

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang memiliki cakupan luas dan digunakan untuk menggali serta memahami fenomena sosial dengan pendekatan yang lebih mendalam. Terdapat beberapa jenis penelitian yang termasuk dalam kategori penelitian kualitatif, diantaranya, adalah studi kasus, penelitian deskriptif, penelitian Tindakan kelas, fenomenologi, etnografi, grounded theory, penelitian Sejarah, dan hermeneutika. Setiap jenis penelitian ini memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda dalam menganalisis suatu fenomena atau permasalahan (Samsu, 2017).

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM ChaCha Yoghurt dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam untuk mengetahui kondisi bisnis UMKM ChaCha Yoghurt, tantangan yang dihadapi serta strategi yang dapat diterapkan guna meningkatkan daya saing dan perkembangan usaha.

Metode kualitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan serta menganalisis fenomena yang terjadi dilapangan berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada angka atau data statistik, tetapi lebih berfokus pada pemahaman konteks, pola serta strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari hasil wawancara kepada pemilik UMKM ChaCha Yoghurt dan 5 karyawan untuk memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai strategi pemasaran, produksi, distribusi, dan inovasi produk. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai langkah-langkah yang dapat diambil oleh UMKM ChaCha Yoghurt dalam meningkatkan daya saing dipasar.

3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek

Objek penelitian ini adalah UMKM ChaCha Yoghurt yang beroperasi dalam industri makanan dan minuman. Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan bisnis dengan menerapkan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Pendekatan ini mencakup berbagai aspek penting, seperti segmentasi pelanggan, nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, jalur distribusi, interaksi dengan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama yang digunakan, aktivitas inti dalam operasional bisnis, kemitraan strategis, serta struktur biaya yang diperlukan untuk menjalankan usaha secara berkelanjutan.

3.2.2 Jadwal

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pengajuan Judul	■					
2	Observasi tempat penelitian	■	■				
3	Pengajuan izin penelitian			■			
4	Persiapan Instrument Penelitian			■			
5	Pengumpulan Data				■		
6	Pengolahan Data					■	
7	Analisis Data					■	■
8	Penulisan laporan						■
9	Seminar Hasil penelitian						■

Sumber: penulis

3.2.3 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian UMKM ChaCha Yoghurt ini terletak dikampung Tajur Halang Kec. Cijeruk Kab. Bogor. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaian dengan tujuan penelitian, kemudahan dalam memperoleh data, serta keterwakilan UMKM ChaCha Yoghurt dalam sektor industri makanan dan minuman di daerah tersebut. Lokasi yang dipilih diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi ChaCha Yoghurt, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan dalam pengembangannya

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengkaji strategi pengembangan ChaCha Yoghurt melalui Business Model Canvas (BMC). Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengandalkan data non-numerik, seperti narasi, deskripsi, serta dokumentasi sebagai dasar analisisnya (Sugiyono, 2008). Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terkait kondisi usaha, hambatan yang dihadapi, serta langkah-langkah strategis yang diterapkan oleh pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Sumber dalam penelitian terdiri dari dua kategori yaitu:

1. Data Primer

Data dikumpulkan secara langsung dari pemilik UMKM ChaCha Yoghurt melalui wawancara dan observasi. Informasi yang diperoleh mencakup aspek operasional bisnis, strategi pemasaran, distribusi, inovasi produk, serta berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM Yogurt dalam mengembangkan usahanya.

2. Data Sekunder

Data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan judul, seperti jurnal dan buku.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif deskriptif, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang sering digunakan, antara lain:

1. Wawancara Mendalam: wawancara ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan pemilik UMKM untuk menggali informasi secara rinci mengenai pengalaman, pandangan, dan persepsi pemilik UMKM terkait topik penelitian.
2. Observasi: penelitian ini melakukan penelitian langsung terhadap objek dan kondisi yang diteliti untuk memahami konteks yang terjadi. Observasi dapat bersifat partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam aktivitas yang diamati, atau non-partisipatif, di mana peneliti hanya sebagai pengamat.
3. Dokumentasi: pengumpulan data melalui dokumen tertulis, foto, video, atau artefak lain yang relevan dengan penelitian. Teknik membantu peneliti memperoleh informasi.

3.5 Metoda Pengolahan / Analisis Data

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan 9 blok BMC dan dipadukan dengan analisis SWOT, Matrix IFAS-EFAS.

3.5.1 Analisis 9blok *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas (BMC) adalah konsep yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, yang berhasil menyederhanakan model bisnis yang kompleks menjadi lebih sederhana. BMC disajikan dalam bentuk kanvas yang terdiri dari sembilan elemen: segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan kunci, dan struktur biaya. (Jhonson Sitanggang, 2021)

Inovasi dalam bisnis memiliki dampak signifikan bagi pengusaha dan konsumen. Salah satu pendekatan untuk mengatasi rendahnya tingkat inovasi adalah dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC). Dengan mengevaluasi sembilan elemen yang terdapat dalam BMC, proses analisis menjadi lebih sederhana. (Mohamad Rizan, *att all*, 2023).

3.5.2 Analisis SWOT

Osterwalder dan Pigneur (2010) menjelaskan bahwa analisis SWOT terdiri dari empat pertanyaan utama yang sederhana. Pertama, apa saja kekuatan dan kelemahan organisasi Anda? Kedua, bagaimana Anda menilai organisasi Anda secara internal? Ketiga, peluang apa yang dimiliki organisasi dan ancaman potensial apa yang dihadapi perusahaan? Terakhir, bagaimana Anda menilai posisi organisasi dalam lingkungannya? Dua dari pertanyaan tersebut berfokus pada area kekuatan dan peluang, sementara dua lainnya menyoroti area ancaman dan kelemahan. Penting untuk mengajukan keempat pertanyaan ini dengan mempertimbangkan keseluruhan model bisnis serta masing-masing dari sembilan elemen Business Model Canvas. (Jhonson Sitanggang, 2021). Langkah berikutnya adalah menyusunnya ke dalam matriks IFAS dan EFAS

3.5.3 Matriks IFAS dan EFAS

Matriks IFAS dan EFAS merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi dan merumuskan faktor-faktor strategis suatu perusahaan, yang kemudian dianalisis lebih lanjut melalui Matriks SWOT. Matriks SWOT berfungsi untuk menggambarkan hubungan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan kondisi internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan).

3.5.4 Matrix SWOT

Melalui matriks SWOT, dapat dirumuskan empat alternatif strategi utama, yaitu:

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities): strategi yang memanfaatkan kekuatan internal organisasi secara maksimal untuk meraih dan mengoptimalkan peluang yang tersedia.
2. Strategi ST (Strengths-Threats): strategi yang berfokus pada penggunaan kekuatan perusahaan guna menghadapi serta mengatasi berbagai ancaman eksternal.
3. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): strategi yang bertujuan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengurangi atau mengatasi kelemahan yang dimiliki.

4. Strategi WT (Weaknesses-Threats): strategi yang bersifat defensif, yaitu dengan cara meminimalkan kelemahan dan berupaya menghindari potensi ancaman yang dapat menghambat keberlangsungan organisasi.