

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di *Agency Asik Creative* berlokasi di Jl. Sindujoyo gang 18 no. 77 Kota Gresik, Kabupaten Gresik. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki semua aspek pendukung agar penelitian dapat berjalan dengan baik. Berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

1. Peneliti sudah melakukan berbagai observasi dan sangat tertarik untuk meneliti *Agency Asik Creative*.
2. Peneliti sudah mempertimbangkan waktu, biaya, dan tenaga karena lokasi tersebut terjangkau oleh peneliti.

3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dan dimulai dari 12 September 2024 yang di mana peneliti melakukan pengamatan kemudian dilanjutkan untuk mengajukan judul dan proposal skripsi kemudian peneliti mengajukan proposal skripsi dan mendapatkan acc. Selanjutnya peneliti melakukan penelitiannya hingga sekarang sampai batas waktu yang belum ditentukan.

3.3 Metode Penelitian

Jenis metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif fenomenologi. Dalam kajian fenomenologi, sebuah pengalaman diartikan sebagai sebuah pengalaman yang telah dialami oleh seseorang, sekelompok orang, ataupun sekelompok hewan yang secara sadar (*conscious experience*). Pengalaman manusia dapat dipelajari dalam sebuah fenomenologis melalui deskripsi yang menyeluruh tentang suatu individu yang

diteliti (Yusanto, 2020 dalam Nasir et al., 2023) Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami peristiwa kehidupan manusia dalam kerangka pemikiran dan perilaku masyarakat sebagaimana yang telah dipahami oleh individu itu sendiri (Nasir et al., 2023).

Tujuan dilakukannya penelitian dengan metode kualitatif fenomenologi adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, fenomena, *variable*, dan keadaan yang telah terjadi saat penelitian berlangsung dan menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Adapun cara yang telah dilakukan yaitu melalui kegiatan wawancara (*interview*) dengan mengajukan beberapa pertanyaan, catatan, dan dokumentasi, sehingga data yang diambil dari lokasi penelitian yang berkenaan dengan permasalahan yang sedang dibahas mengenai strategi pengembangan usaha berbasis *Smart Business Map (SBM)* pada industri kreatif di *Agency Asik Creative* di kota Gresik.

3.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian bukan hanya sumber data melainkan juga pelaku yang nantinya terlibat dalam menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian berdasarkan informasi yang telah diberikan oleh karena itu, untuk menentukan subjek penelitian ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu orang yang cukup lama melakukan kegiatan yang sedang diteliti dan memiliki kesempatan waktu yang cukup untuk meminta informasi (Dr. Drs. Thobby Wakarmamu, 2021). Berdasarkan keseluruhan subjek yang terdapat di *Agency Asik Creative* dan kompetitornya, dalam metode kualitatif, subjek penelitian diidentifikasi sebagai informan yaitu orang yang dipercayai sebagai narasumber oleh peneliti. Informan ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi yang akurat

untuk melengkapi data penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mengetahui suatu kondisi kesehatan usaha *Agency Asik Creative* melalui *Smart Business Map*.

Subjek yang dibutuhkan saat penelitian yaitu 1 pemilik, 2 kompetitor yang dipercaya dan memahami tentang apa yang dibutuhkan oleh peneliti dengan melakukan tahapan wawancara dan observasi secara langsung maupun tidak langsung. Subjek penelitian adalah sumber data primer yang di mana informan yang dipilih secara sengaja berdasarkan hasil observasi. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa bagaimana penerapan *Smart Business Map*. Dari observasi yang dilakukan di lapangan dan berdasarkan informasi dari perusahaan akan diketahui bahwa kesehatan usaha suatu perusahaan.

Berdasarkan wawancara dari informan yang peneliti pilih akan diketahui informasi apa saja yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi sehingga dapat dieksplorasi lebih lanjut dan lebih mendalam. Pada penelitian ini terdapat 3 informan yang keberadaannya ditandai dengan kode sebagai V1 untuk pemilik, V2 untuk kompetitor. Pemberian kode ini untuk mendapatkan data yang sesuai dengan masalah atau gap.

3.5 Informan

Penelitian ini terdapat 3 informan. Informan pertama yaitu pemilik *Agency Asik Creative* yang keberadaannya ditandai dengan kode sebagai V1. Informan kedua yaitu kompetitor yang bernama *Creativism Studio* ditandai dengan kode V2 dan informan ketiga yaitu kompetitor yang bernama *Jeje Creation* ditandai dengan kode V3. Pemberian kode ini untuk mendapatkan data yang sesuai dengan masalah atau gap.

3.6 Jenis Data

Peneliti mengumpulkan data berupa data primer dan data sekunder:

1. Data primer:

Data primer merupakan sumber asli data yang didapatkan atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber datanya. Data primer bersifat spesifik tergantung kebutuhan peneliti. Jenis data yang dikumpulkan dilakukan secara langsung oleh sumber utama melalui wawancara, survei, eksperimen, dan lain sebagainya (Balaka, 2022).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu data yang diperoleh secara tidak langsung. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yaitu melalui literatur, buku, jurnal maupun workshop terkait dengan pembahasan. Kemudian menganalisis materi melalui studi pustaka dengan hasil dari analisis deskriptif (Asmendri, 2020 Dalam Muhammad Abduh, 2023).

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan bahan mentah yang apabila diolah melalui berbagai analisis dapat menciptakan sebuah informasi. Data harus mutakhir, relevan dengan permasalahan dari informasi yang dapat dipertanggungjawabkan, akurat, dan konsisten (Rahmi Pertiwi et al., 2021). Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang telah diperoleh kemudian dibandingkan dengan teknik triangulasi. Penjelasan dari teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Pelaksanaan pada wawancara dilakukan subjek yang telah ditentukan oleh peneliti dengan cara bertatap muka langsung dengan informan. Konsep pedoman wawancara didasarkan dari (Budi isman, 2010) sebagai elemen yang nantinya akan dianalisa. Tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti yang pertama adalah tahap persiapan dengan mengutarakan maksud dan tujuan wawancara dalam menentukan informasi yang akan digali dari informan.

Tahapan wawancara yang ada di lapangan melalui alat *Smart Business Map*, yaitu: tahapan (1) Berkomunikasi dengan informan, (2) Melakukan assessment kesehatan perusahaan melalui alat *Smart Business Map* yang dikembangkan oleh Budi Isman (3) Menyusun hasil dari wawancara yang telah dilakukan. Adapun beberapa pertanyaan dalam wawancara harus bersifat terbuka dan dilakukan secara formal maupun informal dengan tujuan untuk menggali pandangan subjek peneliti mengenai aktivitas yang ada di perusahaan sehingga, besar kemungkinan jawaban yang telah dikemukakan sangat luas dan reaksi yang telah ditunjukkan diluar jalur yang akan dipertanyakan. Oleh karena itu pertanyaan tidak dapat disusun secara terperinci atau *detail* terlebih dahulu melainkan fokus terhadap permasalahan yang akan dikaji atau terlibat dalam pelaksanaan di *Agency Asik Creative*.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah teks laporan yang dideskripsikan dari hasil sebuah pengamatan terhadap suatu objek yang sedang diamati dan informasi tersebut dibuat ke dalam bentuk tulisan (Laia, 2023). Observasi dan pengamatan digunakan penelitian sebagai cara untuk mengumpulkan data melalui

pengamatan langsung yang ada di lapangan yang nanti hasilnya akan dicatat sebagai hasil catatan lapangan dan observasi penelitian, peneliti terlibat terhadap kegiatan sehari-hari yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data. Yang artinya bahwa peneliti terlibat langsung dalam kegiatan untuk mencari data yang diperlukan melalui pengamatan. Jika melalui observasi partisipatif, data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan akurat sehingga sampai mengetahui pada tingkat permasalahan yang muncul pada Agency Asik Creative. Tahapan dalam observasi yaitu: (1) Setelah melakukan wawancara menindak lanjuti dengan observasi melihat apakah yang disampaikan informan sudah sesuai di lapangan (2) Membuat laporan hasil observasi yang didasarkan pada *Smart Business Map*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bukti yang tertulis atau tercetak bagi yang berwenang. Dokumentasi merupakan catatan hukum yang bukan sekedar penyimpanan catatan (Oktavianti, 2019). Dokumentasi dapat berupa laporan, foto kegiatan, catatan harian, buku besar, company profile dan dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, ataupun sejarah kehidupan (Nia Arum & Irhandayaningsih, 2022). Tahapan dalam dokumentasi yaitu: (1) Selama wawancara dilakukan *recording* (2) Melakukan pencatatan transkrip hasil *recording* (3) Foto bersama sebagai dokumentasi.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penelitian yang dilaksanakan setelah informasi yang diperlukan untuk pemecahan masalah yang diteliti tersedia sepenuhnya.

Analisis data kualitatif memiliki karakteristik yang spesifik terutama untuk penggabungan dan ringkasan informasi dalam suatu aliran analisis yang mudah dipahami oleh pihak lain (Millah et al., 2023). Analisis data kualitatif terdiri dari tiga teknik yaitu: pengurangan data (reduksi data), penyajian data (display data), dan penarikan kesimpulan (Mustafa et al., 2018; Allo et al., 2023 dalam Rahmi Pertiwi et al., 2021).

1. Reduksi data dilakukan sebagai suatu proses pemilihan yang penting dan merangkumnya (Haeruddin et al., 2022 dalam Rahmi Pertiwi et al., 2021). Tujuan dalam penelitian ini akan memandu peneliti untuk menentukan data yang penting dan yang perlu untuk dicatat oleh peneliti.
2. Penyajian data merupakan suatu kumpulan informasi yang tersusun atau terstruktur (Haeruddin & Haeruddin, 2020 dalam Rahmi Pertiwi et al., 2021). Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, tabel, grafik, dan lain sebagainya. Sehingga data yang terorganisasikan akan semakin mudah dipahami.
3. Kesimpulan merupakan kesimpulan berdasarkan data yang telah diproses melalui reduksi dan penyajian data. Pada tahapan ini, hasil dari data kualitatif diungkapkan melalui kata berupa narasi yang sesuai dan dengan tata bahasa yang benar.

3.9 Tahap Penelitian

Tahapan dalam penelitian kualitatif ini sebagai berikut:

1. Tahapan persiapan
 - a. Mengidentifikasi masalah

Penelitian ini dilaksanakan di Agency Asik Creative. Maka dilakukan identifikasi masalah melalui wawancara dengan pemilik dan melakukan wawancara dengan kompetitor.

b. Menyiapkan instrumen penelitian

Instrumen penelitian ini diperlukan untuk pelaksanaan penelitian yaitu pertanyaan wawancara, catatan lapangan dan alat perekam.

2. Tahapan pelaksanaan

a. Memahami keadaan di lapangan

Tahapan untuk mengumpulkan data atau informasi dari subjek penelitian dengan cara melihat kesehatan perusahaan dan keadaan lingkungan yang terjadi di *Agency Asik Creative*

b. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan pengamatan lapangan kemudian dilakukan wawancara terhadap pemilik dan kompetitor yang berpotensi untuk diambil datanya.

c. Pengelolaan data

Setelah dilakukan analisis data yang sesuai, selanjutnya dibuat kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh.

