

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kebon Bunga Potong Cigugur yang berlokasi di Kampung Penyairan Joro RT. 003 RW. 016 Desa Cigugur Girang, Parongpong, Bandung Barat, Jawa Barat 40559 pada Bulan Desember 2021 hingga Maret 2022.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

NO	Kegiatan	Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022			
		1	2	3	4	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																■

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Emzir (2008) Pendekatan kualitatif adalah satu pendekatan yang secara primer menggunakan paradigma *postpositivist* dalam menggabungkan ilmu pengetahuan (seperti pemikiran tentang sebab akibat, reduksi kepada variable, dan pertanyaan spesifik menggunakan pengukuran dan observasi serta pengujian teori), menggunakan strategi penelitian seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT menggunakan Metode wawancara.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2018:80) mengatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek itu”.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017:81) mengatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)”.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Dalam penelitian ini, digunakan sampel sebanyak 5 sampel internal dan 1 sampel eksternal, dicantumkan dalam tabel, yaitu :

Tabel 3.2 Tabel sampel penelitian

NO	SAMPEL INTERNAL	SAMPEL EKSTERNAL
1	Pemilik Kebun Bunga Potong	Toko Bunga Tanjung Priok (Lins Florist)
2	Pengepul Hasil Panen Bunga Potong	
3	Petani Bunga Potong	
4	Administrasi Kebun	
5	Distributor Bunga Potong	

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) Teknik Pengumpulan Data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data.

Metode pengumpulan data yang diperlukan penulis dalam pembahasan ini, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk dapat menghimpun berbagai data dari penelitian dalam suatu pengamatan. Ada 3 jenis dari pengumpulan data berdasarkan teknik observasi yaitu partisipatif, tersamar, dan juga tidak terstruktur.

Menurut Tersiana (2018:12) Observasi adalah proses pengamatan menyeluruh dan mencermati perilaku pada suatu kondisi tertentu. Pada dasarnya, observasi bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas, individu, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu. Dalam metode ini pengumpulan data dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung dilapangan yaitu pada Kebon Bunga Potong Cigugur, Bandung.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data melalui atas media suara dengan tatap muka, data yang akan dikumpulkan menggunakan alat dari perekam atau suatu catatan. Wawancara ini juga dikategorikan menjadi 2, yaitu: wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

Menurut Anwar (2014:105) Metode wawancara merupakan tehnik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek peneliti. Wawancara langsung ditunjukkan kepada semua pihak pemilik dan pegurus Kebon Bunga Potong Cigugur. Metode ini digunakan untuk mengetahui tentang marketing mix yang dilakukan pada Kebon Bunga Potong Cigugur, Bandung.

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Metode ini digunakan untuk mengetahui tentang *Business*

Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT yang dilakukan pada Kebon Bunga Potong Cigugur, Bandung.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Menurut Anwar (2014:114), “cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan”. Pada metode pengumpulan data ini dengan tehnik pengumpulan data dengan menggunakan cara mencari catatan - catatan atau dokumen -dokumen yang ada dan telah dipublikasi oleh Kebon Bunga Potong Cigugur, Bandung.

d. Metode Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2018) Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2018:38) Operasional Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2015) Proses analisis data yang dilakukan penelitian ini menggunakan tiga langkah yaitu :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Menurut Sugiyono (2018:247-249) Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data dalam penelitian ini yaitu data yang telah diperoleh dilapangan mengenai perencanaan pengembangan Kebon Bunga Potong Cigugur, Bandung. Dalam hal ini perencanaan dan pengembangan sangat diperlukan dalam proses melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi akan dipilih dan fokuskan pada hal- hal yang berkaitan dengan perencanaan dan pengembangan Kebon Bunga Potong Cigugur, Bandung.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Menurut Sugiyono (2018) Setelah data direduksi kemudian tahap selanjutnya adalah display data atau penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya, dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan "*the most frequent form of display data for 63 qualitative trsearch data in the past has ben narrative text*" yang paling sering di gunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif dengan mendisplaykan data. Maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang dipahami tersebut. Penyajian data dalam penelitian ini berfungsi untuk lebih memudahkan peneliti memahami data yang diperoleh di lapangan.

