

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif (QD) merupakan istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan. Jenis penelitian ini umumnya dipakai dalam fenomenologi sosial (Polit & Beck, 2009, 2014) dalam (Yuliani, W. 2018). Deskriptif kualitatif (QD) difokuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang terkait dengan pertanyaan siapa, apa, dimana dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi hingga akhirnya dikaji secara mendalam untuk menemukan pola pola yang muncul pada peristiwa tersebut (Yuliani, W. 2018).

Secara ringkas dapat dijelaskan bahwa deskriptif kualitatif (QD) adalah suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif ini maksudnya penelitian deskriptif kualitatif (QD) diawali dengan proses atau peristiwa penjas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut. Dimana penelitian deskriptif kualitatif diartikan sebagai penelitian yang mengkaji peristiwa tindakan sosial yang alami menekankan pada cara orang menafsirkan, dan memahami pengalaman mereka untuk memahami realitas sosial sehingga individu mampu memecahkan masalahnya sendiri (Mohajan, Haradhan, 2018).

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada toko Barokah yang bergerak di dalam usaha retail yang berada di area ruko desa di dusun kalimalang menggunakan

pendekatan penelitian deskriptif kualitatif menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko Barokah yang berada di dekat area ruko desa yang berlokasi di Desa Kentong, Dusun Kalimalang, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan, penelitian dilakukan selama 1 bulan pada tgl 1 mei 2021 sampai tanggal 31 mei 2021.

3.3 Unit Analisis

Subjek dalam penelitian ini berupa benda, hal, orang atau tempat penelitian yang di permasalahan, subjek dalam penelitian ini adalah 1 pemilik usaha, 3 supplier, 3 kompetitor, 15 orang pelanggan pada Toko Barokah.

3.4 Jenis Data

- a) **Data Subjek** : 1 pemilik usaha, 3 supplier, 3 kompetitor, 15 orang pelanggan
- b) **Data Fisik** : Toko Barokah
- c) **Data Dokumenter** : data dari hasil wawancara, observasi, pengisian kuesioner, gambar, dan data yang dimiliki perusahaan antara lain buku dan catatan sejarah perusahaan.

3.5 Sumber Data

a) Primer

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer adalah data yang di dapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara, observasi, dan dari hasil pengisian kuesioner.

b) Sekunder

Menurut Nur indrianto dan Bambang supomo (2013:145) Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui perantara. Meliputi data berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan data yang dimiliki oleh perusahaan.

Subjek/informasi dari penelitian diperoleh dari 1 pemilik usaha, 3 supplier, 3 kopetitor 15 orang pelanggan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Menurut Nasution (1988) observasi adalah dasar dari ilmu pengetahuan. Para Ilmuwan bekerja berdasarkan data, yaitu fakta yang diketahui melalui observasi. Data yang terkumpul dengan bantuan dari berbagai macam alat yang canggih sehingga benda kecil maupun benda yang jauh dapat diobservasi dengan jelas. Faisal (1990) mengklasifikasikan observasi menjadi tiga bagian yaitu observasi partisipatif, observasi terus-terang atau tersamar, observasi tidak berstruktur.

1) Observasi partisipatif

Peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang menjadi sumber data penelitian data diambil dengan cara peneliti melakukan pengamatan, mengikuti

aktivitas yang dilakukan, dan ikut merasakan suka dukanya dengan ini maka data yang terkumpul akan lebih lengkap, tajam, sampai mengetahui makna dari setiap perilaku yang dilakukan. Susan Stain back (1988) membagi observasi berpartisipasi menjadi empat, yaitu passive participation, moderate participation, active participation, and complete participation:

a) Partisipasi pasif (passive participation)

peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

b) Partisipasi moderat (moderate participation)

Peneliti dalam mengumpulkan data ikut observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan, tetapi tidak semuanya.

c) Partisipasi aktif (active participation)

Peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap.

d) Partisipasi lengkap (complete participation)

peneliti sudah terlibat sepenuhnya terhadap apa yang dilakukan sumber data.

2) Observasi Terus-terang atau Tersamar

Peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.

