

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sembagi Coffee yang berlokasi di Jl. Kemang Raya No.140 RT.04 RW.05, Kalibaru, Kec.Cilodong, Kota Depok, Jawa Barat.

Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan	Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Observasi awal												
2.	Pengajuan izin penelitian												
3.	Pengumpulan data												
4.	Pengolahan data												
5.	Analisis dan evaluasi												
6.	Penulisan laporan												
7.	Seminar hasil penelitian												

Sumber: Rencana Penelitian (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Sugiyono (2017:2) menyatakan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan demikian, dalam melakukan penelitian perlu adanya suatu metode penelitian yang sesuai untuk memperoleh sebuah data yang akan diteliti dalam sebuah penelitian. Metode penelitian sangat penting dalam suatu penelitian ilmiah, karena metode merupakan cara untuk mencapai tujuan.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan untuk memahami fenomena tentang apa yang terjadi atau yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain lain (Moleong, 2017:6).

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang menjelaskan suatu fenomena melalui deskripsi dalam bentuk kalimat dan bahasa pada suatu hal yang menggunakan metode alamiah. Oleh karena itu, tujuan umum dari

penelitian adalah untuk memperjelas masalah, maka langkah-langkah yang akan diambil harus dikaitkan dengan masalah yang dirumuskan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan mengetahui penerapan *business model canvas* pada Sembagi Coffee

3.3 Informan Penelitian

Menurut Moleong (2017:132) “Informan adalah seseorang atau lebih yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan Informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian”. manfaat dari informan bagi penelitian adalah untuk dapat berbicara, bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang di temukan dari subjek lainnya (Bogdan dan Biklen dalam Moleong 2017:133). Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan informasi yang didapat dari pemilik Sembagi Coffee untuk memberikan informasi kepada peneliti.

3.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain lain (Lofland dan Lofland dalam Moleong 2017:157). Berhubungan dengan itu pada bagian ini jenis datanya dibagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik (Moleong 2017:157).

Peneliti melakukan wawancara secara langsung bersama para manajemen *coffee shop* Sembagi Coffee.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Moleong (2017:186) wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Menurut Sugiyuno (2017:137)

wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*).

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:145) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Dan menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2017:145) observasi adalah suatu proses yang kompleks dan tersusun, dua diantara yang terpenting adalah proses proses pengamatan dan ingatan.

3. Dokumentasi

Menurut Moleong (2017:216) bahwa dokumen dibedakan menjadi dua, yaitu dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaan. Dokumen pribadi mencakup buku harian, surat pribadi, dan otobiografi. Sedangkan dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi. Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan suatu lembaga sosial, misalnya majalah, bulletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan kepada media massa.

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (*validitas*) dan keandalan (*reliabilitas*) menurut versi *positivisme* yang sesuai dengan persyaratan pengetahuan, kriteria dan paradigma itu sendiri (Moleong, 2017:321). Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data yaitu:

Ketekunan atau Keajegan Pengamatan

Konsistensi observasional berarti mencari interpretasi yang konsisten dengan cara yang berbeda sehubungan dengan proses analisis tertentu atau awal. Ketekunan pengamatan berarti menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan masalah atau pertanyaan yang dicari, dan memfokuskannya secara rinci (Moleong, 2017:329).

3.7 Metode Analisis Data

Analisis memiliki arti pemisahan atau penyelidikan yang teliti. Dengan singkatnya yaitu analisis merupakan upaya analisis, atau memeriksa sesuatu secara detail. Dalam penelitian, analisis data dimaknai sebagai kegiatan berdiskusi dan memahami data yang ditemukan makna khusus, interpretasi dan kesimpulan dari keseluruhan data penelitian.