3. Penarikan kesimpulan (*Concluding Drawing Verivication*)

Menurut Sugiyono (2018) Langkah ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti –bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pada penelitian ini menggunakan analisis BMC dan SWOT, serta untuk mendukung penggunaan analisa dalam matriks IFE dan EFE, kemudian tahap pencocokan menggunakan matriks IE dan SWOT.

Pada analisis BMC bertujuan untuk memetakan arah sebuah bisnis perusahaan kedepannya. Kerangka model bisnis yang mampu menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis sehingga menghasilkan kinerja yang lebih optimal. Kerangka BMC perlu disusun agar ide bisnis bisa dikembangkan secara optimal, dan lebih cepat dalam mengambil keputusan apakah bisnis Kebon Bunga Potong menguntungkan atau tidak.

Dalam hal ini memerlukan wawancara dengan pertanyaan :

1. Siapakah sasaran penjualan dan pelanggan bunga potong cigugur?
2. Nilai apakah yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan tertarik?
3. Saluran yang apa digunakan oleh kebun bunga potong cigugur untuk menjangkau pembeli?
4. Hubungan terhadap pelanggan agar dapat mempertahankan penjualan. Jenis hubungan apa yang telah dibangun?
5. Bagaimana cara kebun bunga potong cigugur untuk menghasilkan penjualan yang menguntungkan dari nilai yang ditawarkan?
6. Apa saja aktivitas-aktivitas kunci yang diperlukan proposisi nilai dari kebun bunga potong cigugur?
7. Sumber daya utama apakah yang dibutuhkan proposisi nilai perusahaan?
8. Siapa saja sumber daya utama dan pelanggan kebun bunga potong cigugur? Kegiatan apa sajakah yang sudah dilakukan terhadap hubungan sumber daya utama dan pelanggan?
9. Biaya terpenting apakah yang terdapat dalam model bisnis?

Perhatikan pada tabel BMC berikut, *Business Model Canvas* mempunyai 9 elemen yaitu:

Tabel 3.3 BMC Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments

	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Penggunaan matriks IFE, EFE, IEFE, dan SWOT dalam memudahkan penelitian sebagai berikut:

1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Analisis lingkungan internal dilakukan melalui identifikasi faktor internal perusahaan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Setelah diidentifikasi, maka dilakukan pembobotan dan pemberian *rating* pada masing-masing variabel. Matriks IFE dapat dilakukan dengan lima langkah:

- a. Membuat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam audit internal. Memasukan 10-20 faktor internal termasuk kekuatan dan kelemahan organisasi.
- b. Memberikan pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 sampai 1,0. Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relatif faktor tersebut bagi keberhasilan perusahaan.
- c. Memberi peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut sangat lemah=1, lemah=2, kuat=3, dan sangat kuat=4.
- d. Mengalihkan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
- e. Menjumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor total organisasi.

Skor bobot yang menunjukkan total berkisar 1,0 disebut sebagai titik terendah dan 4,0 disebut sebagai titik tertinggi dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot dibawah 2,5 mencirikan bahwa suatu organisasi lemah secara internal dan skor diatas 2,5

mencirikan bahwa suatu organisasi kuat secara internal. Dan memasukkan 10-20 faktor.

Tabel 3.4 Internal Factor Evaluation

Faktor Internal	Bobot				Rating	Skor
	R1	R2	R3	R4		
Kekuatan						
Kelemahan						
Total skor pembobotan						

2. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Analisis matriks EFE merupakan hasil dari identifikasi faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang berpengaruh pada Kebon Bunga Potong Cigugur Bandung. Hubungan baik dengan pembeli akan memudahkan kita memberikan layanan khusus untuk pembeli. Matriks ini dapat dilakukan dengan lima langkah yaitu:

- a. Membuat daftar-daftar faktor eksternal utama. Memasukan 10-20 faktor termasuk peluang dan ancaman.
- b. Memberikan bobot 0,0 sampai 1,0 pada setiap faktor. Bobot itu mengindikasikan signifikasi relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan.
- c. Memberikan peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dengan nilai 4=respon sangat bagus, 3=respon diatas rata-rata, 2=respon rata-rata, dan 1=respon dibawah rata-rata.
- d. Mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
- e. Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentuka skor bobot total dari organisasi.

