

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tempat usaha Bumbu Kacang Teh Yeni yang bertempat di Kp. Pete Cina, RT 02 RW 03, Ds. Sukaraja, Kec. Tambelang, Kab. Bekasi. Penelitian ini dilaksanakan pada mulai bulan Januari 2024 sampai Agustus 2024, sesuai dengan jadwal pada tabel berikut ini:

No	Kegiatan	Feb-24				Mar-24				Apr-24				Mei-24				Jun-24				Jul-24				Agust-24			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																											
2	Penyusunan Proposal		■	■																									
3	Bimbingan BAB I,II,&III				■	■	■	■																					
4	Seminar Proposal							■																					
5	Observasi Awal								■	■																			
6	Pengajuan Izin Penelitian									■																			
7	Persiapan Instrumen Penelitian										■	■																	
8	Pengumpulan Data											■	■	■															
9	Pengolahan Data												■	■	■	■													
10	Analisis Dan Evaluasi															■	■	■	■										
11	Penulisan Laporan																■	■											
12	Seminar Akhir Penelitian																		■										

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

### 3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana suatu fenomena terjadi, menentukan metode, mengolah data, dan menganalisis hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif ini, wawancara mendalam akan dilakukan untuk mendeskripsikan analisis *business model canvas* (BMC) dan SWOT pada usaha Bumbu Kacang Teh Yeni.

Penelitian kualitatif berkaitan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang menjadi subjek penelitian. Semua aspek ini tidak dapat diukur dengan angka, melainkan lebih berfokus pada pemahaman mendalam, interpretasi dan konteks. Dalam penelitian kualitatif, peneliti sering menggunakan metode seperti wawancara, observasi dan analisis teks untuk memahami fenomena secara lebih holistik dan mendalam. Hasil analisis tersebut akan digunakan untuk menentukan strategi bisnis yang tepat pada usaha Bumbu Kacang Tanah Teh Yeni.

### 3.3. Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian berasal dari data primer. Jenis data ini diperoleh langsung dari lapangan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dengan pihak *informan*. Data primer diperoleh diperoleh secara langsung dari sumber pertama, baik individu maupun kelompok. Dalam penelitian ini, data primer digunakan berasal dari hasil wawancara dengan pihak yang memiliki pemahaman tentang fenomena yang sedang diteliti.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menjadi krusial untuk memperoleh pemahaman yang mendalam. Penelitian memusatkan perhatian pada gagasan, persepsi dan pandangan individu yang menjadi subjek penelitian. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengukur data secara angka, penelitian kualitatif lebih menekankan pada interpretasi dan konteks. Pada penelitian ini, penulis memilih teknik pengumpulan data yang mencakup:

1. Observasi

Melalui pengamatan langsung, peneliti memperoleh wawasan tentang fenomena yang diamati.

2. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data dari dokumen, catatan, atau sumber tertulis lainnya. Dokumentasi membantu dalam memperoleh informasi yang jelas dan spesifik.

3. Wawancara

Dengan berbicara langsung dengan subjek penelitian, peneliti mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang pandangan dan pengalaman mereka. Wawancara memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi aspek yang tidak terukur secara angka.

Wawancara dilakukan oleh peneliti terhadap pihak yang berwenang yaitu *owner*, *supplier*, karyawan senior, dan dua pelanggan setia yang sudah lama bermitra dengan Bumbu Kacang Teh Yeni.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua teknik analisis yang akan digunakan:

1. Analisis berdasarkan *Business Model Canvas*

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan akan dianalisis berdasarkan sembilan elemen BMC. *Business model canvas* adalah kerangka kerja yang membantu menggambarkan model bisnis secara komprehensif. Sembilan elemen BMC meliputi:

- a. Segmentasi pelanggan.
- b. Proposisi nilai.
- c. Saluran distribusi.
- d. Hubungan dengan pelanggan.
- e. Sumber pendapatan.
- f. Sumber daya kunci.
- g. Aktivitas kunci.
- h. Kemitraan kunci.
- i. Struktur biaya.

2. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*):

- a. Setelah mengumpulkan data dari analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*), data tersebut akan disusun dalam matriks SWOT.
- b. Matriks SWOT membandingkan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman).
- c. Dari matriks SWOT ini, perusahaan dapat mengidentifikasi titik fokus strategis dan mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi tantangan.

Semua teknik analisis ini akan membantu peneliti memahami secara lebih mendalam tentang model bisnis dan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha.