

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif - Fenomenologi. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait kondisi atau gejala yang terjadi selama penelitian. Karakteristik utama dari pendekatan fenomenologi adalah fokus pada fenomena itu sendiri, eksplorasi pengalaman fenomena yang dialami oleh individu atau kelompok, pendekatan yang bersifat filosofis dalam pembahasan, serta pengumpulan data yang melibatkan wawancara sebagai prosedur khususnya. (Manurung, 2022). Dalam konteks keunggulan kompetitif, pendekatan kualitatif fenomenologi akan menekankan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana warung kopi warkam menghadapi persaingan di dalam lingkungan industri kopi.

Pendekatan kualitatif lebih sesuai untuk berbagai situasi yang beragam. Meskipun hasil penelitian kualitatif tidak dapat langsung diterapkan pada semua situasi, mereka memiliki relevansi dalam konteks yang memiliki karakteristik serupa atau mirip. Penelitian kualitatif lebih terfokus pada eksplorasi strategi pengembangan usaha rebana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar Pelabuhan Gresik, Kecamatan Gresik.

Penelitian dilaksanakan di sekitar Pelabuhan Gresik, yang terletak di Kabupaten Gresik. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan penulis di sekitar Pelabuhan Gresik, ditemukan bahwa di sana terdapat Usaha Warung Kopi, salah satunya adalah usaha WARKAM.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di sekitar Pelabuhan Gresik, Kabupaten Gresik. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara *online* dan *offline* yang penulis lakukan di sekitar Pelabuhan Gresik yang memiliki warung kopi yaitu salah satunya usaha WARKAM dan mengambil waktu penelitian selama kurang lebih satu Bulan.

3.3 Unit Analisis

Subjek dalam penelitian berupa orang, hal dan benda yang dipermasalahkan adalah 1 pemilik (Mas Assegaf), 2 karyawan (Mas Adi dan Mas Lutfi), 15 konsumen warung kopi WARKAM dan 1 pesaing WARKAM.

3.4 Jenis Data

- a. Data Subjek : 1 pemilik (Mas Assegaf), 2 karyawan (Mas Adi dan Mas Lutfi), 15 konsumen WARKAM dan 1 pesaing
- b. Data Fisik : Warung Kopi “WARKAM”.
- c. Data Dokumenter : dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, observasi, pengisian kuesioner, dokumen visual seperti gambar, serta data-data yang terdapat dalam buku dan catatan sejarah perusahaan.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan saat penelitian oleh Moh Rusdi (2019) adalah:

a. Data Primer

Informasi yang diperoleh dikumpulkan langsung dari individu-individu yang memiliki perusahaan dan staf. Berikut adalah beberapa pihak yang penting untuk diwawancarai atau diobservasi: Pemilik Warung Kopi Warkam (Mas Assegaf), yang menyediakan informasi tentang visi, misi, strategi bisnis, data keuangan

dan operasional, serta tantangan dan peluang yang dihadapi, Karyawan, yang berbagi perspektif tentang pengalaman kerja, kelemahan dan kekuatan operasional, serta peluang peningkatan efisiensi; Pelanggan Tetap dan Baru, yang memberikan umpan balik tentang kepuasan, preferensi, harapan, dan persepsi kualitas layanan.