Skor bobot yang menunjukkan total 4,0 merupakan nilai tertinggi yang dicapai oleh sebuah organisasi, dan total 1,0 merupakan nilai terendah yang dicapai oleh

sebuah organisasi. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa sebuah organisasi merespon dengan baik peluang dan ancaman yang ada diorganisasi. Skor bobot total sebesar 1,0 mengindikasikan bahwa sebuah organisasi tidak dapat memanfaatkan peluang dan ancaman yang muncul diorganisasi.

Tabel 3.5 Eksternal Factor Evaluation

Faktor Eksternal	Bobot				Rating	Skor
	R1	R2	R3	R4		
Peluang						
Hambatan						
Total skor pembobotan						

3. Matriks IEFEE

Berdasarkan hasil dari matriks IFE dan EFE maka akan disusun selanjutnya dalam matriks IE. Nilai rata-rata IFE dan EFE diperoleh dari jumlah skor pada masing-masing faktor, dimana skor tersebut didapatkan dari perkalian antara rata-rata *rating* dan rata-rata bobot pada masing-masing faktor.

Skor bobot yang diperoleh dari divisi-divisi tersebut memungkinkan susunan matriks IE di tingkat perusahaan.

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda-beda. Pertama, ketentuan untuk divisi-divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan berkembang. Strategi yang intensif atau integratif bisa dijadikan strategi yang paling tepat. Kedua, divisi yang masuk dalam sel III, V atau VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan. Penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII atau IX adalah panen atau divestasi. Organisasi yang

berhasil mampu mencapai portofolio bisnis yang masuk disepuluh sel I dalam matriks IE.

Tabel 3. 6 Internal-Eksternal Factor Evaluation

I	II	III
IV	V	VI
VII	VIII	IX

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT menghasilkan beberapa strategi alternatif yang diperoleh dari variabel-variabel internal dan eksternal sesuai dengan posisi perusahaan pada matriks IE. Evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tercakup disini pemantauan lingkungan pemasaran internal dan eksternal.

Tabel 3.7 Matriks SWOT

		Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
		1		1	
		2		2	
Peluang (O)		Strategi SO		Strategi WO	
1		1		1	
2		2		2	
Ancaman (T)		Strategi ST		Strategi WT	
1		1		1	
2		2		2	

5. Matriks QSP

Matriks QSP merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi berupa pemilihan alternatif terbaik. Dari matriks QSP dapat dilihat nilai TAS (Total Attractiveness Score) tertinggi, berdasarkan faktor-faktor kunci baik eksternal maupun internal yang telah dipertimbangkan pada tahap sebelumnya.

Berikut adalah langkah menyusun QSPM:

- a. Masukkan data dan bobot yang telah dibuat pada EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) Matriks dan IFE (*Internal Factor Evaluation*) matriks dimasukkan kedalam QSPM.
- b. Periksa matriks pada tahap pencocokan, kemudian lakukan identifikasi alternatif strategi yang dipertimbangkan untuk diimplementasikan.
- c. Berikan skor kemenarikan (SK) tiap komponen faktor yang ada pada EFE Matriks dan IFE Matriks dengan kisaran skor: 1 (Tidak Menarik), 2 (Agak Menarik), 3 (Cukup Menarik) dan 4 (Sangat Menarik).
Skor daya tarik diberikan apabila faktor kunci berpengaruh terhadap pilihan strategi yang dibuat. Kemudian apabila faktor kunci tidak berpengaruh terhadap pilihan yang dibuat maka jangan cantumkan skor kemenarikan atau beri tanda – (*dash*).
- d. Hitung total skor kemenarikan (TSK) yang merupakan hasil kali antara bobot dengan skor kemenarikan (SK).
- e. Tambahkan TAS pada setiap kolom QSPM. Jumlah skor daya tarik total (STAS) mengungkapkan strategi yang paling menarik dalam setiap perangkat stratefi alternatif.

Tabel 3.8 Matriks QSP

Faktor-Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi 1		Alternatif Strategi 2	
		AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan 1. 2.
Peluang 1. 2.
Kelemahan 1. 2.
Ancaman 1. 2.
Total

Sumber: David & David (2017)