3) Observasi Tak Berstruktur

Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tidak berstruktur, karena fokus penelitian belum jelas. Peneliti dapat melakukan pengamatan bebas, mencatat apa yang tertarik, melakukan analisis dan kemudian dibuat kesimpulan.

Berdasarkan paparan diatas peneliti melakukan observasi tidak berstruktur didalam penelitian kualitatif yang dilakukannya dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan bebas, mencatat apa yang menarik, melakukan analisis dan dibuat kesimpulan. Observasi yang dilakukan oleh peneliti melihat aktifitas dari semua pihak yang ada didalam Toko Barokah antara lain Owner, karyawan, customer dan supplier yang bertujuan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan business model canvas (BMC), proses persaingan toko dengan kompetitor, melihat inovasi yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan didalam toko.

Tindakan yang dilakukan oleh peneliti adalah mengamati aktivitas di dalam toko barokah selama 1 bulan pada tgl 1 mei 2021 sampai tanggal 31 mei 2021 dilakukan pada 06:00 -11:00 dilanjutkan pukul 15:00- 20:00. Alasan peneliti melakukan pengamatan sesuai dengan data dan fakta yang ada di lapangan, sedangkan di lakukannya pengamatan pada pukul 06:00 -11:00 dilanjutkan pukul 15:00- 20:00 karena aktivitas transaksi toko berlangsung, jam istirahat pegawai pukul 11:00- 14:50 atau dilakukannya aktivitas pembelian barang kepada supplier dan aktivitas transaksi berakhir pada pukul 20:00.

b) Wawancara

Menurut Esterberg (2002) wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide dimulai dari pertanyaan dan tanggapan dengan menghasilkan komunikasi dan konstruksi bersama dari makna tentang topik tertentu. Peneliti dalam melakukan observasi tentu melakukan wawancara kepada sumber data penelitian menurut Esterberg (2002) mengemukakan ada dua macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, semi-struktur, dan tidak terstruktur

1) Wawancara Terstruktur (Structured Interview)

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang Informasi apa yang akan diperoleh. Didalam melakukan wawancara terstruktur untuk mengumpulkan data dengan menyiapkan pertanyaan kepada setiap responden dan data yang diberikan akan dicatat atau direkam. Untuk pengumpul wawancara memiliki keterampilan yang sama maka diperlukan training kepada setiap pewawancara.

2) Wawancara Semi-struktur (Semi structured Interview)

wawancara yang dilakukan secara mendalam dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang di wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat.

3) Wawancara Tak Berstruktur (Unstructured Interview)

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang membahas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang ditanyakan.

Dari penjelasan di atas peneliti menggunakan wawancara Semi-struktur (Semi structured Interview) karena diperlukan pengambilan data secara mendalam dan lebih bebas agar menghasilkan banyak data dari narasumber 1 owner, 3 supplier, 3 kompetitor 15 orang pelanggan.

Kegiatan wawancara dilakukan untuk mengetahui model bisnis yang digunakan, untuk mengetahui persaingan usaha toko retail di wilayah usaha toko barokah, untuk mengetahui inovasi bisnis yang telah diterapkan toko barokah sehingga mampu meningkatkan keuntungan ditengah persaingan usaha toko retail.

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara

| NO | KATA KUNCI | TARGET | PERTANYAAN |
|-----------|--------------------------------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 9 Elemen <i>Business model canvas</i> <i>Customer segment</i> | <i>Owner</i> | a) Siapa target pelanggan yang anda pilih? usia? Jenis kelamin? b) siapa pelanggan utama anda? c) menyukai berbelanja online atau offline? |
| | 9 Elemen <i>Business model canvas</i> <i>Value propositions</i> | <i>Owner</i> | a) Apa saja yang anda tawarkan kepada pelanggan? b) Apa yang membedakan toko anda dengan toko yang berada di sekitar anda? |

