

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu Kelompok Tani Kopi Buntis yang merupakan wadah perkumpulannya segenap petani yang memiliki lahan pertanian perkebunan yang masih belum maksimal pengolahannya. Teknik-teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka pengambilan keputusan tiga tahap: Tahap 1 dari kerangka perumusan terdiri atas Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Faktor Evaluation- EFE*), Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Faktor Evaluation- IFE*).

Tahap 1, tahap input (*input stage*), berisi informasi input dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Tahap 2, tahap pencocokan (*matching stage*), berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang masuk akal dengan memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internal utama. Teknik-teknik tahap dua meliputi: Matriks Kekuatan – Kelemahan – Peluang – Ancaman (*Strength, Weaknesses, Opportunities and Treat-SWOT*), Matriks Posisi Strategi dan Matriks Internal-Eksternal (*Internal-Eksternal-IE*)

Tahap 3, tahap keputusan (*decision stage*), melibatkan satu teknik saja, Matriks SWOT ((*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) (Fred R & David, 2017) namun disini peneliti mengusulkan *Triple Layer Business Model Canvas* (*business model canvas* tiga lapis) (Joyce & Paquin, 2016) sebagai alat praktis untuk mengintegrasikan kepedulian ekonomi, lingkungan dan sosial untuk perkembangan Kelompok Tani Kopi Buntis.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif yang disebut juga penelitian naturalistik dan dengan menggunakan metode deskriptif analitik. Menurut whitnet yang dikutip oleh (Moh. Nazir, 1985) bahwa: “Metode deskriptif adalah metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat karena metode deskriptif merupakan metode

untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kegiatan, maka jenis penelitian studi kasus adalah tepat, serta penelitian ini tidak menguji hipotesis”.

Penelitian ini merupakan studi kasus, sebagaimana yang diungkapkan oleh (Mulyana, 2002) yaitu “Studi kasus merupakan uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program atau suatu situasi sosial”. Sedangkan menurut (Arikunto, 1989) adalah “metode studi kasus dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu. Menurut (Moleong, 2014) mengatakan bahwa “penelitian kualitatif merupakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi”. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada *filsafat postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan menggunakan trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Berdasarkan pengertian diatas penelitian berusaha menyajikan dengan jelas pokok-pokok persoalan yang diteliti yaitu memberikan suatu uraian yang deskriptif untuk menggambarkan secara jelas, factual, sistematis dan cermat pokok-pokok persoalan yang dijumpai dan akibat-akibatnya, serta kemudian mencari jalan keluarnya untuk memecahkan masalah-masalah serta mengembangkan Kelompok Tani Kopi Buntis.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Menurut (Arikunto, 1989), sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh. Menurut (Sutopo, 2006), Sumber data adalah tempat data

diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen. Menurut (Moleong, 2014), pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan - kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan.

Sumber data merupakan tahapan dalam proses penelitian yang penting, karena hanya dengan mendapatkan data yang tepat maka proses penelitian akan berlangsung sampai penelitian mendapatkan jawaban dari perumusan masalah yang sudah ditetapkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu:

1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara dengan pihak informan.

Metode pengambilan data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama, yaitu informasi-informasi yang diperoleh dengan cara wawancara langsung terhadap Ketua Kelompok Tani Kopi Buntis Bapak Kanda dan Bendahara Kelompok Tani Kopi Buntis Bapak Ahud.

2. Data sekunder

Adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, yang sifatnya membantu dan memberikan informasi untuk bahan penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh berdasarkan dokumen dan data-data yang berasal dari Kelompok Tani Kopi Buntis, *International Coffee Organization* (ICO), Badan Pusat Statistik, Kementerian Pertanian dan Pusat data dan sistem informasi pertanian serta jurnal/artikel yang sudah dipublikasi.

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2013), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari

Fanji Wijaya, 2019

USULAN STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS DENGAN MENGGUNAKAN TRIPLE LAYERED BUSINESS MODEL CANVAS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian adalah mendapatkan data”. Menurut (Ulber, 2009) pengumpulan data adalah satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu.

