

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian akan menggunakan metode kualitatif – studi kasus. Penelitian kualitatif berfokus pada kegiatan sistematis untuk menemukan teori dalam masyarakat sosial dan bukan untuk menguji suatu teori atau hipotesis. Pradigma kualitatif meyakini bahwa sistem masyarakat sosial memiliki suatu ikatan yang menghasilkan keteraturan. Pada penelitian kualitatif, proses penelitian menjadi lebih penting. Proses penelitian yang dilakukan harus dapat memposisikan diri seobjektif mungkin. Studi kasus merupakan studi yang mempelajari suatu masalah dengan batasan terperinci serta teknik pengambilan data yang mendalam dengan menyertakan berbagai sumber informasi. Penelitian ini berfokus pada individu atau suatu unit sosial dengan kurun waktu tertentu. Tujuan studi kasus ini untuk memperoleh deskripsi utuh dan mendalam dari sebuah entitas dengan menghasilkan data untuk selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori (Murdiyanto, 2020).

Penelitian studi kasus menggali suatu fenomena (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan untuk menggali informasi secara rinci (Murdiyanto, 2020). Pendekatan kualitatif – studi kasus akan berfokus untuk menemukan dan menentukan sumberdaya serta kapabilitas perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif serta mempertahankan. Dalam proses tersebut, analisis akan dilakukan secara menyeluruh dan menjangkau semua sumberdaya internal perusahaan yang dapat dialokasikan sebagai kekuatan serta kelemahan yang membutuhkan strategi baru.

Pendekatan penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mendapatkan gambaran serta situasi dari apa yang terjadi. Pemahaman yang dikemukakan oleh narasumber akan didukung oleh relevansi serta konteks data yang diteliti. Penelitian ini secara mendalam akan memperlihatkan sumberdaya yang unggul dapat menjadikan suatu perusahaan berada pada kondisi *Sustainable Competitive Advantage*.

Penelitian dilaksanakan di Jl. Nyai Ageng Arem Arem No. 38, Kemuteran, Pakelingan, Kec. Gresik, Kab. Gresik, Jawa Timur, 61151. Penelitian ini menggunakan Batik Gajah Mungkur sebagai subjek, perusahaan batik dengan mahakarya warisan budaya asal Gresik.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Jl. Nyai Ageng Arem Arem No. 38, Kemuteran, Pakelingan, Kec. Gresik, Kab. Gresik, Jawa Timur, 61151. Peneliti akan melakukan wawancara secara *offline* dan *online* serta observasi pada rumah Batik Gajah Mungkur dengan waktu penelitian yang diperkirakan selama sebulan.

3.3 Unit Analisis

Subjek yang terlibat dalam penelitian ini berupa orang, dengan hal benda yang dipermasalahkan adalah pemilik Batik Gajah Mungkur.

3.4 Jenis Data

- a) Data Subjek : Pemilik Batik Gajah Mungkur, Bapak Ahmad Choiri
- b) Data Fisik : Motif batik, kain batik, serta ornamen bangunan Batik Gajah Mungkur.

- c) Data Dokumenter : Data akan diperoleh dari hasil wawancara kepada satu orang pemilik Batik Gajah Mungkur, observasi, pengambilan gambar, serta pengisian kuisioner pada uji VRIO.

3.5 Sumber Data

Sugiyono (2020) dalam (Damayanti & Adiwibowo, 2021) menyebutkan bahwa terdapat dua jenis sumber data, antara lain:

1) **Data Primer**

Data primer merupakan data langsung. Data ini dihasilkan setelah proses wawancara atau pengisian form kuisioner kepada informan/narasumber. Penelitian ini akan menggunakan hasil wawancara serta observasi dari pemilik Batik Gajah Mungkur sebagai sumber data primer.

2) **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data tidak langsung. Data ini tidak langsung dikumpulkan oleh peneliti, melainkan dari berbagai sumber yang dapat membantu penelitian seperti literatur dan dokumentasi. Sumber lain dari data sekunder termasuk penelitian sebelumnya, artikel, jurnal, buku, situs web, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder akan digunakan sebagai pendamping data langsung dari narasumber.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif berlangsung dalam setting alami dan sumber data primer. Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Hardani et al., 2020).

Data dikumpulkan berdasarkan kerangka VRIO dan berfokus pada empat faktor inti (*Value, Rarity, Imitability, Organization*) yang berfungsi sebagai alat analisis untuk menentukan keunggulan kompetitif.

1) Observasi

Observasi merupakan suatu tindakan atau tujuan terlihat yang ingin dicapai, seperti tindakan yang terlihat, terdengar, dan terukur secara langsung. Informasi yang diperoleh dari observasi meliputi ruang (lokasi), pelaku, aktivitas, objek, gerakan, peristiwa dan kejadian, waktu, dan emosi (Murdiyanto, 2020). Tujuan adanya observasi selain ingin mengetahui frekuensi suatu kejadian, juga dimaksudkan untuk mendeskripsikan serta memahami suatu objek. Observasi akan dilakukan pada perusahaan Batik Gajah Mungkur yang berada di Jl. Nyai Agrng Arem Arem No. 38, Kemuteran, Pakelingan, Kec. Gresik, Kab. Gresik, Jawa Timur, 61151.

2) Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data melalui komunikasi atau percakapan antara dua pihak: pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai yang menjawab pertanyaan. Wawancara dapat terstruktur atau tidak terstruktur, langsung atau tidak langsung. Tujuan wawancara adalah mendapatkan suatu informasi yang tidak tercatat pada suatu media dan tidak dapat dilihat secara langsung (Murdiyanto, 2020). Wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan kepada pemilik Batik Gajah Mungkur

dengan mengajukan pertanyaan terstruktur sesuai uji analisis pada kerangka VRIO.

3) Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah data berupa dokumen, film, gambar (foto), maupun suatu karya monumental yang memuat informasi untuk digunakan melengkapi sumber data selama proses penelitian berlangsung. Teknik dokumentasi dikumpulkan dari sumber non-manusia yang terdiri dari dokumen dan catatan (Murdiyanto, 2020). Studi dokumentasi ini dilakukan untuk mendukung hasil observasi serta wawancara yang telah dilakukan kepada narasumber, dalam hal ini berupa dokumen-dokumen arsip perusahaan

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) dalam (Damayanti & Adiwibowo, 2021) data pada penelitian kualitatif dihasilkan dengan teknik pengumpulan yang berbeda (triangulasi) dari berbagai sumber secara konsisten hingga terjadi sebuah kejenuhan, karena pengamatan yang terus menerus akan menimbulkan tingkat variasi yang berbeda-beda. Saputra (2017) dalam (Febrian et al., 2023) mendefinisikan *VRIO Framework* sebagai teknik analisis untuk menaksir sumberdaya internal serta kapabilitas perusahaan untuk *memperoleh Sustainable Competitive Advantage*/keunggulan kompetitif berkelanjutan. Menurut (Barney & Clark, 2007) keunggulan kompetitif dinyatakan sebagai kemampuan untuk menciptakan nilai ekonomi yang relatif lebih besar bagi suatu perusahaan. Untuk menciptakan nilai yang lebih besar dibandingkan pesaingnya, suatu perusahaan harus menghasilkan keuntungan yang lebih

besar melalui diferensiasi yang unggul serta biaya yang relatif rendah. Tolok ukur perbandingannya adalah pesaing terdekat.

Teknik analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah VRIO *Framwork* dengan analisis inti mengenai empat pertanyaan yang menargetkan sumber daya internal yang mencakup *Valuable*, *Rarity*, *Imitability*, dan *Organization* yang diperlukan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan internal Batik Gajah Mungkur. Berdasarkan konsep yang telah di uraikan sebelumnya, penelitian ini akan menggunakan Analisis VRIO sehingga hasil yang didapatkan berasal dari indikator-indikator berikut (Aisyah et al., 2022):

1. *Valueable* (Berharga)

Sumberdaya yang berharga adalah yang mampu memotong biaya dan memaksimalkan manfaat. Tidak hanya lebih unggul, sumberdaya harus dikelola secara efektif dengan kemampuan yang tepat (Newbert, 2008) dalam (Aisyah et al., 2022). Misalnya, karyawan merupakan sumberdaya yang dinilai berharga, mereka memiliki kompetensi yang tepat dalam menghasilkan produk/ layanan cepat dari pemasok/ efektif dalam rantai pengiriman untuk kepercayaan konsumen. Hal tersebut merupakan saah satu contoh sumberdaya yag berharga dimana untuk mencapai keunggulan kompetitif diperlukan dukungan sumberdaya lain.

2. *Rarity* (Langka)

Perusahaan dapat mncapai keunggulan kompetitif jika daat menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki oleh beberapa perusahaan atau tidak banyak yang memiliki sumberdaya tersebut

dengan kemampuan yang tepat (Newbert, 2008) dalam (Aisyah et al., 2022). Misalnya, perusahaan dapat mengambil alih segmentasi pasar yang biasanya diabaikan pesaing lain, sehingga mereka dapat mengelola pasar secara bebas dan dapat memutuskan kebijakan premium, Afiliasi juga dapat dilakukan untuk menjaga nilai langka, sehingga merupakan sesuatu yang unik dengan akses terbatas; bisa dalam bentuk negoisasi atau kolaborasi.

3. *Imitability* (Sulit Ditiru)

Strategi Resource Based-View yang dapat diterapkan dengan memberikan merek, paten, hak cipta untuk produk/layanan yang dimiliki perusahaan. Dunia bisnis sering dihadapkan dengan banyak produk serupa dan konsumen sering kebingungan untuk membedakan produk yang satu dengan yang lainnya, sehingga meek merupakan cara alternatif untuk membedakan dan mencegah acaman plagiarisme (Tresna & Raharja, 2018) dalam (Aisyah et al., 2022). Misalnya, industri batik tulis yang memiliki karakteristik sendiri dan tidak dapat ditiru karena motifnya mengandung makna, cerita dan sejarah yang berbeda antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Meskipun ada persaingan dengan industri batik yang diproduksi pabrik, batik tulis masih tidak tergantikan karena keunikan yang tergambar pada setiap motifnya.

