

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Pengumpulan Data**

Sesuai Maholtra dalam Umar (2010:7), penelitian ini termasuk dalam *applied action research*, yang bertujuan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, yaitu (1) mengidentifikasi masalah dan (2) mengatasi masalah. Paradigma yang digunakan adalah *post-positivistik* atau yang lebih dikenal dengan istilah kualitatif, desain penelitian eksploratori metode studi kasus dengan perusahaan Yom Yom Okonomiyaki sebagai objek penelitian.

Menurut Putra (2013:57), dalam penelitian dengan paradigma *post-positivistik* penulis atau peneliti dapat memiliki keterlibatan, kebersamaan dan komunikasi dengan objek penelitian sehingga bukan objektifitas yang dicari melainkan intersubjektifitas, yaitu subjektifitas yang divalidasi oleh kesamaan yang ditemukan pada lebih dari satu hasil.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama dalam menjangkau data. Menurut Lofland dalam Wirawan (2011:154-155), ada empat elemen yang harus dipenuhi peneliti dalam penjangkauan data: (1) peneliti harus berada sedekat mungkin dengan orang dan situasi yang sedang diteliti; (2) peneliti harus menangkap fakta-fakta; (3) data kualitatif berisi sebagian besar deskripsi murni orang, aktivitas, dan interaksi; (4) data kualitatif terdiri dari kutipan langsung dari orang, meliputi apa yang mereka ucapkan dan apa yang mereka tulis. Peneliti bertugas menyimpulkan dan melampirkan.

Pengambilan sampel yang akan menjadi narasumber dalam riset ini membutuhkan sampel yang memiliki informasi yang hanya dapat diperoleh dari narasumber tertentu yang dipilih menurut pertimbangan peneliti, sehingga metode pengambilan sampel yang tepat untuk digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu *judgement sampling* (Umar, 2010:75). Data pendukung penelitian diperoleh dari penelitian terdahulu (artikel jurnal), teori, data statistik dan situs resmi pemerintah, (Sekaran, 2013). Data utama penelitian didapatkan melalui wawancara semi terstruktur terhadap narasumber beserta kriteria berikut:

**Tabel 3.1 : Kriteria Narasumber**

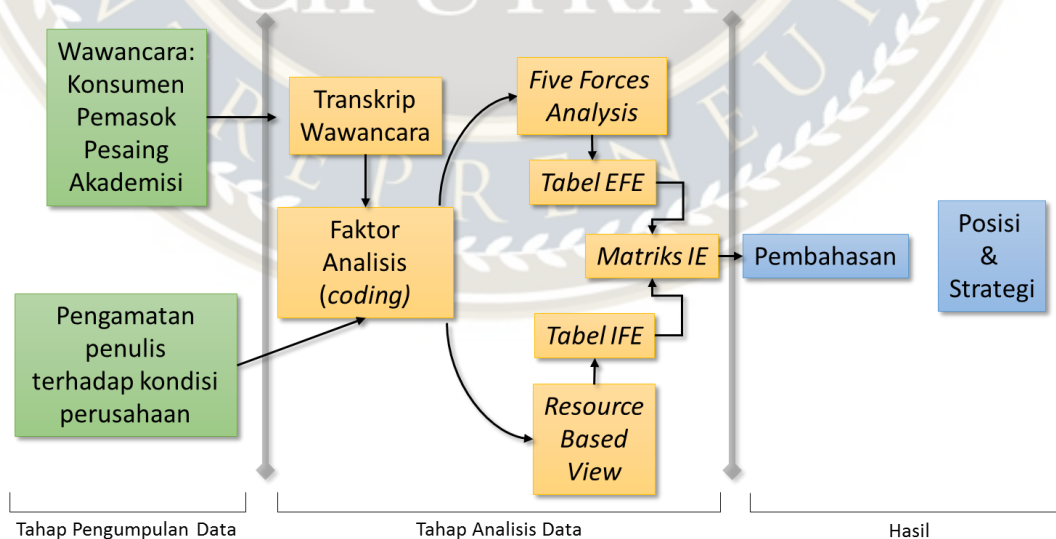
Narasumber	Jumlah	Kriteria
Konsumen	3	Pernah membeli produk Yom Yom Okonomiyaki Berdomisili di Surabaya
Pemasok	3	Pemasok bahan baku dan/atau bahan penolong jajanan Berdomisili di Surabaya
Pesaing	3	Penjual produk okonomiyaki dan/atau produk substitusinya (jajanan) dengan konsep tradisional atau modern. Berlokasi di Surabaya
Akademisi	3	Individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang <i>food and beverage</i> Pendidikan minimal S1 Berdomisili di Surabaya
Total	12	Catatan: Jumlah tersebut dapat berubah sesuai dengan kondisi yang ditemui penulis di lapangan.

