

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM waroeng JJ yang beralamat di Gedung Vinilon Lt.7, Raden Saleh, Senen, Jakarta Pusat.

Penulis membagi waktu penelitian menjadi dua tahap, yaitu :

a. Tahap pra-penelitian

Tahap pra-penelitian yaitu tahap dimana peneliti mencari informasi terkait kendala yang dialami UMKM waroeng JJ dimasa Pandemi Covid-19, yang sesuai dengan tema penelitian. Tahap ini dilaksanakan pada bulan Februari dan awal Maret 2021.

b. Tahap inti penelitian

Tahap inti penelitian yaitu tahap dimana peneliti melakukan observasi langsung langsung pada UMKM waroeng JJ, serta melakukan wawancara langsung pada pemilik UMKM waroeng JJ untuk mengetahui secara menyeluruh dan mendetail terkait strategi pemasaran yang dilakukan UMKM waroeng JJ ditengah pandemi virus korona. Tahap ini dilaksanakan mulai bulan April hingga Juni 2021.

3.2. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif lebih dimaksudkan untuk memahami masalah-masalah manusia dalam konteks sosial dengan menempatkan peneliti sebagai instrument penting yang mengumpulkan data dari lingkungan alamiah dan menganalisis data tersebut secara induktif dan deduktif serta menghasilkan penyajian data secara menyeluruh dan kompleks, melaporkan pandangan terperinci dari pada sumber informasi, serta dilakukan dalam setting yang alamiah tanpa adanya intervensi apapun dari peneliti (Creswell,2016 hlm.59). Metode kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk

memahami sebuah fenomena yang dialami oleh partisipan dengan cara melakukan wawancara terbuka lalu diteliti secara rinci dan dibentuk dengan kata-kata dan menyajikan hasil yang telah diteliti dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti (Moleong, 2017 hlm.5-6).

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan menggali atau membangun satu proposi atau menjelaskan makna dibalik realita. Peneliti berpijak dari realita atau peristiwa yang berlangsung di lapangan. Alasan Peneliti menggunakan Metode Kualitatif karena penelitian ini dilakukan untuk meneliti lebih mendalam melalui lingkungan alamiah tentang strategi pemasaran yang diterapkan UMKM waroeng JJ dalam menghadapi pandemi Covid-19.

3.3. Objek, Subjek dan Sumber Data

Objek penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan UMKM waroeng JJ ditengah pandemi virus korona. Subjek dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Peneliti menjadi subjek penelitian setelah peneliti menempuh mata kuliah yang berkaitan dengan strategi pemasaran perusahaan. Sumber data dalam penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok. Pertama, sumber informan (human resources) sebagai sumber primer, yang meliputi informan kunci dan pendukung. Peneliti menetapkan informan kunci dan pendukung untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan strategi pemasaran UMKM waroeng JJ diantaranya:

1. Informan kunci dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM waroeng JJ yang secara langsung terlibat dalam penentuan strategi pemasaran UMKM waroeng JJ ditengah pandemi virus korona. Informan kunci terbagi menjadi 2 informan yaitu pemilik UMKM waroeng JJ dan pegawai yang bekerja di UMKM waroeng JJ.
2. Informan pendukung adalah informan yang dibutuhkan untuk mendukung pernyataan informan kunci. Informan pendukung adalah pegawai yang sering berkunjung dan makan di UMKM waroeng JJ.

Sumber lainnya berasal dari bahan cetak (kepustakaan) sebagai sumber data sekunder. Data sekunder tersebut dapat berupa informasi yang didapat melalui

artikel, internet, media cetak dan elektronik, buku-buku, jurnal penelitian, ataupun aturan perundang-undangan terkait UMKM.

3.4. Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Sumber data peneliti menggunakan dua sumber data untuk mencari dan mengumpulkan sumber data yang ada pada penelitian ini ialah berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan dan yang memerlukannya,. Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden penelitian, seperti data hasil wawancara dan observasi yang langsung kepada pemilik UMKM waroeng JJ.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini seperti buku, jurnal, karya ilmiah, koran, internet, tentang strategi pemasaran dalam mempertahankan bisnis.

3.4.2. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode Observasi merupakan metode pengamatan yang didukung dengan pengumpulan dan pencacatan data secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti. Dalam konteks penelitian ini, metode observasi digunakan agar pokok permasalahan yang ada dapat diteliti secara langsung pada UMKM waroeng JJ.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi partisipasi dengan menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan dimana peneliti terlibat dalam keseharian informan.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya dengan pewawancara dengan sipenjawab atau peresponden dengan menggunakan metode wawancara semi-terstruktur yaitu peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu dengan pelaksanaan lebih bebas. Dalam artian tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapat pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas. Pada konteks penelitian ini melakukan wawancara dengan pemilik UMKM waroeng JJ.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk lisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Jadi yang dalam penelitian ini data yang digunakan metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis.

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah di lapangan. Dalam hal ini Nasution menyatakan analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penulis hasil penelitian.

Verifikasiberarti memeriksa kebenaran laporan kemudian menyimpulkan hasil temuan yang didapat berdasarkan teknik pengumpulan data, atau juga metode strategi bisnis dan bertahan hidup serta pengalaman individual.

a. Analisis sebelum di lapangan

Peneliti kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian masuk ke lapangan.

b. Analisis data di lapangan model miles dan huberman

Miles dan Huberman menggunakan aktivitas dalam analisis data, yaitu: data collection, data reduction, data display dan conclusion drawing/verification. Langkah-langkah analisis data dapat ditunjukkan sebagai berikut:

1. Data collection, adalah langkah pertama pada penelitian kualitatif yang dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah di analisis dirasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu hingga diperoleh data yang dianggap kredibel.
2. Data Reduction (reduksi data), adalah data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci, semakin lama peneliti ke lapangan, maka akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.
3. Data Display (Penyajian Data), setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Dan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.
4. Conclusion Drawing/verification, langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang kredibel.

3.6. Strategi Bisnis dengan *Business Model Canvas*

Untuk menjalankan aktivitas perusahaan harus sering berinteraksi dengan lingkungannya, terutama lingkungan eksternal yang mempunyai karakter *uncontrollable* atau berada diluar kendali bisnis. Pada penelitian ini analisa eksternal dilakukan dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC). Menurut Sterwalder & Pigneur (2010). Business model dengan menggunakan metode kanvas akan memudahkan pelaku bisnis untuk membangun dan mengembangkan bisnis atau perusahaan yang dijalankan. *Business model canvas* ditampilkan dalam sebuah kanvas terdiri dari 9 elemen anatara lain:

1. *Key activities*, yaitu aktivitas utama untuk mengoperasikan bisnis. Aktivitas ini bisa berupa produksi barang/jasa atau membuat dan melaksanakan aktivitas penghubung.
2. *Key partnership*, yaitu *partner* utama dari luar organisasi yang sangat dibutuhkan untuk beroperasi. Yang mendasari partner ada tiga yaitu mengoptimalkan skala bisnis, mengurangi resiko dan ketidakpastian aktifitas dan sumber daya tertentu yang dibutuhkan.
3. *Key resource*, yaitu mendiskripsikan sumber daya yang paling penting yang dibutuhkan sebuah perusahaan untuk bisa mengoperasikan semua bloknnya. Sumber daya utama bisa berupa fisik, finansial dan sumber daya manusia.
4. *Cost structure*, yaitu blok yang mendiskripsikan semua pembiayaan operasional di tuju blok lainnya. Dari deskripsi ini bisa diketahui blok mana yang paling mahal, mana yang paling murah dan mana yang bisa diefektifkan. Selanjutnya bisa diketahui model pembiayaan seperti operasional, biaya tetap dan biaya tidak tetap
5. *Value propositions*, yaitu solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan dan memenuhi kebutuhan dari pelanggan. *Value* bisa berupa *brand status* , harga, pengurangan biaya, pengurangan resiko dan desain.
6. *Customer relationships*, yaitu cara perusahaan berinteraksi dengan segmen yang dituju untuk inovasi layanan dan produk.

7. *Channel*, yaitu bagaimana perusahaan menyampaikan penawaran valuenya ke segmen yang dituju, dalam hal ini mencakup saluran distribusi dan saluran penjualan.
8. *Customer segments*, yaitu segmen dari pelanggan yang dituju oleh suatu organisasi. Beberapa tipe *customer segmen* adalah *mass market* dimana customer terdiri dari banyak orang dengan kebutuhan yang sama, *niche market* dimana pelanggan terdiri dari sejumlah kecil orang dengan kebutuhan yang sangat spesifik.
9. *Revenue stream*, yaitu aliran pemasukan dan sistem penentuan harga dari semua kegiatan. Beberapa cara untuk menghasilkan aliran pemasukan bisa dengan penjualan produk atau jasa