

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Jalan Tegal Gede, Pasirsari, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi. Adapun jadwal pelaksanaan penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan	Feb-24				Mar-24				Apr-24				Mei-24				Jun-24				Jul-24				Agu-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.	Persetujuan Judul Penelitian		■																										
3.	Pengajuan Izin Penelitian			■																									
4.	Penyusunan Proposal Bab I, II, III				■	■	■	■																					
5.	Seminar Proposal								■																				
6.	Perbaikan Hasil Seminar Proposal									■	■	■	■																
7.	Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5													■	■	■	■	■	■	■									
8.	Penyerahan <i>Work in Progress</i> (WP-2)																												
9.	Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif																												
10.	Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif (Susulan)																												
11.	Perbaikan Skripsi																												
12.	Persetujuan dan Pengesahan Skripsi																												

Sumber: Rencana penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian mengacu pada pendekatan sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian atau memecahkan masalah penelitian tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif (eksploratif) kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau kelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan Creswell (Dalam Kusumastuti, Khoiron 2019). Lebih lanjut Creswell (Dalam Kusumastuti, Khoiron 2019) menjelaskan bahwa proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, dan menafsirkan makna data.

3.3. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian disebut sebagai informan. Informan adalah orang yang berperan untuk memberikan informasi tentang keadaan dan kondisi lingkungan penelitian. (Murdiyanto, 2020). Informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Informan Penelitian

No.	Nama Informan	Jabatan
1.	Zidan	<i>Owner</i>
2.	Yopan	<i>Barista 1</i>
3.	Jule	<i>Barista 2</i>
4.	Dewi	<i>Kitchen</i>

3.4. Sumber Data

Data penelitian merupakan informasi yang diperlukan peneliti untuk memecahkan masalah dalam penelitiannya. Informasi yang dimaksud bisa mengenai manusia, peristiwa, dan sebagainya. (Kusumastuti, Khoiron 2019). Sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Data Primer

Data diperoleh melalui observasi dan wawancara. Penelitian dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik dan staf *Zifa Coffee*.

b. Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dari studi literatur yang relevan, tinjauan jurnal, buku, penelitian terdahulu, tesis, dan sumber-sumber serta dokumen lain yang relevan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah alat-alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Jika data valid yang diperoleh tidak akurat, maka keputusan yang diambil pun akan tidak tepat. Mukadis, Dasna, dan Ibnu, (Dalam Kusumastuti, Khoiron 2019).

Adapun jenis data pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif (eksploratif). Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian melalui wawancara dengan pihak *owner* dan *staff* dari *Zifa Coffe*

Penelitian kualitatif, menggunakan metode pengumpulan data kualitatif yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaah dokumen. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. (Kusumastuti, Khoiron 2019). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Pada penelitian ini dilakukan wawancara terstruktur yang mengacu pada situasi peneliti memberikan pertanyaan temporal pada informan berdasarkan kategori tertentu. Denzin dan Lincoln (Dalam Kusumastuti, Khoiron 2019). Wawancara dilakukan dengan pemilik *Zifa Coffee*, *Staff Zifa Coffee* dan dua orang pengunjung di *Zifa coffee* untuk mencari dan melengkapi hasil penelitian.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan naturalistik atau ilmiah terhadap situasi dan pandangan social, Denzin dan Lincoln (Dalam Kusumastuti, Khoiron 2019). Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas, suasana, tata letak, dan rata-rata pengunjung. Terutama yang terkait dengan kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

3. Dokumentasi

Melakukan pengecekan pada laporan keuangan *Zifa Coffee*, ataupun daftar harga menu kafe serta dokumen lainnya yang akan membantu dalam proses penelitian.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi secara terus-menerus terhadap data yang diperoleh peneliti melalui pengajuan pertanyaan analitis dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian. Creswell (Dalam Kusumastuti, Khoiron 2019). Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1. Business Model Canvas

Menggunakan sembilan elemen *Business Model Canvas* untuk menganalisis *Zifa Coffee*. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan akan dianalisis menggunakan sembilan elemen tersebut. Analisis wawancara berdasarkan kerangka pemikiran yang dituangkan dalam suatu model yaitu *Business Model Canvas* sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Business Model Canvas