| | | |
|---------------------------------------------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>9 Elemen <i>Business model canvas Channel</i></p> | <p>Owner</p> | <p>a) Bagaimana toko barokah membangun hubungan baik dengan konsumen? b) Cara apa yang dilakukan untuk bisa berkomunikasi dengan pelanggan? c) Apa yang dilakukan untuk mengenalkan/memunculkan kepada segmen tentang produk apa saja yang di jual? d) Apa yang biasa dilakukan owner untuk mengevaluasi produk atau jasa yang ditawarkan? e) Untuk mengelola agar transaksi berjalan secara <i>efektif</i> dan <i>efisien</i> toko melakukan transaksi secara fisik/<i>offline</i> atau secara nonfisik/ <i>onlin</i>?</p> |
| <p>9 Elemen <i>Business model canvas Customer relationships</i></p> | <p>Owner</p> | <p>a) Apa aktivitas yang dilakukan untuk menarik <i>customer</i> baru untuk bertransaksi dan bagaimana mempertahankan <i>customer</i> lama agar tetap menjadi pelanggan tetap?</p> |
| <p>9 Elemen <i>Business model canvas Revenue streams</i></p> | <p>Owner</p> | <p>a) Sumber pendapatan anda dari mana saja? b) apa saja yang di jual toko barokah sehingga <i>customer</i> dari berbagai segmen bersedia melakukan transaksi?</p> |
| <p>9 Elemen <i>Business model canvas Key resources</i></p> | <p>Owner</p> | <p>a) Apa saja sumberdaya yang anda butuhkan dalam menjalankan bisnis? Untuk bisa menjangkau pasar dan menjaga hubungan dengan segmen pelanggan untuk memberikan penawaran dan melakukan transaksi</p> |
| <p>9 Elemen <i>Bisnis Model Canvas Key activities</i></p> | <p>Owner</p> | <p>a) Apa aktivitas yang membuat bisnis anda berjalan dan bertahan?</p> |
| | | |

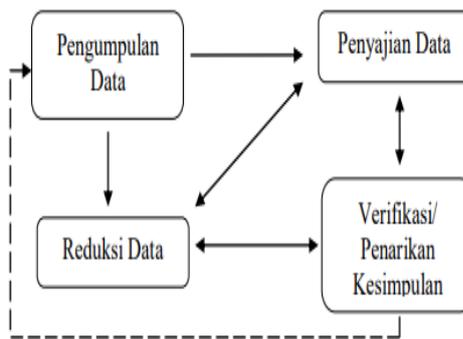
| | | | |
|---|------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 9 Elemen <i>Business model canvas</i> <i>Key partnerships</i> | Owner | <ul style="list-style-type: none"> a) Siapa saja partner di dalam bisnis? b) Apa yang ditawarkan dan apa kontribusi yang diberikan terhadap usaha anda? c) Dan bagaimana bentuk kerjasama yang telah di sepakati? |
| | 9 Elemen <i>Business model canvas</i> <i>Cost structure</i> | Owner | <ul style="list-style-type: none"> a) Apa saja biaya yang dikeluarkan bisnis anda? |
| | | Pelanggan | <ul style="list-style-type: none"> a) Siapa nama dan dari desa mana anda tinggal? b) Dari mana anda mengetahui keberadaan toko Barokah? Bagaimana cara anda menemukan lokasi toko barokah? c) Menurut pendapat anda apa yang membedakan toko Barokah dan toko lainnya? d) Apa yang anda dengar dari orang di sekitar anda mengenai toko Barokah? e) Barang apa saja yang biasa anda beli di toko Barokah? f) Menurut anda apa yang yang membuat anda senang dan nyaman untuk bertransaksi di toko barokah? Dan apa yang membuat anda kurang nyaman bertransaksi di toko Barokah jika ada? g) Jika barang yang anda cari tidak tersedia maka apa yang akan anda rasakan? adakah kendala yang dihadapi ketika proses pencarian barang tersebut jika tidak tersedia di toko Barokah? dan resiko apa yang anda kuatirkan? h) Apa masukan dan saran anda untuk toko Barokah? |
| 2 | Retail | Owner | <ul style="list-style-type: none"> a) Bagaimana awal anda memulai bisnis retail ini? b) Di mana lokasi toko anda berada? c) Barang retail apa saja yang anda jual? d) Bagaimana anda menentukan barang- barang apa saja yang dibutuhkan konsumen? |