b. Data sekunder

Berfokus pada beberapa aspek utama untuk analisis SOAR dan peningkatan keunggulan kompetitif. Aspek-aspek tersebut mencakup data industri kopi dan tren pasar di Gresik, seperti statistik konsumsi kopi dan preferensi konsumen; data kompetitor, termasuk informasi tentang warung kopi lain, strategi pemasaran, serta kekuatan dan kelemahan mereka; profil demografi dan ekonomi konsumen, yang meliputi usia, pendapatan, dan kebiasaan konsumsi kopi; kinerja keuangan Warung Kopi WARKAM, mencakup laporan keuangan historis, penjualan, dan analisis biaya operasional; serta analisis SOAR yang meliputi identifikasi kekuatan, peluang, aspirasi dan hasil bagi WARKAM. Selain itu, juga diperhatikan kebijakan dan regulasi terkait UMKM yang mendukung operasi dan pengembangan warung kopi di Gresik. Analisis komprehensif dari data ini akan membantu merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan keunggulan kompetitif Warung Kopi WARKAM. Subjek dari penelitian diperoleh dari 1 pemilik (Mas Assegaf), 2 karyawan (Mas Adi dan Mas Lutfi), 27 konsumen usaha warung kopi “WARKAM”.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Langkah sistematis dalam penelitian ilmiah adalah proses pengumpulan data yang diperlukan untuk mendapatkan informasi (Dr. J.R. Raco, M.E., 2010). Secara keseluruhan, pengumpulan data dalam penelitian melibatkan observasi dan wawancara terhadap objek yang sedang diteliti, dengan mengikuti prosedur analisis SOAR yang mencakup langkah-langkah seperti mengidentifikasi keempat komponen SOAR (*Strength, Opportunity, Aspiration & Result*) dan merumuskan strategi berdasarkan matriks SWOT.

a) Observasi

Metode pengumpulan data yang terstruktur melibatkan pengamatan dan pemahaman terhadap peristiwa yang tengah berlangsung. Pendekatan ini melibatkan observasi langsung terhadap objek atau kejadian yang sedang diamati (Prasetya et al., 2022). Observasi dilakukan di sekitar Pelabuhan Gresik, Kabupaten Gresik tepatnya di Warung Kopi WARKAM.

b) Wawancara

Wawancara atau proses interviu adalah metode pengumpulan data yang melibatkan komunikasi langsung untuk melakukan studi awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah serta memperoleh pemahaman yang lebih dalam dari subjek yang diwawancarai (Cahyani & Suniasih, 2022). Dalam pengumpulan data hal pertama yang dilakukan adalah wawancara yang dilakukan melalui tanya jawab secara lisan dan bertatap muka kepada Mas Assegaf (pemilik warung kopi WARKAM) mengenai permasalahan saat ini agar mendapatkan informasi tentang WARKAM tersebut. Setelah itu, lanjut wawancara secara online dan offline terhadap konsumen rebana dan karyawan warkam melalui kuisioner.

c) Studi Dokumentasi

Untuk lebih mendukung hasil observasi dan wawancara pada penelitian ini, peneliti menyertakan beberapa dokumen pendukung. Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah lalu. Dalam penelitian ini dokumen yang diambil dari Warung Kopi WARKAM yaitu berupa dokumen-dokumen arsip.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis SOAR, yang merupakan singkatan dari Strengths, Opportunities, Aspirations, dan Results. Pendekatan ini adalah inovatif dan berbasis pada kekuatan dalam pemikiran dan perencanaan strategis, melibatkan semua pihak yang berkepentingan dalam proses tersebut (Suryadi, 2020). SOAR berfokus pada aspek-aspek berikut:

- 1) Kekuatan adalah segala sesuatu yang merupakan kekuatan atau kemampuan terbesar yang tersedia dalam kelangsungan operasional bisnis, baik dalam bentuk aset berwujud maupun tidak berwujud.
- 2) Peluang merupakan bagian dari lingkungan eksternal yang harus dianalisis untuk memanfaatkan dan memaksimalkan peluang yang ada dalam lingkungan bisnis yang berkelanjutan.
- 3) Aspirasi merupakan harapan dan tujuan kesuksesan di masa depan. SOAR Aspirations menginspirasi tim untuk mengeksplorasi nilai-nilai, visi, dan misi, serta mengidentifikasi tujuan dan sasaran strategis dengan menemukan aspirasi masa depan yang paling diinginkan dan diinginkan oleh mereka. Ini sangat dihargai oleh para pemangku kepentingan organisasi.

4) Hasil berarti menentukan pentingnya hasil yang ingin dicapai. Hasil SOAR menghubungkan perumusan dan pelaksanaan strategi dengan fokus pada hasil yang terukur dan bermakna.

Analisis Strengths & Opportunities menganalisa lingkungan internal perusahaan, sementara Aspirations dan Results merupakan analisis pada lingkungan eksternal (Suryadi, 2020).

Tabel 3.1 Matriks SOAR

	Eksternal	STRENGTH	OPPORTUNITIES
Internal			
ASPIRATION		<p>STRATEGI SA</p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencapai aspirasi</p>	<p>STRATEGI OA</p> <p>Ciptakan strategi yang berorientasi pada aspirasi yang diharapkan untuk memanfaatkan peluang</p>
RESULT		<p>STRATEGI SR</p> <p>Ciptakan strategi yang berdasarkan kekuatan untuk mencapai hasil yang terstruktur</p>	<p>STRATEGI OR</p> <p>Strategi yang berorientasi pada kesempatan untuk mencapai result yang sudah terukur.</p>

Sumber: Suryadi, 2020

Model SOAR mengubah analisis SWOT tradisional, yang berfokus pada kelemahan internal organisasi dan ancaman eksternal, menjadi faktor-faktor positif yang diinginkan perusahaan dan hasil yang ingin dicapai yang dapat diukur. Analisis SOAR menyoroti bahwa penekanan pada kekurangan dan ancaman dapat menimbulkan perasaan negatif di kalangan anggota organisasi, yang dapat mengurangi motivasi mereka untuk memberikan usaha terbaik (Suryadi, 2020).

3.8 Uji Keabsahan Data

Penelitian validitas data dapat diuji dengan menerapkan teknik triangulasi yang menitikberatkan pada keefektifan proses dan pencapaian hasil yang

diinginkan. Triangulasi data adalah upaya untuk mendapatkan kebenaran dari informasi tertentu dengan melibatkan berbagai metode dan sumber data yang berbeda (Rahayu Puri Nita Kadek & Maradona Fredy Agus, 2020). Dalam konteks pengujian ini, triangulasi mengacu pada proses pemeriksaan data dari berbagai sumber dengan berbagai pendekatan dan dalam periode waktu yang berbeda.

Triangulasi sumber adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan akurat tentang subjek yang diteliti. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data dengan membandingkan dan menggabungkan informasi dari berbagai sumber.

Proses Metode Triangulasi Sumber dimulai dengan mengadopsi wawancara yang komprehensif. Ini melibatkan interaksi langsung dengan responden, seperti pemilik, pegawai, dan konsumen Warung Kopi WARKAM. Selain itu, wawancara juga dapat dilakukan melalui platform obrolan WhatsApp untuk memungkinkan fleksibilitas dan kenyamanan bagi responden.

Selama proses wawancara, fokus diberikan pada unit penelitian, yaitu Warung Kopi WARKAM. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan berbagai aspek bisnis, seperti kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil (SOAR), serta tantangan dan kendala yang dihadapi oleh warung kopi tersebut. Dalam melakukan analisis SOAR, penilaian bobot tertentu diterapkan. Hal ini berarti bahwa tidak semua informasi yang diperoleh dianggap sama pentingnya. Informasi yang lebih signifikan atau relevan akan diberikan bobot yang lebih besar dalam proses analisis.

Hasil dari wawancara dan analisis SOAR kemudian digunakan untuk menempatkan Warung Kopi WARKAM dalam kuadran yang relevan dalam

kerangka SOAR. Ini membantu dalam mengidentifikasi posisi bisnis mereka dan memahami dimana keunggulan kompetitif dapat ditingkatkan. Dari sinilah, strategi yang sesuai dapat dirumuskan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing Warung Kopi WARKAM.

Disamping itu, akan dilakukan observasi langsung terhadap Mas Assegaf guna mendalami permasalahan saat ini, serta melakukan dokumentasi yang terkait secara langsung dengan ruang lingkup pembahasan. Dengan menggabungkan berbagai sumber data ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan akurat tentang situasi yang diteliti.