Teknik Analisis Data Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman dalam Kadek Anggi (2018:52) sebagai alat untuk mengkaji permasalahan dalam penerapan strategi bisnis pada Atabali. Teknik yang digunakan meliputi:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dalam tahap ini, peneliti menajamkan analisis, memilih bagian data mana yang dibuang, bagian data mana yang penting, menggolongkan atau pengkategorisasian ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih spesifik dan mempermudah peneliti mengumpulkan data selanjutnya serta mencari data tambahan jika diperlukan. Semakin lama peneliti menggali informasi di lapangan maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Oleh karena itu, reduksi data perlu dilakukan sehingga data tidak bertumpuk agar tidak mempersulit analisis selanjutnya.

2. Penyajian Data

Tahap berikutnya adalah penyajian data, dimana “penyajian” disini dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam tahap ini, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan, apakah lebih lanjut menganalisis ataukah mengambil tindakan, yang didasari atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut. Penyajian data dapat dilakukan dengan uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori, serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut bisa mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi. Pada tahap ini, peneliti berupaya menyusun data yang relevan sehingga informasi

yang didapat bisa disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

3. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan diartikan sebagai sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan tersebut juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi ini bertujuan untuk menguji validitas makna-makna yang muncul dari data yang dikumpulkan. Verifikasi itu bisa sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis selama menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, ataupun peninjauan kembali dengan bertukar pikiran dengan informan lainnya. Dengan kata lain, proses analisis tidak sekali jadi, melainkan interaktif, secara bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama penelitian.

3.7.1 *Business Model Canvas*

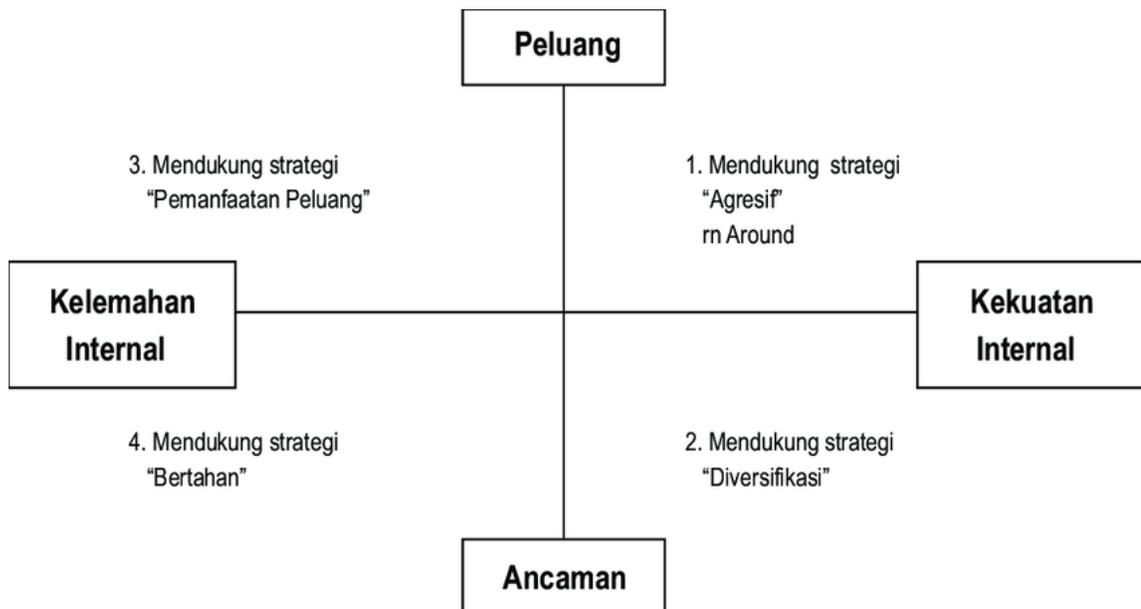
Selanjutnya setelah melakukan analisis, maka selanjutnya penulis mengisi Kanvas tersebut ke dalam kesembilan blok Business Model Canvas yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partnership* dan *Cost Structure*.

1. *Customer Segments*: Siapa sasaran *coffee shop*? Siapakah pelanggan terpenting Anda?
2. *Value Propositions*: Nilai apakah yang dapat diberikan kepada pelanggan sehingga membuat pelanggan tertarik?
3. *Channels*: saluran apa saja yang digunakan oleh perusahaan untuk menjangkau pelanggan?
4. *Customer Relationships*: Jenis hubungan apakah yang diharapkan masing-masing Segmen pelanggan untuk membangun dan mempertahankan bersama pelanggan? Jenis hubungan apa yang telah dibangun?
5. *Revenue Streams*: Bagaimana cara bisnis *coffee shop* menghasilkan uang dari *value* yang ditawarkan?
6. *Key Activities*: Apa saja aktivitas-aktivitas kunci yang diperlukan proposisi nilai *coffee shop*?

7. *Key Resources*: Sumber daya utama apakah yang dibutuhkan proposisi nilai perusahaan?
8. *Key Partnerships*: siapa saja mitra utama *coffee shop*? Siapa saja pemasok utama? Sumber daya utama apakah yang *coffee shop* dapatkan dari mitra? Kegiatan apa saja yang dilakukan mitra?
9. *Cost Structure*: Biaya terpenting apakah yang terdapat dalam model bisnis?

3.7.2 Analisis SWOT

Dalam menetapkan strategi bisnis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi Faktor Internal dan Eksternal yang mana kedua faktor tersebut haruslah dipertimbangkan lebih lanjut kedalam Analisis SWOT. SWOT sendiri merupakan singkatan dari lingkungan internal *Strengths* (Kekuatan), dan *Weaknesses* (Kelemahan) serta lingkungan eksternal berupa *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti, 2018:20)



Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT

Sumber: Rangkuti (2018:20)

Keterangan Diagram Analisis SWOT :

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran 2: Meski menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi Internal. Strategi yang harus diterapkan ialah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi di lain pihak, perusahaan menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matrix yang mana berfokus meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan dimana perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor faktor strategis dalam perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut :

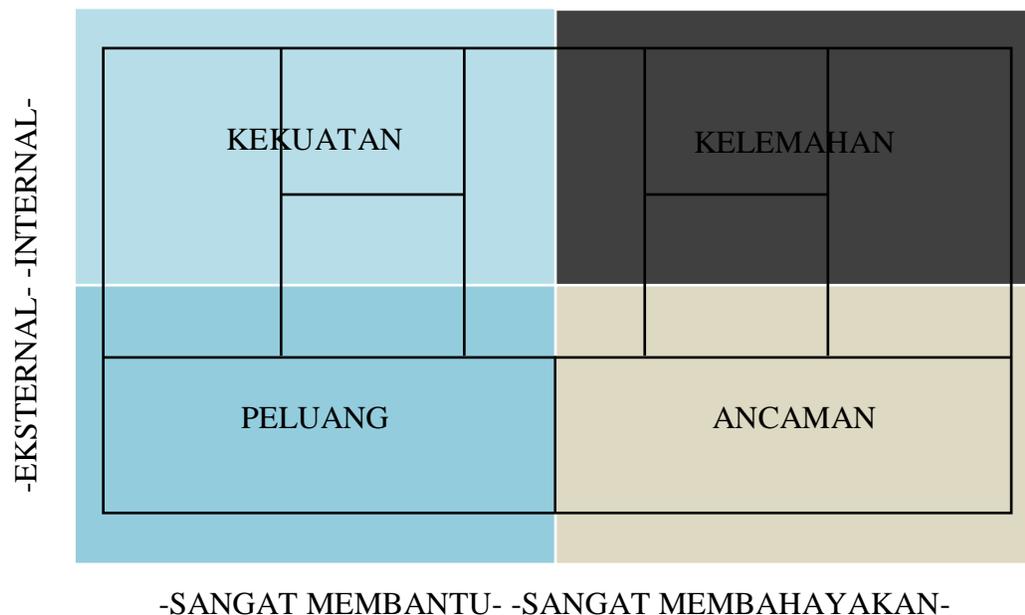
IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	Kekuatan/ <i>Strengths</i> (S)	Kelemahan/ <i>Weaknesses</i> (W)
EFAS (<i>External Strategic Factors Analysis Summary</i>)	Tentukan faktor kekuatan-kekuatan internal	Tentukan faktor kelemahan-kelemahan internal
Peluang/ <i>Opportunities</i> (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan faktor peluang-peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan Peluang	Ciptakan strategi yang memperbaiki kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman/ <i>Threats</i> (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan faktor ancaman-ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi Ancaman	Ciptakan strategi yang memperbaiki kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 3.2 Matriks SWOT

