

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif mengenai strategi pengembangan. menurut Sugiyono (2018) penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian adalah strategi pengembangan usaha dengan menggunakan bisnis model canvas.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi, organisasi yang diteliti merupakan UKM *Hills Farm Fish* Kota Bogor.

Lokasi penelitian ini dilakukan pada *Hills Farm Fish* Kota Bogor beralamat di Bogor Regency, Kota Bogor Jawa Barat.

3.3 Jenis dan Sumber Penelitian

3.3.1 Jenis Penelitian

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian melalui wawancara dengan *Hills Farm Fish* Kota Bogor, sedangkan data kuantitatif yaitu data berupa angka seperti volume penjualan *Hills Farm Fish* Kota Bogor.

3.3.2 Sumber Penelitian

1. Data primer adalah data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara (In depth interview). Penelitian dilakukan kepada pemilik dan karyawan UKM dengan memberikan pertanyaan pada saat wawancara langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder ditujukan untuk mendukung penggunaan data primer. Data sekunder diperoleh dari kajian terhadap studi pustaka yang berkaitan, literature yang relevan seperti jurnal, buku, penelitian terdahulu dan tesis serta sumber-sumber dan dokumen lain yang berkaitan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Adapun metode analisis dengan berdasarkan kerangka pemikiran yang dituangkan dalam suatu model, maka kaitan antara variabel penelitian dapat diungkapkan dalam model sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran
Strategi Pengembangan Usaha	Ancaman Pendetang Baru (Threat of New Entrants)	- Mengukur seberapa mudah atau sulit bagi perusahaan baru untuk memasuki industri tersebut. - Faktor-faktor seperti biaya investasi, regulasi, dan teknologi dapat mempengaruhi ancaman ini.
	Daya Tawar Pemasok (Bargaining Power of Suppliers)	Mengukur seberapa besar kekuatan pemasok dalam mempengaruhi harga bahan baku atau komponen yang dibutuhkan oleh perusahaan.
	Daya Tawar Pembeli (Bargaining Power of Buyers)	Mengukur seberapa besar kekuatan pembeli dalam mempengaruhi harga dan kualitas produk.
	Ancaman Produk Pengganti (Threat of Substitute Products or Services)	Mengukur seberapa besar ancaman dari produk atau layanan pengganti yang dapat menggantikan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
	Persaingan Antar Perusahaan yang Ada (Industry Rivalry):	Mengukur tingkat persaingan antar perusahaan yang sudah ada dalam industri yang sama.
Business Model Canvas	<i>Value Proposition</i>	- Nilai apa yang diberikan - Masalah apa yang diselesaikan - Produk/ jasa apa yang ditawarkan - Kebutuhan apa yang akan dipenuhi
	<i>Customer segments</i>	- Demografi - Psikografi - Segmentasi pasar - Tingkah laku
	<i>Channels</i>	- Channels mana yang akan digunakan - Channels terbaik - Channels paling efisien
	<i>Customer Relationship</i>	- Hubungan apa yang diharapkan pelanggan - Hubungan apa yang sudah dijalankan
	<i>Key Activities</i>	- Apa yang diciptakan untuk mendapatkan <i>value</i> - Efisiensi Operasional - Kualitas Produk atau Layanan - Biaya Aktivitas
	<i>Key Resources</i>	- Sumber daya fisik - Sumber daya intelektual - Sumber daya manusia - Sumber daya keuangan
	<i>Key Partnership</i>	- Kemitraan Strategis - Sumber daya mana yang didapatkan dari partner - Aktivitas
	<i>Cost structure</i>	- Biaya tetap - Biaya variabel - Biaya semi variabel - Biaya langsung

		• Biaya tidak langsung
	<i>Revenue Streams</i>	• Penjualan produk langsung • Penjualan produk tambahan

3.5 Metode Penarikan Sampel

Pada penelitian ini tidak menggunakan penarikan sampel karena semua data harus diperoleh dan dianalisis sehingga tidak diperlukan metode penarikan sampel, dan yang menjadi informan atau narasumber pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.2 Daftar Informan Penelitian

No	Bagian	Jumlah
1	Pemilik	2 orang
2	Pegawai	1 Orang
3	Pemilik UKM Ikan Hias di Kota Bogor	5 orang
	Jumlah	8 Orang

Sumber: Data Primer, diolah 2023

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan beberapa cara yaitu:

1. Wawancara (*In Depth Interview*)
In Depth Interview pada penelitian ini dilakukan kepada pemilik *Hills Farm Fish* Kota Bogor dan karyawan untuk melengkapi hasil penelitian.
2. Observasi
Melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas pada UKM terutama yang terkait dengan kegiatan pada UKM tersebut dari mulai bahan baku sampai dengan aktivitas penjualan.
3. Studi Pustaka
Penelitian ini didapatkan dengan cara mengumpulkan data dengan mempelajari berbagai tulisan, buku, jurnal dan skripsi yang berhubungan dan relevan dengan penelitian ini.

3.7 Uji Keabsahan Data

Diperlukan teknik verifikasi untuk menetapkan keakuratan data. Teknik pemeriksaan dilakukan berdasarkan beberapa kriteria. Menurut Moleong (2016) menggunakan empat kriteria validasi, yaitu tingkat kepercayaan (*kredibilitas*), keteralihan (*Portabilitas*), Keandalan (*traceability*) dan kepastian (*verifiability*).

Kredibilitas diverifikasi melalui peningkatan ketekunan, percakapan dengan teman sebaya, dan triangulasi. Satori dan Komariah (2014) berpendapat bahwa “triangulasi berarti memeriksa informasi dari sumber yang berbeda dengan

cara yang berbeda dan pada waktu yang berbeda”. Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan dan meninjau kembali data yang diperoleh dengan alat yang berbeda dan pada waktu yang berbeda.

Pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informan tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal. Dan berikut adalah triangulator pada penelitian ini:

Tabel 3.3 Daftar Triangulator

No	Triangulator	Jumlah
1	Kepala Riset Perikanan Budidaya Air Tawar dan Penyuluhan Perikanan (BRPBATPP) Sempur	1 orang
2	Petani Ikan Koi Kota Bogor	1 Orang
3	Eksportir Ikan Koi Kota Bogor	1 Orang

Sumber: Data Primer, diolah 2023

3.8 Metode Pengolahan / Analisis Data

Analisis data ini terdiri dari :

1. Data dari wawancara, dan dokumentasi diorganisir kesamaan dan perbedaannya sesuai dengan pertanyaan penelitian.
2. Data yang sudah diorganisir ditentukan temanya.
3. Mencari keterkaitan antar tema.
4. Interpretasi atas temuan sesuai dengan keterkaitan antar tema dengan menggunakan teori yang relevan.
5. Hasil interpretasi dituangkan dalam deskriptif analitik kontekstual.

Berikut analisis yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan analisis sebagai berikut:

1. Analisis *Porter's Five Forces*

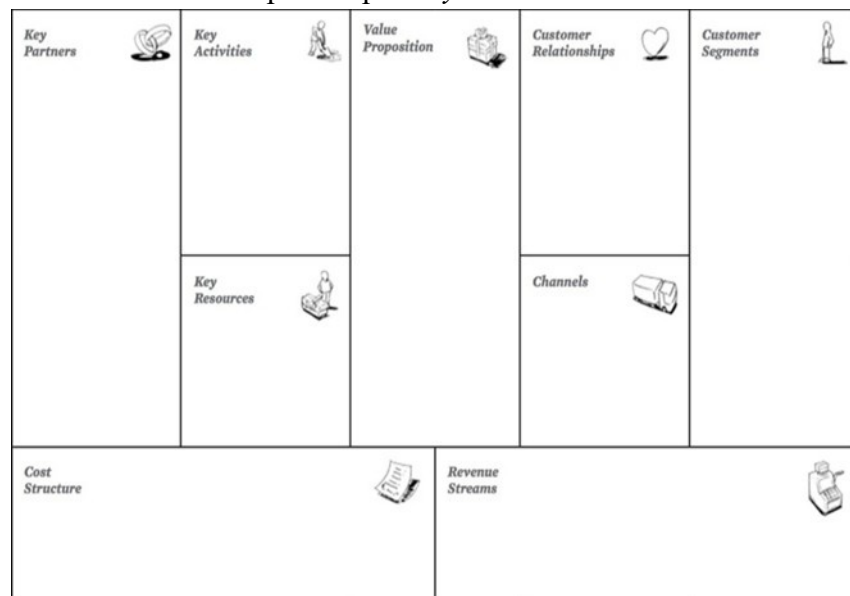
Sebuah model yang dikembangkan oleh Michael E. Porter pada tahun 1979. Model ini digunakan untuk menganalisis daya saing dalam suatu industri atau pasar. Five Forces ini berfungsi untuk memahami berbagai faktor yang dapat mempengaruhi intensitas persaingan dan profitabilitas suatu industri.

2. Model Bisnis Canvas sebagai

Penelitian ini akan menganalisis strategi mempertahankan *Hills Farm Fish* Kota Bogor dengan menggunakan Model Bisnis Kanvas, sebagai variabel yang akan diuji. Berdasarkan identifikasi analisis lingkungan eksternal *Hills Farm Fish* Kota Bogor, maka Analisis BMC digunakan untuk

menerjemahkan model bisnis dari objek penelitian, berikut merupakan 9 blok yang akan menggambarkan *Hills Farm Fish* Kota Bogor pada gambar di bawah ini:

- a) Melakukan analisis pada aspek *customer segment*
- b) Melakukan analisis pada aspek *Value Proposition*
- c) Melakukan analisis pada aspek *Customer Relationship*
- d) Melakukan analisis pada aspek *key activities*
- e) Melakukan analisis pada aspek *key partners*
- f) Melakukan analisis pada aspek *key channels*
- g) Melakukan analisis pada aspek *key resources*
- h) Melakukan analisis pada aspek *revenue stream*
- i) Melakukan analisis pada aspek *key structure*



Osterwalder dan Pigneur (2020)

Gambar 3.1 Model Bisnis Canvas