

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Desain & Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dan terperinci suatu fenomena, keadaan, atau peristiwa berdasarkan data yang dikumpulkan di lapangan (Mulyana, 2024). Pendekatan tersebut dipilih guna memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai model bisnis yang dijalankan oleh *The Rep's Flower & Decoration*, sekaligus mengidentifikasi berbagai tantangan serta peluang yang muncul dalam proses operasional usahanya. Pemilihan pendekatan ini dinilai tepat karena mampu menggambarkan kondisi nyata berdasarkan data empiris yang diperoleh secara langsung dari lapangan.

1.2 Objek, Jadwal, dan Lokasi Penelitian

Objek yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah ***The Rep's Flower & Decoration***, yaitu sebuah usaha di bidang *florist* dan jasa dekorasi yang beroperasi di Desa Gunung Bunder 1, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada tahun 2025 dan disusun untuk dilaksanakan selama beberapa bulan. Pelaksanaan penelitian ini disertai dengan jadwal kegiatan yang diuraikan secara rinci sesuai tahapan yang telah ditetapkan.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	FEB	Mar	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul Penelitian						
2	Observasi Tempat Penelitian						
3	Persiapan Instrumen Penelitian						
4	Pengumpulan Data						

No	Kegiatan	FEB	Mar	April	Mei	Juni	Juli
5	Pengolahan Data						
6	Analisis Data						
7	Penulisan Penelitian						
8	Seminar Hasil Penelitian						

1.3 Sumber Data Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yakni **data primer** dan **data sekunder**. Pemanfaatan kedua sumber data tersebut bertujuan untuk memperoleh informasi yang menyeluruh dan mendalam mengenai model bisnis yang dijalankan serta strategi pengembangan yang diterapkan oleh **The Rep's Flower & Decoration**. Adapun data yang dihimpun dalam penelitian ini terdiri dari berbagai informasi yang mendukung analisis secara objektif dan akurat.

1.3.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2017), **data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti secara langsung di lapangan. Data primer** diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui kegiatan pengumpulan data di lapangan. Metode yang digunakan untuk menghimpun data primer dalam penelitian ini mencakup beberapa teknik, yang diuraikan sebagai berikut :

- Wawancara, Wawancara dilaksanakan bersama pemilik usaha The Rep's Flower & Decoration. Proses wawancara dilakukan secara terarah dan mendalam guna memperoleh informasi terkait model bisnis yang diterapkan. Pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara disusun untuk mengeksplorasi secara rinci sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) beserta berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha The Rep's Flower & Decoration.

- Observasi langsung dilaksanakan untuk meninjau aktivitas operasional usaha secara nyata. Kegiatan observasi ini mencakup pengamatan terhadap seluruh proses, mulai dari pengadaan bahan baku, tahap produksi, hingga layanan yang diberikan kepada pelanggan *The Rep's Flower & Decoration*. Tujuan dilakukannya observasi ini adalah agar peneliti dapat memahami secara mendalam bagaimana operasional bisnis dijalankan serta menemukan potensi permasalahan yang mungkin timbul dalam pelaksanaannya.

1.3.2 Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), data sekunder merupakan data yang telah tersedia dan dikumpulkan oleh organisasi atau individu untuk tujuan lain, namun dapat digunakan kembali dalam penelitian saat ini. Data sekunder diperoleh melalui berbagai referensi yang telah tersedia sebelumnya, baik berupa publikasi ilmiah, laporan resmi tahunan, maupun informasi yang bersumber dari media massa. Penggunaan data sekunder ini bertujuan untuk melengkapi hasil analisis serta memberikan sudut pandang tambahan dalam proses perumusan strategi pengembangan bisnis. Adapun jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa aspek yang relevan dengan fokus kajian.

Adapun Data Sekunder yang di gunakan dalam penelitian ini ialah Laporan keuangan dan operasional usaha *The Rep's Flower & Decoration*, Laporan keuangan dan operasional usaha dimanfaatkan sebagai sumber informasi untuk menelaah struktur biaya, asal pendapatan, serta tingkat profitabilitas bisnis. Analisis terhadap laporan ini bertujuan untuk menilai sejauh mana efisiensi operasional telah tercapai serta menemukan peluang penghematan biaya yang dapat diterapkan oleh usaha. Laporan keuangan dan operasional usaha dimanfaatkan sebagai sumber informasi untuk menelaah struktur biaya, asal pendapatan, serta tingkat profitabilitas bisnis. Analisis terhadap laporan ini bertujuan untuk menilai sejauh mana efisiensi operasional telah tercapai serta menemukan peluang penghematan biaya yang dapat diterapkan oleh usaha.