Dimensi	Indikator	Skala
<i>Customer Segments</i>	Pelanggan utama	Ordinal
	Pasar spesifik / pasar massal	
	Satu / banyak segmen	
<i>Value Proposition</i>	<i>Value Proposition</i>	Ordinal
	Masalah yang diselesaikan	
	Produk / jasa yang ditawarkan	
	Kebutuhan yang akan dipenuhi	
<i>Customer Relationship</i>	Hubungan yang diharapkan pelanggan	Ordinal
	Hubungan yang sudah dijalankan	
	<i>Channels</i> yang akan digunakan	
	<i>Channels</i> terbaik	
	<i>Channels</i> paling efisien	
<i>Revenue Streams</i>	Segmen pelanggan yang benar-benar membayar	Ordinal
<i>Key Activities</i>	<i>Value</i> yang diciptakan	Ordinal
<i>Key Resources</i>	Sumber daya yang dibutuhkan agar <i>key Activities</i> dapat berjalan dengan lancar	Ordinal
<i>Key Partnership</i>	<i>Partner</i> kunci	Ordinal
	<i>Supplier</i> kunci	
	Sumber daya yang didapatkan dari <i>partner</i>	
	Aktivitas kunci yang dilakukan <i>partner</i>	
<i>Cost Structure</i>	Biaya penting dalam model bisnis	Ordinal
	Sumber daya kunci yang paling mahal	
	Aktivitas kunci yang paling mahal	

3.6.2. Analisis SWOT

Penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT yaitu menganalisis faktor internal dan eksternal yang dianalisis menggunakan matriks IFE dan EFE, Kemudian disusun menggunakan matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang terbaik untuk diterapkan oleh *Zifa Coffee*

1. Matriks IFE.

Langkah-langkah penyusunan Matriks IFE sebagai berikut:

- a. Tuliskan semua faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan.
- b. Menentukan bobot dari 0 (tidak penting) sampai 1 (paling penting).
- c. Setelah menentukan bobot maka berilah rating di setiap bobot tersebut. Kelemahan utama diberi rating 1, kelemahan minor diberi rating 2. Kekuatan utama diberi rating 4, kekuatan minor diberi rating 3.
- d. Langkah selanjutnya adalah mengkalikan bobot dan rating dan menjumlahkannya. Bila menggunakan bobot total 1 dan rating maksimal 4 maka nilai tengah adalah 2,5. Nilai diatas 2,5 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang lebih besar dari kelemahannya. Bila nilai dibawah 2,5 maka kelemahan perusahaan lebih besar.

2. Matriks EFE.

Langkah-langkah penyusunan Matriks EFE sebagai berikut:

- a. Membuat daftar faktor dari lingkungan eksternal (peluang maupun ancaman).
- b. Menentukan bobot dimulai dari 0,0 sangat tidak penting sampai 1,0 sangat penting (total bobot = 1,0).
- c. Memberikan rating 1 – 4 yang menggambarkan besarnya pengaruh faktor tersebut terhadap posisi perusahaan. Rating untuk peluang (1= tidak penting, 2= kurang 3= penting 4= sangat penting). Rating untuk faktor ancaman kebalikan dari faktor peluang.
- d. Mementukan nilai tertimbang (Perkalian antara bobot dengan rating).
- e. Menentukan total nilai tertimbang untuk perusahaan tersebut.

3. Kuadran SWOT

a. Pada kuadran I

(S-O Strategi) Menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada.

b. Pada kuadran II

(W-O Strategi) Membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan.

- c. Pada kuadran III
(W-T Strategi) Meminimumkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman.
- d. Pada kuadran IV
(S-T Strategi) Menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

4. Matriks SWOT

Tahapan dalam membuat Matriks SWOT adalah:

- a. Buat daftar peluang eksternal perusahaan.
- b. Buat daftar ancaman eksternal perusahaan.
- c. Buat daftar kekuatan kunci internal perusahaan.
- d. Buat daftar kelemahan kunci internal perusahaan.
- e. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.
- f. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WO.