3.10 Keabsahan Data

Triangulasi adalah sebuah teknik yang biasanya dipakai untuk melakukan survei dari tanah daratan dan laut tujuannya adalah untuk menentukan satu titik tertentu dengan menggunakan cara yang berbeda. Teknik tersebut terbukti mampu untuk mengurangi bias dan kekurangan yang diakibatkan oleh pengukuran satu metode atau

cara saja (Susanto et al., 2023). Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan sebagai berikut:

1. *Credibility* (Derajat kepercayaan)

Credibility (Derajat kepercayaan) adalah suatu kriteria untuk memenuhi nilai kebenaran yang ada pada data dan informasi yang telah dikumpulkan. Yang berarti, hasil penelitian harus dapat dipercaya oleh semua pembaca secara kritis dan dari informan sebagai pemberi informasi yang akurat. Cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan tingkat kredibilitas yang tinggi sebagai berikut:

- a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas data. Dengan adanya perpanjangan pengamatan, peneliti dapat memperpanjang waktu penelitian, yaitu dengan melakukan pengamatan dan wawancara lagi dengan informan yang ditemui. Setelah dipertanggungjawabkan dan benar maka, data kredibel perlu diakhiri.

2. Triangulasi

(Norman K. Denkin dalam Susanto et al., 2023) Triangulasi merupakan gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Adapun empat triangulasi yaitu:

- a. Triangulasi metode

Triangulasi metode merupakan cara untuk membandingkan suatu informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi

yaitu peneliti melakukan wawancara untuk meng-*assessment* melalui *Smart Business Map* kemudian dilakukan observasi serta dokumentasi.

b. Triangulasi dengan sesama peneliti

Triangulasi dengan sesama peneliti merupakan cara yang digunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti dapat menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan dokumentasi.

c. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber merupakan triangulasi yang pertama dibahas dalam pengujian data dari beberapa informan dengan cara melakukan pengecekan data yang diperoleh melalui berbagai sumber maupun informan, dapat meningkatkan kredibilitas data (Alfansyur, Andarusni, 2020 dalam Susanto et al., 2023)

d. Triangulasi teori

Triangulasi teori merupakan hasil akhir dari penelitian kualitatif berupa suatu rumusan informasi statement. Informasi selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan (Rahardjo, 2010 dalam Susanto et al., 2023).

3.11 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan suatu pedoman pertanyaan yang memungkinkan pewawancara untuk menggali topik yang sama dari informan. Pada

pedoman tersebut bukanlah pertanyaan yang terstruktur, melainkan aspek yang hendak digali dari informan. Syarat untuk pedoman wawancara yaitu: mencari pengetahuan awal yang berkaitan dengan topik wawancara yang biasanya berasal dari literature, dan orang yang akan diwawancarai (Huberman & Miles, 1992). Penelitian naturalistik adalah suatu metode penelitian kualitatif yang menggunakan prosedur yang dimana dapat diperoleh dari data deskriptif, dapat diartikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu berupa kata-kata yang tertulis ataupun secara lisan dari orang-orang atau perilaku yang telah diamati dan diteliti (D. Soelistya, 2021). Pedoman wawancara pada penelitian ini menggunakan Smart Business Map yang dikembangkan oleh Budi Isman, 2010. Berikut beberapa pertanyaan terkait Smart Business Map:

- 1 *What is the problem* (Apa penyebab bisnis anda gagal di tahun pertama?)
- 2 *Who has the problem* (Siapa yang mempunyai masalah?)
- 3 *What is the solution* (Apa solusi yang diberikan?)
- 4 *How big is the market* (Seberapa besar pasarnya?)
- 5 *What factors will impact the business* (Faktor apa yang akan mempengaruhi bisnis?)
- 6 *Why do people choose you* (Mengapa orang memilihmu?)
- 7 *How do you sell your product* (Bagaimana anda bisa menjual produk anda?)
- 8 *How do you keep your customers* (Bagaimana anda mempertahankan pelanggan?)
- 9 *How do you increase your revenue* (Bagaimana anda meningkatkan pendapatan?)

- 10 *How do you manage your cost* (Bagaimana anda mengelola biaya?)
- 11 *What is your core resources* (Bagaimana anda mengelola sumber daya inti?)
- 12 *How do you develop your team* (Bagaimana anda mengembangkan tim?)

Pedoman wawancara ini akan dilakukan pada setiap informan.