1.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang akurat dan mendalam, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Metode yang digunakan antara lain adalah:

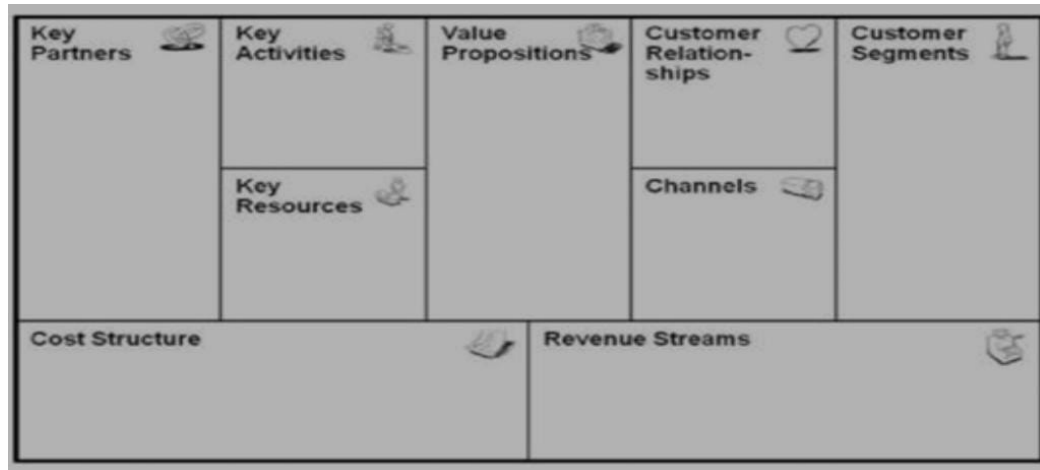
- **Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)**, yang dilakukan dengan pemilik usaha serta pihak-pihak terkait guna menggali informasi rinci mengenai model bisnis, tantangan yang dihadapi, dan strategi yang telah dijalankan.
- **Observasi**, yaitu pengamatan secara langsung terhadap berbagai aktivitas operasional bisnis, pengelolaan persediaan bahan baku, serta interaksi dengan pelanggan.
- **Dokumentasi**, yang mencakup pengumpulan data dari laporan keuangan, dan dokumen internal lainnya yang mendukung keperluan penelitian.

1.5 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif, Analisis data kualitatif merupakan proses menelaah dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, maupun dokumentasi secara sistematis. Proses ini dilakukan dengan cara mengorganisasi data ke dalam kategori tertentu, menguraikannya menjadi unit-unit informasi, melakukan sintesis, serta menyusunnya ke dalam pola yang terstruktur. Selanjutnya, peneliti memilah informasi mana yang relevan dan penting untuk dipelajari serta menarik kesimpulan sehingga hasil analisis dapat dipahami dengan mudah, baik oleh peneliti sendiri maupun oleh pihak lain.

Teknik analisis yang pertama adalah dengan memanfaatkan sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), Business Model Canvas membantu pengusaha dalam merancang strategi bisnis yang lebih terstruktur dan inovatif, karena dapat memetakan hubungan antara seluruh elemen penting dalam sebuah usaha. Model ini sangat cocok digunakan oleh pelaku UMKM untuk menyusun strategi yang mudah dipahami dan dijalankan.

Data yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan informan akan dianalisis secara mendalam kemudian dipetakan ke dalam masing-masing elemen BMC untuk mendapatkan gambaran model bisnis secara menyeluruh.



Gambar 3.1 Blok BMC

Teknik analisis kedua yaitu menggunakan pendekatan analisis SWOT Gürel dan Tat (2017) menyatakan bahwa analisis SWOT sangat bermanfaat untuk memahami kondisi internal dan eksternal organisasi secara sistematis. Dengan analisis ini, perusahaan dapat menentukan strategi yang paling tepat guna memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengantisipasi ancaman. Analisis ini meliputi penyusunan Matriks IFE & EFE. Menurut David dan David (2017), Matriks IFE membantu organisasi dalam menyusun strategi berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki, sehingga arah pengembangan usaha menjadi lebih terfokus dan realistis. Sedangkan Matriks EFE dapat membantu perusahaan untuk merespon dinamika eksternal secara strategis dan adaptif. Teknik ini di gunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan faktor eksternal usaha *The Rep's Flower & Decoration*.