Pada kegiatan pengumpulan data langkah-langkah yang harus ditempuh bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih lengkap. Menurut (Sugiyono, 2013) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 metode di dalam pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksikan mengenai orang kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (*interviewee*).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan study pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit/kecil. Dalam penelitian ini penulis menggunakan interview berstruktur yaitu menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Alasannya dengan teknik ini memungkinkan interview dapat berlangsung terbuka sehingga diperoleh informasi yang lebih banyak, pembicaraannya tidak terlampau terpaku dan tidak menjemukan kedua belah pihak. Jadi meskipun peneliti telah secara spontan sesuai dengan perkembangan situasi wawancara itu sendiri.

2. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan dari peneliti terhadap objek penelitiannya. Kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliputi seluruh peristiwa. Metode

observasi dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai perilaku (subjek), benda, atau kejadian (objek) dari pada metode wawancara. Bukti observasi seringkali bermanfaat untuk memberikan informasi tambahan tentang topic yang akan diteliti (Yin, 2013).

3. Dokumentasi

Dokumen adalah sebuah catatan yang menggambarkan tentang peristiwa yang pernah terjadi. Menurut (Sugiyono, 2013) dokumen bisa berupa tulisan, gambar dan karya-karya monumental seseorang. Hasil penelitian dari wawancara dan observasi akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen-dokumen yang lengkap seperti gambar, catatan dan lain sebagainya.

3.5 Analisis Data

Analisis yang baik membutuhkan pengolahan data yang dilakukan secara efisien. Data diperoleh dari berbagai sumber melalui wawancara, studi dokumentasi, observasi dan studi literature maka dilakukan pengolahan data dan analisis data. Analisis data memberikan makna bahwa terhadap data yang telah dikumpulkan sehingga merupakan langkah yang sangat penting dalam suatu penelitian. Analisis data dilakukan dalam suatu proses yaitu menyusun, mengkategorikan data, mencari tema untuk mendapatkan maknanya.

Lexy J Moleong 2002 mengemukakan bahwa pengecekan data yang terkumpul dianggap sah jika telah melalui teknik pemeriksaan keabsahan, yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara yang dilakukan peneliti dengan responden dilakukan dalam kondisi tenang agar informasi yang diperoleh dapat sedalam mungkin
2. Wawancara diupayakan mengarah pada focus penelitian sehingga tercapai kedalaman bahasan yang diajukan
3. Data yang diperoleh melalui wawancara atau hasil dokumentasi dicek keabsahannya dengan memanfaatkan pembandingan yang bukan berasal dari data yang terungkap dengan hasil dokumentasi

4. Data yang terkumpul setelah dideskripsikan kemudian didiskusikan, dikritik ataupun dibandingkan dengan pendapat orang lain
5. Data yang telah terkumpul selanjutnya diklasifikasikan dan dikategorikan sesuai dengan focus penelitian

Analisis data merupakan tahap penentu sebuah laporan yang tersusun dengan sistematis dan dapat dipahami. Selanjutnya (Bogdan & Taylor, 1975) mengemukakan bahwa analisis data merupakan “proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis kerja itu. Setelah menyelesaikan proses pengumpulan data, hasil wawancara akan dianalisis jika dalam analisis ini diperlukan klarifikasi tambahan maka wawancara tambahan akan dilakukan kembali (Umar, Sasongko, Aguzman, & Sugiharto, 2018).

Ada empat strategi tingkat atas untuk tahap analisis data, pertama adalah mengandalkan proposisi teoritis, kemudian mengembangkan deskripsi kasus, menggunakan data kuantitatif dan kualitatif serta gabungan pemeriksaan penjelasan saingan, Setelah wawancara dan observasi kemudian data dianalisis. Kemudian hasil akan disesuaikan dengan kajian teori. Hasil keseluruhan analisis akan dimasukkan kedalam analisis SWOT dan dipetakan dalam *Triple Layer Business Model Canvas*.

