupuk sagu dilakukan dengan menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman).) untuk mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang kinerja produk, serta strategi pemasaran yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

3.11 Penyusunan Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

3.11.1 Matriks Faktor Strategis Internal

Setelah berbagai faktor strategis yang berasal dari lingkungan internal perusahaan berhasil diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menyusun Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) yang berfungsi untuk merangkum dan merumuskan faktor-faktor



tersebut ke dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) perusahaan.

Proses penyusunan tabel ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Langkah pertama adalah mengidentifikasi dan mencantumkan seluruh faktor yang tergolong sebagai kekuatan maupun kelemahan perusahaan, yang kemudian dituliskan pada kolom pertama tabel.
2. Langkah kedua adalah memberikan bobot pada setiap faktor yang telah diidentifikasi pada kolom kedua. Pemberian bobot menggunakan skala dari 1,0 yang menunjukkan tingkat kepentingan paling tinggi hingga 0,0 yang menunjukkan tidak adanya kepentingan sama sekali. Penentuan bobot ini didasarkan pada seberapa besar pengaruh masing-masing faktor terhadap posisi strategis perusahaan. Perlu diperhatikan bahwa akumulasi dari seluruh bobot yang diberikan tidak boleh melampaui angka total 1,0.
3. Langkah ketiga adalah menentukan nilai rating untuk setiap faktor pada kolom ketiga. Pemberian rating menggunakan skala 4 yang berarti sangat baik (*outstanding*) hingga 1 yang berarti buruk (*poor*), dengan mempertimbangkan sejauh mana faktor tersebut berpengaruh terhadap kondisi perusahaan. Untuk faktor-faktor yang bersifat positif atau termasuk dalam kategori kekuatan, nilai rating diberikan mulai dari +1 hingga +4 sebagai nilai tertinggi, yang ditentukan melalui perbandingan dengan rata-rata industri atau dengan kompetitor utama. Sebaliknya, untuk faktor-faktor yang bersifat negatif atau termasuk dalam kategori kelemahan, pemberian nilai dilakukan secara terbalik. Sebagai ilustrasi, apabila tingkat kelemahan perusahaan jauh lebih besar dibandingkan dengan rata-rata industri, maka faktor tersebut memperoleh nilai



1. Namun apabila kelemahan perusahaan berada di bawah rata-rata industri, maka nilainya adalah 4.

4. Langkah keempat adalah mengalikan nilai bobot yang terdapat pada kolom kedua dengan nilai rating pada kolom ketiga guna menghasilkan skor pembobotan yang dicantumkan pada kolom keempat. Hasil perkalian ini menghasilkan skor pembobotan untuk setiap faktor, dengan rentang nilai yang bervariasi mulai dari 4,0 sebagai skor tertinggi (*outstanding*) hingga 1,0 sebagai skor terendah (*poor*).
5. Langkah kelima dan terakhir adalah menjumlahkan seluruh skor pembobotan yang terdapat pada kolom keempat untuk mendapatkan total skor pembobotan perusahaan secara keseluruhan. Nilai total ini mencerminkan bagaimana perusahaan merespons dan mengelola faktor-faktor strategis yang berasal dari lingkungan internalnya. Selain itu, total skor tersebut juga dapat dimanfaatkan sebagai dasar perbandingan antara perusahaan yang bersangkutan dengan perusahaan-perusahaan lain yang beroperasi dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 1997).

3.11.2 Matriks Faktor Strategis Eksternal

Sebelum menyusun Matriks faktor strategi eksternal, hal mendasar yang perlu dilakukan terlebih dahulu adalah memahami konsep faktor strategi eksternal atau yang dikenal dengan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Adapun prosedur dalam menyusun Matriks EFAS dapat diuraikan melalui tahapan-tahapan berikut:

1. Langkah awal dimulai dengan mengidentifikasi serta mendaftarkan sejumlah 5 hingga 10 aspek yang tergolong sebagai peluang maupun ancaman bagi perusahaan, yang selanjutnya dicatat pada kolom pertama tabel.