Tabel 3.2 Matriks Internal Faktor *Evaluation* (IFE)

Faktor – Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Strength</i> (S)			

1.			
2.			
Dsb.			
<i>Weakness (W)</i>			
1.			
2.			
Dsb.			
Total			

Tabel 3.3 Matriks Eksternal Faktor *Evaluation* (EFE)

Faktor – Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Opportunity (O)</i>			
1.			
2.			
Dsb.			
<i>Threats (T)</i>			
1.			
2.			
Dsb.			
Total			

Analisis selanjutnya ialah matrix IE (*Internal Eksternal*), David dan David (2017) menjelaskan bahwa Matriks IE memberikan gambaran visual mengenai posisi strategi perusahaan, sehingga keputusan yang diambil dapat lebih tepat sasaran. Setelah Analisis IFE & EFE di lakukan analisis IE untuk mengetahui posisi usaha The Rep's *Flower*, Analisis ini Mendeskripsikan posisi usaha dari The Rep's *Flower & Decoration*.

		Kekuatan IFE				
		Kuat	Rata-rata		Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0	
Kekuatan EFE		SEL I	SEL II	SEL III		4,0 Tinggi
		SEL IV	SEL V	SEL VI		3,0 Sedang
		SEL VII	SEL VIII	SEL IX		2,0 Rendah

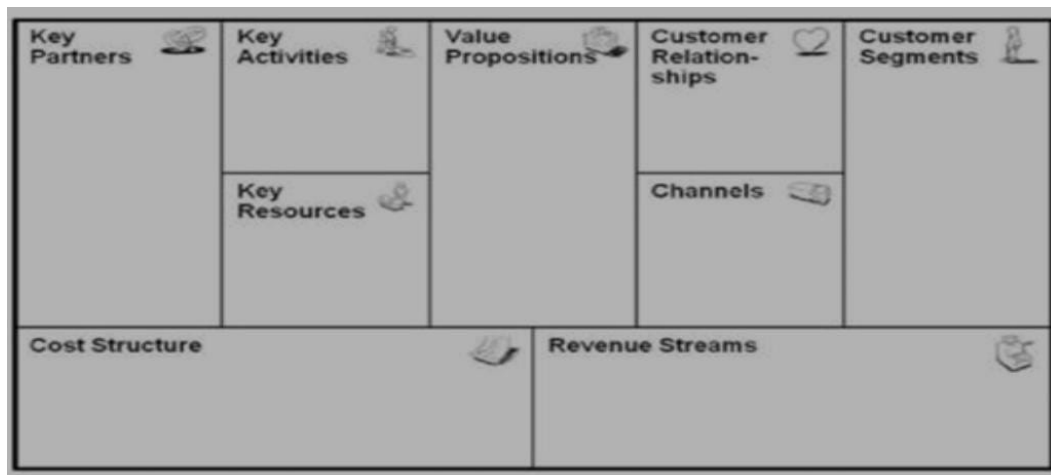
Gambar 3.2 Matriks *Internal Eksternal* (IE)

Setelah data terkait faktor internal dan eksternal berhasil dikumpulkan melalui matriks IFE, EFE, & IE, data tersebut kemudian diolah ke dalam matriks SWOT. Menurut David dan David (2017), Matriks SWOT strategi adalah langkah konkret untuk merumuskan arah strategi berdasarkan hasil pengumpulan data IFE dan EFE. Tujuan dari penyusunan matriks SWOT ini adalah untuk memperbandingkan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang serta ancaman eksternal sehingga perusahaan dapat menentukan titik fokus strategi pengembangan yang tepat.

Faktor-faktor internal (IFAS) Faktor-faktor eksternal (EFAS)	<u>Strength/Kekuatan (S)</u> Catat 5 – 10 kekuatan-kekuatan faktor internal perusahaan.	<u>Weakness/Kelemahan (W)</u> Catat 5 – 10 kelemahan-kelemahan faktor internal perusahaan.
	<u>Opportunity/Peluang (O)</u> Catat 5 – 10 faktor peluang eksternal.	<u>Strategi S-O</u> Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
	<u>Threat/Ancaman (T)</u> Catat 5 – 10 faktor ancaman eksternal	<u>Strategi W-T</u> Buat strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Gambar 3.3 Matriks SWOT

Setelah Melalui Analisis SWOT yang meliputi Analisis IFE, EFE, IE, & Matrix SWOT. Langkah selanjutnya ialah di buatkanya BMC baru yang berisi strategi pengembangan usaha berdasarkan temuan hasil dari Analisis IFE, EFE, IE, & Matrix SWOT.



Gambar 3.4 Blok BMC Baru