

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yaitu penelitian metode kualitatif-deskriptif untuk memperoleh informasi tanpa melakukan hipotesa ataupun asumsi tetapi lebih kepada menjelaskan fenomena secara praktis dengan merangkum teori yang ada dengan kondisi lapangan yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Hal ini dikemukakan oleh (Margono, 2010) bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam. analisis data dilakukan secara induktif berdasarkan pada data yang diperoleh di lapangan. Jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif merupakan upaya yang digunakan secara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Hal ini sesuai dengan pendapat (Moleong, 2018) yang menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Melalui penelitian kualitatif menuturkan bahwa peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari (Basrowi & Suwandi, 2008). Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk menjelaskan kondisi pada suatu konteks dengan mengarah ke pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu kejadian yang alami (*natural setting*), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan. Penelitian kualitatif-deskriptif menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, mendalam yang menggambarkan situasi yang sebenarnya guna mendukung penyajian data. Dalam hal ini peneliti akan melakukan penelitian kepada *owner* dari martabak Shima Food. Selanjutnya dengan mendeskripsikan data yang terkait pada inovasi dengan menciptakan *added functionality* dan *Non-traditional Channel*.

3.2 Lokasi / Tempat Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Shima Food lebih tepatnya di jalan Kapten Darmo Sugondo Gang 12G No. 63, Desa Indro Legi, Kelurahan Indro, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 1 bulan. Shima Food bergerak di bidang kuliner yaitu martabak dan terang bulan. Selain itu terdapat terang bulan mini yang menjadi menu baru. Terdapat varian *topping* yang disajikan, seperti, martabak dengan varian daging sapi, daging ayam, ikan tuna, dan jamur. Sedangkan untuk terang bulan terdapat beberapa varian seperti, pandan, *red velvet*, *black takesumi charcoal*, *green tea*, mocca, oreo, dan *brownies*. Dengan *topping* seperti, mesis, keju, kacang, selai nutella, selai chocomaltine, pisang, durian, dan milo.

3.3 Unit Analisis

Menurut (Hamidi, 2010) berkata bahwa unit analisis adalah satuan yang diteliti yang dapat berupa individu, kelompok, atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian. Subjek atau narasumber untuk penelitian ini adalah 5 konsumen, 3 karyawan, dan 1 *owner* dari martabak Shima Food. Unit analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah inovasi produk martabak Shima Food, bisnis model canvas, dan 10 *type of innovation*.

3.4 Jenis Data

Jenis data penelitian ini berkaitan dengan sumber data dan pemilihan metode yang digunakan peneliti guna untuk memperoleh data penelitian. Penentu metode pengumpulan data ini dipengaruhi oleh jenis dan sumber data (Indriantoro Nur, 2014). Terdapat beberapa jenis data dalam penelitian ini yaitu:

- a. data subjek : 1 Owner martabak Shima Food, 5 konsumen, 3 karyawan.
- b. data fisik : Penelitian lapangan di martabak Shima Food.
- c. data dokumen : Dokumentasi observasi dan wawancara dengan *owner*, konsumen, karyawan

3.5 Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data (Indriantoro Nur, 2014). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

INOVASI BISNIS MARTABAK SHIMA FOOD MENGGUNAKAN 10 TYPE OF INNOVATION MELALUI CHANNEL DAN PRODUCT PERFORMANCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

ALWI RIZKY NUR SHAHFANI 2018

- a. Data Primer
Data primer yaitu data yang didapatkan peneliti ketika melakukan penelitian lapangan dari sumber asli. Proses pengumpulan data harus memperhatikan siapa sasaran utama yang akan dijadikan objek penelitian. Suatu data yang didapatkan oleh peneliti berasal dari narasumber melalui wawancara secara langsung terhadap 1 *owner* martabak Shima Food, 3 karyawan, dan 5 konsumen.
- b. Data Sekunder
Suatu data yang didapatkan dari sumber lain, contohnya, buku, skripsi, dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini. Untuk data sekunder yang digunakan dalam penelitian meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan data yang dimiliki oleh perusahaan. Informasi dari penelitian ini diperoleh dari 1 *owner*, 3 karyawan, dan 5 konsumen.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Secara singkat pengumpulan data terdiri dari penelitian lapangan dengan melakukan penelitian secara langsung di lokasi penelitian yang telah ditentukan. Dalam pengumpulan data lapangan ini terdapat beberapa metode sebagai berikut:

1. Wawancara
Wawancara adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada informan, dan informan juga memberikan jawaban secara lisan pula. Menurut (Muri, 2017) dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Peneliti mendapatkan informasi secara langsung melalui 1 *owner*, 3 karyawan, dan 5 konsumen dengan cara mewawancarai narasumber secara bergiliran. Yang pertama peneliti melakukan wawancara bersama 1 *owner* dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai inovasi produk yang ditawarkan oleh konsumen, saluran penjualan produk serta kualitas produk martabak. Yang kedua peneliti melakukan wawancara bersama 5 konsumen dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai produk martabak yang dijual di Shima Food. Yang ketiga peneliti melakukan wawancara bersama 3 karyawan dengan beberapa pertanyaan mengenai peningkatan penjualan melalui media *online*. Dari hasil wawancara tersebut akan dilakukan observasi.
(Sugiyono, 2013) terdapat 2 jenis wawancara, yaitu: wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur yang masing-masing dapat dilakukan melalui tatap muka.
 - 1) Wawancara Terstruktur
Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, serta dapat juga menggunakan alat bantu seperti *tape recorder*, gambar, brosur dan *material* lain yang dapat membantu wawancara menjadi lancar.
 - 2) Wawancara Tidak Terstruktur
Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang dilakukan secara bebas, peneliti tidak berpatokan pada pedoman wawancara yang telah disusun secara terstruktur dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya inti dari permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka sering digunakan dalam penelitian untuk menggali informasi data lebih mendalam tentang responden. Untuk mendapatkan gambaran permasalahan secara lengkap, peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada dalam objek

Dari pemaparan diatas peneliti sudah memutuskan untuk menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur karena wawancara dilakukan secara terbuka serta lebih mendalam tentang responden sehingga responden tidak merasa grogi dalam menyampaikan pendapatnya serta dapat menghasilkan data yang lebih banyak. Kegiatan wawancara dilakukan untuk mengetahui model bisnis canvas martabak Shima Food dan mengetahui inovasi yang dilakukan pada martabak Shima Food.

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara

INOVASI BISNIS MARTABAK SHIMA FOOD MENGGUNAKAN 10 TYPE OF INNOVATION MELALUI CHANNEL DAN PRODUCT PERFORMANCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

ALWI RIZKY NUR SHAHFANI 2018

No	Kata Kunci	Target	Pertanyaan
1	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Customer segment</i>	<i>Owner</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa target pelanggan yang anda pilih? usia? Jenis kelamin? 2. Siapa pelanggan utama anda? 3. Apakah pelanggan menyukai berbelanja <i>online</i> atau <i>offline</i>?
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Value propositions</i>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja yang anda tawarkan kepada pelanggan? 2. Apa yang membedakan martabak Shima Food anda dengan martabak yang berada di sekitar anda?
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Channel</i>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Shima Food membangun hubungan baik dengan konsumen? 2. Cara apa yang dilakukan untuk bisa berkomunikasi dengan pelanggan? 3. Apa yang dilakukan untuk mengenalkan/memunculkan kepada segmen tentang produk apa saja yang di jual? 4. Apa yang biasa dilakukan <i>owner</i> untuk mengevaluasi produk atau jasa yang ditawarkan? 5. Untuk mengelola agar transaksi berjalan secara efektif dan efisien, apakah Shima food menyediakan pembayaran secara <i>offline</i> atau secara <i>online</i>?
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Customer relationships</i>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa aktivitas yang dilakukan untuk menarik <i>customer</i> baru, dan bagaimana mempertahankan <i>customer</i> lama agar tetap menjadi pelanggan tetap?
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Revenue streams</i>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber pendapatan anda dari mana saja? 2. apa saja yang di jual Shima Food sehingga <i>customer</i> dari berbagai segmen bersedia melakukan pembelian?
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Key resources</i>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja sumber daya yang anda butuhkan

INOVASI BISNIS MARTABAK SHIMA FOOD MENGGUNAKAN 10 TYPE OF INNOVATION MELALUI CHANNEL DAN PRODUCT PERFORMANCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

ALWI RIZKY NUR SHAHFANI 2018

			dalam menjalankan bisnis? Untuk bisa menjangkau pasar dan menjaga hubungan dengan segmen pelanggan untuk memberikan penawaran dan melakukan transaksi
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Key activities</i>		1. Apa aktivitas yang membuat bisnis anda berjalan dan bertahan?
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Key partnerships</i>		1. Siapa saja <i>partner</i> di dalam bisnis? 2. Apa yang ditawarkan dan apa kontribusi yang diberikan terhadap usaha anda? 3. Dan bagaimana bentuk kerjasama yang telah di sepakati?
	9 Elemen Bisnis Model Canvas <i>Cost structure</i>		1. Apa saja biaya yang dikeluarkan bisnis anda?
		Konsumen	1. Bagaimana pendapat anda tentang produk Shima Food? 2. Bagaimana cara anda menemukan produk Shima Food? 3. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan Shima Food?
2	Inovasi produk	Owner	1. Bagaimana Shima Food melakukan inovasi terhadap produk martabak?
3	10 <i>Type of Innovation</i>	Owner	1. Inovasi apa yang diterapkan di dalam Shima Food? Mengapa anda memilih inovasi tersebut dalam bisnis anda? 2. Bagaimana anda menciptakan produk martabak menjadi produk unggulan? 3. Apakah inovasi yang dipilih untuk menciptakan produk martabak yang diminati oleh para konsumen? 4. Bagaimana cara anda untuk mengenalkan atau menjual produk martabak? 5. Mengapa anda memilih menjual produk martabak secara <i>online</i> ?

INOVASI BISNIS MARTABAK SHIMA FOOD MENGGUNAKAN 10 TYPE OF INNOVATION MELALUI CHANNEL DAN PRODUCT PERFORMANCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

ALWI RIZKY NUR SHAHFANI 2018

		Karyawan	1. Apa dampak yang ditimbulkan setelah melakukan penjualan melalui media <i>online</i> ?
		Konsumen	1. Bagaimana pendapat anda tentang inovasi produk unggulan untuk martabak Shima Food? 2. Apakah inovasi non-traditional channel memudahkan anda untuk mendapatkan produk Shima Food? 3. Bagaimana anda bisa mengenal produk martabak Shima Food? 4. Bagaimana perbandingan antara produk martabak Shima Food dengan produk martabak lainnya?

6. Observasi

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. (Sugiyono, 2013) observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Dari proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi 2 yaitu: *participant observation* (observasi partisipan) dan *non participant observation*, dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi 2 bagian yaitu, observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

1) *Participant Observation* (Observasi Partisipan)

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

2) *Non Participant Observation* (Observasi Non Partisipan)

Kalau dalam observasi partisipan peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati, maka dalam observasi non partisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Pengumpulan data dengan observasi non partisipan ini tidak akan mendapatkan data yang mendalam, dan tidak sampai pada tingkat makna. Makna adalah nilai-nilai di balik perilaku yang tampak, yang terucapkan dan yang tertulis.

a) Observasi Terstruktur

Observasi terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan di mana tempatnya. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti tentang variabel apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti menggunakan instrumen penelitian yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

- Pedoman wawancara terstruktur, atau angket tertutup dapat juga digunakan sebagai pedoman untuk melakukan observasi.
- b) Observasi Tidak Terstruktur
- Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan instrumen yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan. Dalam melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan pedoman yang telah terstruktur, tetapi hanya berupa pengamatan saja, mencatat apa yang menarik, melakukan analisis dan kemudian dibuat kesimpulan.

Dari penjelasan diatas bahwa peneliti akan melakukan observasi tidak terstruktur dalam penelitian kualitatif, karena peneliti hanya mengamati aktivitas yang dilakukan oleh pihak Shima Food, mulai dari *owner*, karyawan, dan konsumen yang ada disana sehingga memperoleh data yang berkaitan dengan inovasi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan di dalam bisnis martabak Shima Food. Observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada martabak Shima Food selama 1 bulan pada tanggal 27 Mei 2022 sampai tanggal 27 Juni 2022 dilakukan pada pukul 19:00-22:00. Alasan peneliti melakukan observasi sesuai dengan fakta dan data yang ada di lapangan serta aktivitas transaksi lebih banyak pembelian produk.

7. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data tentang kondisi berupa gambar, dokumen, catatan, notulen dan data lainnya. Dengan dokumentasi ini peneliti dapat melengkapi data yang sudah diperoleh dengan mencatat yang bersifat sekunder. Data diperoleh dari pemotretan dan perekaman objek penelitian tentang inovasi saluran dan performa produk untuk meningkatkan penjualan pada martabak Shima Food. Peneliti menggunakan beberapa dokumen serta jurnal sebagai pendukung data yang sudah ada

3.7 Teknik Analisis

Analisis ini terdiri dari tiga komponen yang terjadi secara langsung yaitu; (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, (4) penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles et al., 1992).

1. Pengumpulan Data

Data yang didapat dari hasil wawancara, hasil observasi dan dokumentasi ini dikumpulkan hingga sesuai yang dibutuhkan nantinya hasil dari data yang dikumpulkan ini akan dilakukan reduksi data untuk tahap selanjutnya.

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengumpulkan data sebanyak – banyaknya dari wawancara, observasi dan juga dokumentasi sampai data tersebut sesuai yang dibutuhkan untuk dilakukan reduksi data

2. Reduksi data

Sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang bersifat kasar dan muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

Pada penelitian ini reduksi data digunakan untuk mengolah data dari hasil pengumpulan data dengan merangkum, memfokuskan pada hal yang penting terkait dengan penelitian dan memisahkan data yang tidak diperlukan dalam penelitian.

3. Penyajian data

Sebagai sekumpulan data informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ini berbentuk teks naratif, dalam bentuk catatan-catatan hasil wawancara dengan informan.

Untuk penyajian data ini, peneliti dapat dengan mudah memahami data yang diperoleh selama penelitian. Tampilan data disajikan dalam bentuk uraian teks yang bersifat naratif, bentuk bagan, bentuk tabel. Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk tabel yang akan dijelaskan secara deskriptif mengenai strategi yang diimplementasikan pada penelitian ini.

4. Penarikan kesimpulan

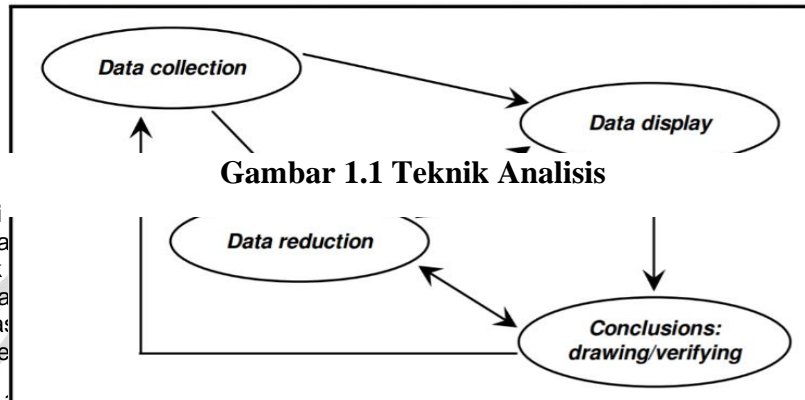
Kegiatan penafsiran terhadap hasil analisis dan interpretasi data. Penarikan kesimpulan ini berbentuk deskriptif dengan berlandaskan pada kajian penelitian.

Dengan menetapkan suatu kesimpulan yang *valid*, maka diperlukan verifikasi selama

INOVASI BISNIS MARTABAK SHIMA FOOD MENGGUNAKAN 10 TYPE OF INNOVATION MELALUI CHANNEL DAN PRODUCT PERFORMANCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

ALWI RIZKY NUR SHAHFANI 2018

penelitian berlangsung. Proses verifikasi terhadap simpulan sementara dapat dilakukan dengan pengulangan langkah penelitian. Penarikan kesimpulan akhir sebaiknya dibuat secara singkat, jelas dan lugas agar mudah dipahami. Pada penelitian ini verifikasi akan dilakukan saat pengambilan data, yang semula kurang jelas tetapi lama kelamaan akan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. setiap data yang didapatkan bisa diverifikasi ulang agar data sesuai dengan tujuan penelitian.



Gambar 1.1 Teknik Analisis

3.8 Uji

Da
Teknik
yang la
dan has
oleh pe

gulasi data.
alui sumber
guji proses
diinginkan

1. Memastikan setiap hari bahwa catatan wawancara dengan informan dan catatan observasi harian sudah terkumpul.
2. Melakukan uji silang dengan materi catatan-catatan harian agar bisa memastikan tidak ada catatan wawancara dan catatan observasi yang bertentangan satu dengan lainnya. Jika ada catatan – catatan yang tidak sesuai atau ada perbedaan, maka peneliti harus mengonfirmasi ketidak sesuaian dan perbedaan itu.
3. Hasil dari konfirmasi tersebut perlu diuji kembali dengan informasi-informasi sebelumnya. Hal ini dilakukan terus menerus sampai peneliti memastikan tidak ada sesuatu yang perlu dikonfirmasi kepada informan.

Triangulasi diperlukan untuk menguji pemahaman peneliti dan pemahaman informan mengenai hal-hal yang perlu diinformasikan lagi kepada peneliti. Hal – hal tersebut perlu dilakukan agar pemahaman mengenai suatu makna tidak jauh berbeda antara satu orang dengan orang lain.

