

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di UMKM Sinyo'e yang berlokasi di Desa Jurung Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa usaha ini merupakan satu-satunya UMKM yang mengolah biji pinang menjadi produk minuman di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juli 2019 sampai Agustus 2019.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan metode yang mengadakan pengamatan dengan seksama dan kritis yang dapat menyoroti kekhasan objek penelitian (Chang, 2014). Studi kasus memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan mendetail. Subjek yang diselidiki terdiri dari atas satu unit yang dipandang kasus. Oleh karena itu bersifat mendalam dan mendetail. Kasus dapat sebatas satu orang, satu lembaga, satu keluarga, satu peristiwa, satu desa atau satu kelompok objek manusia dan objek lain yang dipandang sebagai kesatuan (Wiratha, 2006).

3.3 Metode Pernarikan Contoh

Penelitian ini menentukan narasumber dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan narasumber berdasarkan pertimbangan bahwa para narasumber tersebut memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai data dan informasi yang dibutuhkan terhadap UMKM kopi pinang Sinyo'e. Menurut Sugiyono (2012), teknik *purposive sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berikut adalah narasumber-narasumber yang telah ditentukan, yaitu :

- a. Pemilik UMKM kopi pinang Sinyo'e.
- b. Konsumen UMKM kopi pinang Sinyo'e

Metode penarikan contoh terhadap konsumen kopi pinang Sinyo'e dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*, dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada peneliti tentang persepsi masyarakat terhadap produk kopi pinang Sinyo'e dengan beberapa pertanyaan mengenai elemen *Business Model Canvas* seperti *Costummer Segment*, *Value proposition*, *Channels*, *Costummer Reletionship* dengan jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 30 orang. Menurut Sugiyono (2012) teknik *accidental sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat membeli produk dapat menjadi salah satu responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif agar penelitian ini mampu memberikan deskripsi dan analisis secara mendetail mengenai kesembilan elemen *Business Model Canvas* pada UMKM kopi pinang Sinyo'e.

Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel data kualitatif. Data Kualitatif merupakan data berbentuk kata, kalimat, bagan, gambar maupun foto. Data yang diperlukan untuk penelitian ini diperoleh dari 2 sumber, yaitu :

- a Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data dan informasi secara langsung dengan menggunakan wawancara.
- b Data Sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung, seperti dikumpulkan dari dokumen – dokumen.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah dengan wawancara semi terstruktur, dimana pewawancara sudah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan sebelum wawancara dimulai. Namun tidak menutup kemungkinan bila ada pertanyaan yang ditambahkan untuk menggali lebih dalam jawaban partisipan.

Moleong (2005) mengatakan sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen-dokumen dan lain-lain. Untuk memperoleh informasi mengenai gambaran usaha UMKM kopi pinang Sinyo'e di Desa Jurung Kabupaten Bangka. maka penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Observasi

Metode observasi adalah mengadakan pengamatan pada objek penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kegiatan penting di UMKM kopi pinang Sinyo'e secara langsung. Menurut Umar (2011), teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya.

3.4.2 Wawancara

Teknik ini dilakukan dengan cara mewawancarai secara langsung dan mendalam (*indepth interview*) kepada pihak yang terlibat dan terkait langsung guna mendapatkan penjelasan pada kondisi dan situasi yang sebenarnya pula. Dalam penelitian ini yang menjadi *key informan* adalah pemilik UMKM kopi pinang Sinyo'e. Metode wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkontruksi mengenai kegiatan, organisasi, motivasi, dan sebagainya tentang keadaan usaha saat ini.

3.4.3 Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai berupa dokumen, catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan berbagai informasi khususnya untuk melengkapi data yang tidak diperoleh dalam observasi dan wawancara.

3.4.4 Kuisisioner

Menurut Walgito (2010), kuisisioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden atau orang tua/anak yang ingin diselidiki. Menurut Juanda (2009), kuisisioner adalah daftar pertanyaan yang dibagikan kepada responden untuk diisi dan di kembalikan kepada peneliti. Namun pada penelitian ini peneliti akan menanyakan secara langsung isi pertanyaan kuisisioner kepada *key informan* yaitu pemilik UMKM

Sinyo'e, sedangkan kuisioner terhadap konsumen sebagai data pendukung yang akan diuji validitas data menggunakan teknik keabsahan data, bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap produk kopi pinang Sinyo'e dilihat dari elemen BMC seperti *Customer segment, Value proposition, Channels, Customer relationship*.

3.4.5 Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2012), studi pustaka adalah kajian teoritis, referensi secara literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang teliti. Studi pustaka yang dilakukan pada penelitian ini yaitu membaca beberapa referensi, jurnal ilmiah, skripsi, tesis dan lainnya

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan UMKM dengan pendekatan *Business Modal Canvas* serta menganalisis alternatif strategi usaha pada UMKM kopi pinang Sinyo'e di Desa Jurung. Adapun rincian metode pengolahan dan analisis data disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Rincian Tujuan, Jenis Data dan Metode/Alat Analisis Data

No	Tujuan Penelitian	Jenis Data	Metode	Analisis Data
1	Mengevaluasi model bisnis yang diterapkan di usaha kopi pinang Sinyo'e dengan pendekatan <i>Business Model Canvas</i> .	Data Primer dan skunder	Diskriptif Kualitatif	<i>Business Model Canvas</i>
2	Merumuskan Alternatif strategi yang tepat pada usaha kopi pinang Sinyo'e untuk mengembangkan usahanya dengan pendekatan <i>Business Model Canvas</i>	Data Primer dan skunder	Diskriptif Kualitatif	Analisis SWOT & <i>Business Model Canvas</i>

Penelitian ini menggunakan dua rumusan masalah, untuk menjawab rumusan masalah pertama tentang mengevaluasi model bisnis yang diterapkan di usaha kopi pinang Sinyo'e menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif.

Tahapan awal dalam analisis deskriptif ini diolah berdasarkan *Business Model Canvas* yang berisikan 9 blok yang terdiri dari *Customer Segment* (Segmentasi Pelanggan), *Value propositions* (Proposisi Nilai), *Channel* (Saluran), *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Utama), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), *Cost Structure* (Struktur Biaya) dan mengetahui kekuatan (*Strength*) serta kelemahan (*Weakness*) untuk mendeskripsikan bagaimana usaha UMKM kopi pinang Sinyo'e menjalankan bisnisnya saat ini

Rumusan masalah kedua bertujuan untuk merumuskan alternatif strategi dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari *Internal Factory Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factory Analysis Summary* (EFAS) terhadap 9 elemen *Business Model Canvas*. Tahap akhir yakni penyusunan model bisnis baru usaha dalam bentuk peta 9 elemen *Business Model Canvas*. Berikut adalah penjelasan metode yang Peneliti gunakan dalam penelitian ini :

3.5.1 Analisis Strategi menggunakan *Business Model Canvas*

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai *Business Model Canvas* yang menjelaskan secara sederhana melalui visualisasi yang ditampilkan tentang bagaimana perusahaan menghasilkan uang melalui 9 blok yang disusun menjadi satu-kesatuan. Adapun hal-hal yang menjadi indikator yang akan digunakan dalam analisis kesembilan elemen *Business Model Canvas* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Indikator dalam analisis elemen *Business model Canvas* yang akan digunakan dalam penelitian.

Elemen business model Canvas	Indikator	Rincian
Costumer segments	1. Tipe segmentasi	<i>Niche Market</i>
	2. Karakteristik pelanggan	<i>geographic, demographic, Behavioral segmentation.</i>
Value Propositions	3. Nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan	<i>Convenience/Usability, Design, Accessibility, price.</i>
Channels	4. Tipe saluran	<i>Direct dan Indirect</i>
	5. Fase saluran	<i>Awarance, evaluation, purchase, dan aftersales</i>
Costumer Relationship	6. jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan pelanggan	<i>Personal Assistance,</i>
Revenue stream	7. Sumber pendapatan	<i>Asset sale, Advertising.</i>
	8. Mekanisme penetapan harga	<i>Dinamis, Real Time Market</i>
Key Resources	9. Jenis sumberdaya utama yang dibutuhkan	<i>physical, human, finansial, technology</i>
Key Activities	10. Jenis aktivitas utama yang dilakukan	<i>production, network.</i>
Key Partnership	11. Jenis hubungan kemitraan	<i>Buyer-supplier.</i>
	12. Motivasi kemitraan	Perolehan sumberdaya dan kegiatan tertentu.
Cost Structure	13. Karakteristik biaya	<i>Fixed Cost, Variable Cost</i>

Sumber Ostwalder dan Pigneur (2012)

3.5.2 Identifikasi Usaha Kopi Pinang Sinyo'e Saat ini menggunakan *Business Model Canvas*

Identifikasi model bisnis pada usaha UMKM kopi pinang Sinyo'e dilakukan menggunakan analisis BMC pada sembilan elemen kunci. Berikut pemetaan *Business Model Canvas* yang dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini :

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value propositions</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		

Gambar 3. Identifikasi Model *Business Model Canvas*

3.5.3 Identifikasi Faktor Internal dan eksternal pada usaha UMKM kopi pinang Sinyo'e

Identifikasi SWOT ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada produk kopi pinang Sinyo'e sehingga akan mempermudah peneliti dalam merumuskan alternatif strategi yang tepat.