2. Langkah kedua adalah menetapkan proporsi bobot untuk tiap-tiap aspek yang telah didata pada kolom kedua. Skala pembobotan berkisar antara 1,0 yang mengindikasikan tingkat urgensi tertinggi hingga 0,0 yang mengindikasikan tidak adanya urgensi. Penetapan bobot ini mempertimbangkan kemungkinan besarnya pengaruh yang dapat ditimbulkan oleh masing-masing aspek terhadap kondisi strategis perusahaan.
3. Langkah ketiga adalah memberikan penilaian rating pada setiap aspek di kolom ketiga. Skala penilaian dimulai dari angka 4 yang mencerminkan kondisi sangat unggul (*outstanding*) hingga angka 1 yang mencerminkan kondisi lemah (*poor*), dengan memperhatikan dampak aspek tersebut terhadap keadaan perusahaan terkait. Khusus untuk aspek yang dikategorikan sebagai peluang, penilaian bersifat berbanding lurus, artinya semakin besar potensi peluang yang dimiliki maka semakin tinggi pula rating yang diberikan, yaitu 4 untuk peluang dengan potensi terbesar dan 1 untuk peluang dengan potensi terkecil. Prinsip serupa juga berlaku pada aspek ancaman, di mana ancaman dengan intensitas rendah akan memperoleh rating yang lebih tinggi, misalnya apabila dampak ancaman tergolong ringan maka rating yang diberikan.
4. Langkah keempat adalah melakukan perkalian antara angka bobot di kolom kedua dengan angka rating di kolom ketiga, sehingga menghasilkan skor tertimbang yang dicatat pada kolom keempat. Perkalian ini akan menghasilkan nilai skor tertimbang untuk tiap-tiap aspek, dengan rentang hasil yang bergerak dari 4,0 sebagai capaian paling optimal (*outstanding*) hingga 1,0 sebagai capaian paling minimal (*poor*).



5. Langkah terakhir adalah mengakumulasi keseluruhan skor tertimbang pada kolom keempat guna memperoleh angka total skor tertimbang perusahaan. Angka total ini merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam merespons serta menghadapi berbagai dinamika yang bersumber dari lingkungan eksternalnya. Di samping itu, angka total tersebut juga bermanfaat sebagai instrumen pembandingan kinerja strategis antara perusahaan yang dianalisis dengan perusahaan-perusahaan kompetitor yang berada dalam sektor industri serupa (Rangkuti, 1997).

Faktor Strategi

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal

Faktor Strategi Internal/Eksternal	Bobot	Rating	Skoring (Bobot x Rating)
Kekuatan			
1.			
Kelemahan			
1.			
Peluang			
1.			
Ancaman			
1.			

Berdasarkan Tabel 1. di atas, tahapan yang dilakukan dalam menentukan faktor strategi adalah mengidentifikasi terlebih dahulu faktor-faktor yang termasuk ke dalam kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang kemudian dicantumkan pada kolom 1. Selanjutnya, setiap faktor diberikan bobot pada kolom 3 dengan ketentuan bahwa total keseluruhan bobot tidak boleh melebihi skor 1. Secara matematis, penentuan bobot dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Bobot} = (\text{Rating} \times \text{Total Bobot}) / \text{Total Rating}$$

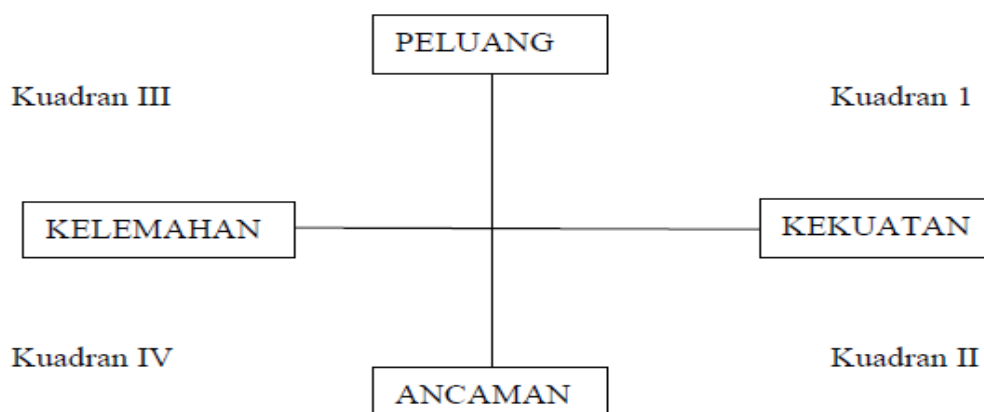
Kemudian berikan peringkat untuk setiap faktor pada kolom 2 dengan skala mulai dari 4 yang menunjukkan pengaruh sangat besar hingga 1 yang menunjukkan pengaruh

tidak besar, berdasarkan penilaian dan respon pelaku usaha terhadap masing-masing faktor tersebut. Langkah terakhir adalah mengalikan bobot setiap faktor dengan rating yang telah ditentukan guna memperoleh nilai skoring yang dicantumkan pada kolom 4.

Penilaian terhadap prospek usaha agroindustri usaha Kerupuk Sagu Ibu Ulfa di Desa Jerambang Kecamatan Gaung dilakukan secara kualitatif dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi. Selain itu, Matriks SWOT digunakan sebagai alat untuk menyusun faktor-faktor strategis pelaku usaha dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat.

3.11.3 Diagram SWOT

Adapun diagram analisis SWOT dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT (Rangkuti, 2000)

Keterangan:

- Kuadran I: Posisi ini menggambarkan kondisi yang paling ideal bagi perusahaan. Pada kuadran ini, perusahaan memiliki keunggulan internal yang kuat sekaligus dihadapkan pada peluang eksternal yang besar, sehingga mampu mengoptimalkan potensi peluang yang tersedia. Strategi yang seharusnya dijalankan pada kondisi ini



adalah menerapkan kebijakan ekspansi secara agresif guna mendorong pertumbuhan usaha secara maksimal.

- Kuadran II: Pada posisi ini, meskipun perusahaan dihadapkan pada beragam tekanan dari lingkungan eksternal berupa ancaman, perusahaan tetap memiliki keunggulan yang bersumber dari faktor internalnya. Strategi yang tepat untuk diterapkan pada kondisi ini adalah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang dalam jangka panjang melalui pendekatan diversifikasi produk maupun usaha.
- Kuadran III: Pada posisi ini, perusahaan berhadapan dengan potensi pasar yang sangat luas dan menjanjikan, namun di sisi lain terhambat oleh berbagai keterbatasan dan kendala yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, fokus utama strategi perusahaan diarahkan untuk memperbaiki dan meminimalisasi permasalahan internal yang ada, agar selanjutnya perusahaan dapat memanfaatkan peluang pasar secara lebih optimal.
- Kuadran IV: Posisi ini mencerminkan kondisi yang paling tidak menguntungkan bagi perusahaan. Pada kuadran ini, perusahaan secara bersamaan menghadapi tekanan dari lingkungan eksternal berupa ancaman serta terbebani oleh berbagai kekurangan yang bersumber dari faktor internalnya. Strategi yang perlu diterapkan pada kondisi ini bersifat defensif, yakni berupaya meminimalkan dampak kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal demi keberlangsungan usaha.

3..11.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan



kelemahan yang dimilikinya. Bentuk matriks SWOT dapat dilihat pada gambar 2 (Rangkuti, 2008).

Matriks SWOT dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu :

- 1..Strategi *Strenght Opportunities* (SO) dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2.Strategi *Strenght Threats* (ST) yaitu strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- 3.Strategi *Weaknesses Opportunities* (WO) diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4.Strategi *Weaknesses Threats* (WT) didasarkan pada kegiatan pemanfaatan peluang dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Internal Faktor Eksternal	<i>STRENGHT (S)</i> Faktor-Faktor kekuatan internal	<i>WEAKNESSES (W)</i> Faktor kelemahan internal
	<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Faktor peluang eksternal	<i>STRATEGI(SO)</i> strategi yang menguraikan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada <i>STRATEGI (WO)</i> Strategi dengan mengambil kekuatan dari peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki



<i>THREATS (T)</i>	<i>STRATEGI (ST)</i>	<i>STRATEGI (WT)</i>
Faktor ancaman eksternal	Strategi dengan menguraikan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Tabel 2. Matriks Swot

3.12 Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami variabel-variabel yang diamati, maka dijelaskan konsep operasional penelitian sebagai berikut: Analisis usaha kerupuk sagu ibu ulfa merupakan kajian terhadap suatu kegiatan usaha yang mencakup aspek biaya, penerimaan, keuntungan, serta efisiensi produksi.

1. Kerupuk sagu adalah makanan ringan gurih, asin dan bercita rasa manis yang populer di kalangan masyarakat, dengan sagu sebagai bahan baku utamanya.
2. Biaya tetap adalah pengeluaran yang dikeluarkan secara konstan dalam proses produksi agroindustri kerupuk sagu, mulai dari tahap pembuatan hingga produk siap dipasarkan (Rp/produksi).
3. Biaya variabel merupakan pengeluaran yang berubah sesuai dengan volume produksi, meliputi biaya bahan baku dan komponen lain yang bersifat fleksibel (Rp/produksi).
4. Total biaya adalah hasil penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel (Rp/produksi).
5. Produksi adalah jumlah output atau kuantitas produk yang dihasilkan dari kegiatan proses produksi (Kg).
6. Harga menunjukkan nilai jual per satuan produk dalam periode tertentu (Rp/Kg).



7. Penerimaan merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi kerupuk sagu dengan harga jual yang berlaku (Rp/produksi).
8. Keuntungan adalah selisih antara total penerimaan dan total biaya produksi (Rp/produksi).
9. Efisiensi diartikan sebagai perbandingan antara penerimaan (revenue) dengan biaya (cost) yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi.
10. Analisis SWOT merupakan rancangan strategi pengembangan usaha yang mencakup berbagai elemen penting yang digunakan perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan menarik minat konsumen.