4. *Organized* (Organisasi)

Analissi VRIO dimanfaatkan untuk meningkatkan pross bisnis, penting untuk fokus pada produk dan pelanggan, namun manajemen

perusahaan yang baik juga hal yang penting (Elfan Kaukab et al., 2020). Misalnya, dalam perusahaan industri kreatif pembatik merupakan aset yang berharga dimana kemampuan yang mereka miliki tidak dapat ditiru oleh pesaing. Manajemen pada karyawan diperlukan agar mereka dapat memberikan nilai serta dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Reputasi dan citra juga harus dikelola dengan baik misalnya, membangun hubungan yang baik dengan konsumen bahkan semua orang.

Penelitian ini akan berfokus menemukan indikator yang sesuai untuk dapat diidentifikasi sebagai sumber keunggulan kompetitif perusahaan. Adapun tahapan utama dalam analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Sumber Daya dan *Kapabilitas*
Menentukan sumber daya dan kemampuan utama perusahaan yang dapat berupa aset fisik, teknologi, merek, keahlian karyawan, dan lainnya,
2. Penilaian *Valuable*
Evaluasi terkait setiap sumber daya atau kemampuan perusahaan, apakah telah memberikan nilai tambah secara signifikan. Pertanyaan yang dapat diajukan terkait kontribusi sumber daya atau kemampuan terhadap produk, layanan, atau kepuasan pelanggan.
3. Penilaian *Rarity*
Tentukan sumber daya dan kemampuan perusahaan langka atau tidak umum dimiliki pesaing dengan mempertimbangkan sumber daya atau

kemampuan tersebut memberikan keunggulan bagi perusahaan dibanding pesaing.

4. Penilaian *Imitability*

Tinjau kembali sumber daya dan kemampuan sulit ditiru oleh pesaing. Pertanyaan yang dapat diajukan apakah terdapat hambatan teknologi, kekayaan intelektual, atau keahlian khusus yang tidak dapat ditiru.

5. Penilaian *Organization*

Evaluasi kemampuan perusahaan dalam mengelola serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya dan kemampuan. Pertimbangan pada manajemen, budaya perusahaan, serta struktur organisasi.

6. Penilaian Keseluruhan

Hasil dari analisis dikategorikan pada setiap dimensi VRIO dengan mengidentifikasi sumber daya atau kemampuan yang memenuhi semua atau sebagian besar kriteria VRIO. Sumber daya atau kemampuan yang masuk dalam semua kriteria VRIO dapat menjadi fokus utama.

7. Pengembangan Strategi

Informasi dari hasil analisis VRIO yang telah dikelompokkan akan membantu dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dengan mengidentifikasi strategi yang tepat untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya dan kemampuan perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif.

3.8 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kuantitatif, konsep validitas mengacu pada upaya untuk menunjukkan apa yang ada di dunia nyata dan apakah penjelasan yang diberikan tentang dunia tersebut sesuai dengan apa yang ada atau benar-benar terjadi atau tidak. Dalam hal ini yang diterapkan adalah validitas internal, yaitu ukuran keakuratan data yang diperoleh suatu instrumen, apakah instrumen tersebut benar-benar mengukur variabel yang sebenarnya (Abdussamad & Sik, 2021). Proses triangulasi data dilakukan dengan:

1. Pengumpulan data wawancara secara *online* dan *offline*.
2. Observasi data kepada perusahaan dengan mengamati dan menilai kesesuaiannya.
3. Proses verifikasi data wawancara serta observasi dengan perbedaan waktu dan tempat.

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dari berbagai sumber data serta metode pengumpulannya. Peneliti memperoleh data dengan teknik triangulasi sekaligus menguji kredibilitas serta verifikasi data menggunakan beberapa teknik pengumpulan serta sumber data yang berbeda. Tujuan dari triangulasi bukanlah untuk menemukan kebenaran mengenai suatu fenomena tertentu tetapi untuk meningkatkan pemahaman tentang apa yang telah ditemukan. Nilai dari teknik triangulasi adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh bersifat konvergen (umum), tidak konsisten, atau bertentangan. Oleh karena itu, dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten (Abdussamad & Sik, 2021).

Peneliti akan menggunakan teknik tringulasi sebagai uji keabsahan data dengan memaksimalkan wawancara secara intensif dengan interaksi secara langsung maupun tidak langsung melalui obrolan *WhatsApp* dengan mengajukan pertanyaan penelitian yang sama. Peneliti juga akan membagi waktu wawancara untuk melihat kredibilitas data terhadap narasumber selama proses penelitian. Uji keabsahan data ini bertujuan untuk mendapatkan data yang faktual antara pemaparan penelitian dengan fonemena yang ada. Selama proses penelitian, pertanyaan akan berdasar kepada kerangka analisis VRIO untuk mengidentifikasi sumberdaya dan kapabilitas perusahaan.