Sumber : Rangkuti (2018:84)

1. Menyusun daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.
2. Menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang peluang eksternal.
3. Menyusun strateg WO (*Weeknes-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang eksternal.
4. Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal
5. Menyusun strategi WT (*Weekness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

Peneliti menggabungkan analisis SWOT dengan *Business Model Canvas* untuk menentukan cara menganalisis data yang ada. Analisis SWOT memberikan empat perspektif untuk menilai blok bangunan yang terkandung dalam model bisnis, sedangkan *Business Model Canvas* berfokus pada apa yang dibutuhkan dalam diskusi terstruktur. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan suatu organisasi dan mengidentifikasi potensi peluang dan ancaman yang dihadapi bisnis.



Gambar 3.3 Kombinasi Analisis SWOT dengan *Business Model Canvas*
 Sumber: Osterwalder dan Pigneur (2017)

Tahapan-tahapan penilaian SWOT dari masing-masing Blok Bangunan adalah sebagai berikut.

1. Penilaian Proposisi Nilai.
2. Penilaian Biaya atau Pendapatan.
3. Penilaian Infrastruktur.
4. Penilaian Hubungan Pelanggan.
5. Menilai Ancaman
 - a. Ancaman Proposisi Nilai.
 - b. Ancaman Biaya atau Pendapatan.
 - c. Ancaman Infrastruktur.
 - d. Ancaman Hubungan Pelanggan.
6. Menilai Peluang
 - a. Peluang Proposisi Nilai.
 - b. Peluang Biaya atau Pendapatan.
 - c. Peluang Infrastruktur.
 - d. Peluang Hubungan Pelanggan.

3.7.3 Matriks QSP (*Quantitative Strategies Planning*)

Menurut David dan David dalam Resti Indriarti dan Nova Rachmawati (2020:162), Komponen QSPM terdiri dari: strategi alternatif; faktor kunci; bobot; skor daya tarik (AS); total skor daya tarik (TAS); dan jumlah total skor daya tarik. Penjabaran skor AS; TAS; dan jumlah total skor daya tarik dideskripsikan kedalam enam langkah yang diperlukan untuk mengembangkan QSPM yaitu:

1. Membuat daftar berbagai peluang-ancaman eksternal dan kekuatan-kelemahan internal di kolom kiri QSPM
2. Memberi bobot pada setiap faktor eksternal dan internal
3. Memeriksa hasil pencocokan (tahap kedua) dan mengidentifikasi berbagai strategi alternatif yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan
4. Menentukan skor daya tarik (AS) yang didefinisikan sebagai nilai numerik yang menunjukkan daya tarik relatif dari setiap strategi dengan mempertimbangkan faktor tunggal eksternal atau internal

Kisaran untuk skor AS adalah:

- 1 = tidak menarik
- 2 = agak menarik
- 3 = cukup menarik
- 4 = sangat menarik

Skor daya tarik diberikan apabila faktor kunci yang bersangkutan berpengaruh terhadap pilihan strategi yang dibuat. Sebaliknya, apabila faktor kunci yang bersangkutan tidak berpengaruh terhadap pilihan strategi yang dibuat maka dikosongkan.

- 5. Menghitung total skor daya tarik, dan
- 6. Menghitung jumlah keseluruhan total skor daya tarik.