Berdasarkan uraian diatas dapat memberikan gambaran bahwa analisis data memiliki kedudukan yang sangat penting dalam melakukan suatu penelitian. Analisis data dilakukan dalam suatu proses, sejak pengumpulan data dan setelah meninggalkan lapangan penelitian.

3.6 Langkah-langkah Perumusan Strategi

3.6.1 Perumusan Analisis SWOT dan Matriks SWOT

Analisi SWOT mengidentifikasi berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman yang merupakan faktor strategi dalam mengidentifikasi suatu perusahaan (Wheelen & Hunger, 2012).

Menurut (Fahmi, 2013) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu :

1. Faktor eksternal, faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya Opportunities and Threat (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan.
Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
2. Faktor internal, faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *Strengths and Weakneses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di dalam perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor Internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional :pemasar, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*colporate culture*).

Matriks SWOT merupakan suatu alat bantu penting yang bisa membantu untuk mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO (*Strengths - Opportunities*), strategi WO (*Weakness - Opportunities*), strategi ST (*Strengths - Threats*) dan strategi WT (*Weakness - Threats*). Penjabaran stretegi SO, WO, ST dan WT sebagai berikut ini:

1. Strategi SO (*Strenght - Opportunities*)
Strategi SO (*Strenght - Opportunities*) memanfaatkan kekuatan internal untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal.
2. Strategi WO (*Weakness - Opportunities*)
Strategi WO (*Weakness - Opportunities*), bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang

eksternal. Hal yang terjadi terkadang adalah peluang-peluang besar muncul akan tetapi organisasi memiliki kelemahan internal yang akan menghalanginya untuk memanfaatkan peluang tersebut.

3. Strategi ST (*Strengths - Threats*)

Strategi ST (*Strengths - Threats*) menggunakan kekuatan dari sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari adanya ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung pada lingkungan eksternal.

4. Strategi WT (*Weakness - Threats*)

Strategi WT (*Weakness - Threats*) merupakan suatu taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman dari eksternal organisasi. Sebuah organisasi yang menghadapi

3.7 Perumusan Strategi *Triple Layered Business Model Canvas* (TLBMC)

Langkah-langkah perumusan *Triple Layered Business Model Canvas* harus dimulai dengan berurutan mulai dari *business model canvas* original milik (Osterwalder et al., 2010)(Wheelen & Hunger, 2012) :

A. Economic Business Model Canvas

1. Segmen Pelanggan.

Berbagai kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh suatu perusahaan.

2. Proposisi Nilai

Bundel produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk Segmen Pelanggan tertentu. Nilai dapat berupa kuantitatif (mis. Harga, kecepatan layanan) atau kualitatif (mis. Desain, pengalaman pelanggan).

3. Saluran

Cara perusahaan berkomunikasi dengan dan menjangkau Segmen Pelanggan untuk memberikan Proposisi Nilai. Saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan terdiri dari antarmuka perusahaan dengan

pelanggan. Saluran dapat berupa saluran langsung atau tidak langsung, dimiliki atau mitra.

4. Hubungan Pelanggan

Jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan Segmen Pelanggan tertentu.

5. Aliran Pendapatan

Uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari setiap Segmen Pelanggan.

6. Sumber Daya Utama

Aset terpenting yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi. Sumber daya ini memungkinkan perusahaan untuk membuat dan menawarkan Proposisi Nilai, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan Segmen Pelanggan, dan mendapatkan pendapatan. Sumber daya utama dapat berupa fisik, finansial, intelektual, atau manusia. Mereka dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau diperoleh dari mitra utama.

7. Kegiatan Utama

Hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya berfungsi. Mereka adalah tindakan yang diperlukan untuk membuat dan menawarkan Proposisi Nilai, menjangkau pasar, mempertahankan Hubungan Pelanggan dan mendapatkan pendapatan.

8. Kemitraan Kunci

Jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berfungsi.

9. Struktur Biaya

Semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

TLBMC diusulkan untuk mengeksplorasi secara kreatif produk, proses, dan inovasi model bisnis berorientasi keberlanjutan dalam mendukung organisasi agar dapat lebih baik mengatasi tantangan keberlanjutan. Karena *business model canvas* original dijelaskan panjang lebar oleh penulis aslinya (Osterwalder et al., 2010), bagian selanjutnya hanya berfokus pada lapisan canvas lingkungan dan sosial baru yang diusulkan sebagai bagian dari TLBMC (Joyce & Paquin, 2016):

B. Foundation of the environmental layer of the TLBMC

1. Functional value

Nilai fungsional menggambarkan output fokus suatu layanan atau produk oleh organisasi yang sedang diteliti

2. Materials

Sumber daya material yang signifikan dalam bentuk aset seperti komputer, kendaraan dan gedung kantor

3. Production

Produksi transformasi bahan mentah atau belum selesai menjadi output bernilai lebih tinggi

4. Supplies and out-sourcing

Persediaan dan sumber daya mewakili semua berbagai bahan lainnya dan kegiatan produksi yang diperlukan untuk fungsional nilai tetapi tidak dianggap 'inti' untuk organisasi

5. Distribution

Distribusi melibatkan transportasi barang, Dalam kasus penyedia layanan atau produsen produk, distribusi merupakan sarana fisik dengan mana organisasi menjamin akses ke nilai fungsional

6. Use phase

Fase penggunaan berfokus pada dampak partisipasi klien nilai fungsional organisasi, atau layanan inti dan atau produk

7. End-of-life

Akhir hidup adalah ketika klien memilih untuk mengakhiri konsumsi nilai fungsional dan sering melibatkan masalah penggunaan kembali material tersebut sebagai remanufaktur, repurposing, daur ulang, pembongkaran, insinerasi atau pembuangan suatu produk

8. Environmental impacts

Sementara model bisnis tradisional sering merangkum dampak organisasi terutama sebagai biaya keuangan, komponen dampak lingkungan meluas itu termasuk biaya ekologis organisasi

9. Environmental benefits.

Mirip dengan hubungan antara dampak lingkungan dan biaya, manfaat lingkungan memperluas konsep penciptaan nilai melampaui nilai finansial murni

C. *Foundation of the social layer of the TLBMC*

1. *Social value*

Aspek misi organisasi yang berfokus pada menciptakan manfaat bagi para pemangku kepentingan dan masyarakat lebih luas

2. *Employees*

Pelatihan, pengembangan profesional, program dukungan tambahan dan kontribusi untuk organisasi kelangsungan hidup dan kesuksesan jangka panjang.

3. *Governance*

Organisasi dapat sangat bervariasi berdasarkan pada beberapa aspek tata kelola termasuk kepemilikan

4. *Local communities*

Saat berinteraksi dengan komunitas, keberhasilan organisasi dapat sangat besar dipengaruhi melalui pengembangan dan pemeliharaan yang saling menguntungkan hubungan

5. *Societal culture*

Komponen budaya masyarakat mengenali dampak potensial dari sebuah organisasi tentang masyarakat secara keseluruhan. Kembali ke titik itu bisnis tidak dapat berhasil ketika masyarakat gagal, komponen ini memanfaatkan konsep nilai berkelanjutan

6. *Scale of outreach*

Skala penjangkauan menggambarkan kedalaman dan luasnya hubungan yang dibangun organisasi dengan pemangku kepentingannya melalui tindakannya seiring waktu. Ini mungkin termasuk ide untuk berkembang lama, hubungan integratif dan jangkauan dampak secara geografis.

7. *End-user*

Pengguna akhir adalah orang yang ‘mengonsumsi’ proposisi nilai. Ruang ini berkaitan dengan bagaimana alamat proposisi nilai kebutuhan pengguna akhir, berkontribusi pada kualitasnya kehidupan.

8. *Social impacts*

Komponen dampak sosial menangani biaya sosial suatu organisasi. Ini melengkapi dan memperluas biaya keuangan lapisan ekonomi dan dampak biofisik dari lapisan lingkungan.

9. *Social benefits.*

Manfaat sosial adalah aspek sosial yang menciptakan nilai positif tindakan organisasi.