Berikut adalah ilustrasi dari tabel Identifikasi *Business Model Canvas* dengan SWOT.

Tabel 6. Identifikasi *Business Model Canvas* dengan SWOT

No	Elemen <i>Business Model Canvas</i>	<i>Kondisi usaha saat ini</i>	Internal		Eksternal		Yang akan datang (Diharapkan)
			<i>S</i>	<i>W</i>	<i>O</i>	<i>T</i>	
1.	<i>Customer Segments (CS)</i>						
2.	<i>Value propositions (VP)</i>						
3.	<i>Channels (CH)</i>						
4.	<i>Customer Relationship (CR)</i>						
5.	<i>Revenue Streams (RS)</i>						
6.	<i>Key Resources (KR)</i>						
7.	<i>Key Activities (KA)</i>						
8.	<i>Key Partnership (KP)</i>						
9.	<i>Cost Structure (CS)</i>						

Ket : *Strenght (S), Weakness (W), Opportunities (O), Threats (T)*

3.5.4 Merumuskan Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kopi Pinang Sinyo'e menggunakan Matriks SWOT

Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan saat ini. Empat kemungkinan alternatif strategi yang dapat disusun adalah sebagai berikut :

IFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
EFAS	○ Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	○ Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) ○ Tentukan faktor-faktor peluang internal	○ Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	○ Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) ○ Tentukan faktor-faktor ancaman internal	○ Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	○ Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2006

Gambar 4. Diagram Matriks SWOT

3.6 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) atas kehandalan (reabilitas). Derajat kepercayaan atau kebenaran suatu penilaian akan ditentukan oleh standar apa yang digunakan. Menurut Moleong (2005) terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data, antara lain :

1. Triangulasi

Triangulasi berupaya untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain. Adapun triangulasi yang dilakukan dengan tiga macam teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber data, metode, dan data itu sendiri.

- a) Triangulasi metode dengan cara mengkombinasikan metode wawancara dengan observasi langsung.
- b) Triangulasi sumber dengan cara menggunakan informan yang berbeda untuk melakukan *cros chek* dan penelusuran data skunder.
- c) Triangulasi data dengan mengembalikan kompilasi data dengan hasil inteprestasi data kepada informan, untuk mendapatkan masukan, koreksi atau kesalahan dan menghindarkan subyektivitas peneliti.

Untuk itu, maka peneliti dapat melakukan dengan cara:

- a) Mengajukan berbagai variasi pertanyaan
- b) Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan wawancara
- c) Mengeceknnya dengan berbagai sumber data
- d) Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan data dapat dilakukan.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan berdasarkan hasil triangulasi tersebut, maka akan sampai pada salah satu kemungkinan yaitu apakah data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan. Selanjutnya mengungkapkan gambaran yang lebih memadai mengenai gejala yang diteliti.

2. *Member Check*

Tujuan *member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya, tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Pelaksanaan *member check* pada penelitian ini dilakukan setelah mendapat temuan atau kesimpulan, yang kemudian di diskusikan dengan pemberi data, ketika data telah disepakati bersama, pemberi data diminta untuk menandatangani, supaya lebih otentik.

3. Kepastian (*Confirmability*)

Penelitian kualitatif, Menguji kepastian berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada tetapi hasilnya ada. Kepastian yang dimaksud berasal dari konsep objektivitas, sehingga dengan disepakati hasil penelitian tidak lagi subjektif tetapi sudah objektif. Peneliti

melakukan keteralihan dengan mencari dan mengumpulkan data kejadian empiris dalam konteks yang sama terhadap UMKM kopi pinang Sinyo'e dengan pendekatan *Business Model Canvas*. Dalam melakukan keteralihan tersebut, peneliti selalu mendiskusikan hasil dilapangan dengan tim pembimbing mengenai data-data yang didapat dilapangan mulai dari proses penelitian sampai pada taraf kebenaran data yang didapat. Untuk menjamin kepastian bahwa penelitian ini objektif, peneliti dalam hal ini melakukan pemeriksaan secara cermat bersama dengan pembimbing terhadap kepastian asal-usul data, logika penarikan kesimpulan dari data dan derajat ketelitian serta telaah terhadap kegiatan peneliti tentang keabsahan data.