**Sumber : Olahan penulis**

### 3.2 Tahapan Analisis Data

Pada bagian pembahasan, penulis akan melakukan reduksi yang mana beberapa bagian dari teori yang tidak relevan dan atau tidak memiliki signifikansi yang cukup dengan penelitian maupun perusahaan tidak akan dibahas lebih lanjut. Bagian *other stakeholders* dalam analisis *Porter's Five Forces* dan bagian sumber daya yang tidak berwujud (*intangible resources*) dalam analisis RBV tidak dibahas pada penelitian ini karena membutuhkan alat pengukuran khusus dan analisis lebih dalam.

Kriteria faktor-faktor yang akan dianalisis akan ditentukan melalui informasi yang didapatkan penulis berdasarkan wawancara terhadap narasumber yang dipilih, dan pengetahuan penulis akan kondisi perusahaan saat ini. Hasil wawancara yang dilakukan selanjutnya kemudian diolah dan dikelompokkan menjadi faktor-faktor yang mewakili kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan. Faktor-faktor tersebut kemudian dianalisis dengan *Porter's Five Forces* & *Resource Based View* dan dihitung menggunakan tabel Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Evaluasi Faktor Internal (EFI) dan matriks Internal-Eksternal (*IE Matrix*) seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Penentuan bobot pada tabel EFE dan EFI akan ditentukan oleh frekuensi kemunculan setiap faktor yang akan ditampilkan dalam bentuk *coding*, sedangkan penentuan rating akan ditentukan berdasarkan diskusi dengan dua orang anggota perusahaan dan pembimbing *project* Yom Yom Okonomiyaki semester enam, Hasil analisis menggunakan ketiga alat tersebut akan menampilkan posisi strategis, dan alternatif strategi yang dapat diterapkan.



**Gambar 3.1**  
**Tahapan Analisis Data**  
**Sumber: Olahan penulis**

### 3.3 Validitas dan Reliabilitas

Validitas atau Kredibilitas menurut Wahyuni (2012) adalah keakuratan, yaitu ketepatan data yang dijamin terhadap penelitian, sehingga benar-benar memberikan hasil yang diinginkan secara objektif dan *valid*. Oleh karena itu, penelitian dinyatakan valid apabila data yang dilaporkan oleh peneliti tidak berbeda dengan data yang *sesungguhnya* didapatkan dari subjek penelitian dan benar-benar aplikatif terhadap objek penelitian, serta benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Wahyuni 2012:36).

Reliabilitas atau Dependabilitas pada penelitian kualitatif adalah konsistensi fokus suatu penelitian terhadap subjek dan objek penelitiannya, sehingga memberikan hasil yang dapat diandalkan dan bermanfaat bagi penelitian sejenis (Wahyuni 2012:47).

Dalam penelitian kualitatif, yang diperiksa adalah keabsahan data, bukan keabsahan alat ukur karena instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, sehingga validitas dan reliabilitas data/informasi dapat dipertanggung-jawabkan dari intersubjektivitas peneliti (Putra, 2013:77). Untuk memastikan data memiliki validitas dan reliabilitas tinggi, peneliti dapat menggunakan teknik triangulasi (Wirawan, 2011:156). Teknik triangulasi yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah triangulasi sumber, yaitu dengan melakukan *cross-check* hasil wawancara dari setiap narasumber yang memiliki profil berbeda-beda. Keaslian dan kebergantungan data penelitian ini akan didukung dengan gambaran proses yang lengkap, dokumentasi berupa tandatangan narasumber, rekaman dan transkrip wawancara.