| | | | |
|---|------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | e) Bagaimana anda mendapatkan mitra atau <i>supplier</i> yang tepat? |
| | | Mitra atau Supplier | <ul style="list-style-type: none"> a) Bagaimana pendapat anda tentang kerjasama yang dijalani selama ini dengan toko Barokah? b) Apa kontribusi bisnis anda kepada toko Barokah? c) Bentuk kerjasama apa yang anda berikan? d) Barang retail Apa yang anda tawarkan? |
| 3 | Persaingan toko retail | Owner | <ul style="list-style-type: none"> a) Strategi apa yang anda lakukan agar mampu bersaing dengan kompetitor? b) Apa visi dan misi yang ada di dalam toko Barokah? c) Apa yang membedakan toko anda dengan toko retail di sekitar anda? d) Ada berapa toko retail yang berjualan barang yang sama di sekitar anda? e) Inovasi apa yang anda lakukan di toko Barokah agar bisa bersaing secara sehat dalam persaingan toko di sekitar anda? f) Model bisnis apa yang dijalankan untuk membuat sebuah strategi bisnis ? |
| | | kompetitor | <ul style="list-style-type: none"> a) Sebutkan nama toko, nama owner beserta alamat toko anda? b) Barang retail apa saja yang anda tawarkan? c) apa yang anda tawarkan kepada <i>customer</i> anda yang tidak di dapatkan di toko lain? d) apakah bisnis anda berjalan secara <i>offline</i> atau juga didukung dengan cara online jika ada sebutkan sosial media yang anda gunakan? e) Menurut anda apa saja yang perlu diperbaiki dalam bisnis anda? |

| | | | |
|---|--------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | 10 type innovation | Owner | <ul style="list-style-type: none"> a) Inovasi apa yang diterapkan di dalam toko barokah? mengapa anda memilih inovasi tersebut dalam bisnis anda? b) Apa saja fasilitas yang diberikan toko barokah kepada pelanggan? c) Apa dampak dari inovasi tersebut dalam bisnis anda? |
| | | Pelanggan | <ul style="list-style-type: none"> a) Apa inovasi <i>service guarantee</i> membuat anda puas dengan adanya layanan tersebut? b) Apa inovasi <i>servic added value</i> memberikan nilai tambah dan kenyamanan anda dalam bertransaksi? c) Apa inovasi <i>guarantee</i> dan <i>added value</i> yang ada toko Barokah membuat anda nyaman dan membuat anda senang melakukan transaksi di toko Barokah? d) Apakah lokasi toko Barokah mudah di jangkau keberadaannya? e) Apakah tersedianya tempat parkir yang luas membuat anda nyaman berbelanja di toko kami? |

f) Dokumentasi

Menurut rahmi (2018) Metode yang dilakukan untuk mencari data mengenai hal-hal berupa buku, catatan, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dokumentasi yang digunakan adalah pengambilan data yang ada pada toko retail barokah. Proses dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan bahan-bahan tertulis atau dokumen-dokumen dari hasil penelitian yang dilakukan di toko barokah. Data yang diambil dalam penelitian ini yaitu data dari subjek dan toko Barokah.



Gambar 3.1 Model analisis data Humas dan Huberman

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam pengolahan data yang telah terkumpul dalam mengambil keputusan dari data yang telah tersedia menjadi susunan pembahasan yaitu, metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, triangulasi data, dan verifikasi data atau kesimpulan. Terdapat tiga jalur analisis data kualitatif yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman, 1992). Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.

2. Penyajian data

Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, untuk meyakini sebuah data yang valid.

3. Penarikan kesimpulan (Verifikasi)

Penarikan kesimpulan merupakan sebuah langkah terakhir dari suatu penelitian yang berupa rangkuman jawaban terhadap rumusan masalah. Dalam penelitian ini peneliti memerlukan verifikasi dengan melihat kembali reduksi data serta penyajian data untuk kesimpulan yang sudah didapat, sehingga tidak sampai terjadi kesimpulan yang menyimpang atau salah

3.8 Uji Keabsahan Data

Dalam pengujian keabsahan data didalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi lebih mengutamakan efektivitas proses dan hasil yang digunakan. Menurut wiliam wiersma triangulasi adalah validasi silang kualitatif. Menilai kecukupan data sesuai dengan konvergensi beberapa sumber data atau beberapa prosedur pengumpulan suatu data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari beberapa sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, sehingga triangulasi dapat dikelompokkan dalam tiga jenis , yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu.