BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu *Triple Layer Business Model Canvas* yang diukur melalui model pengembangan usaha berbasis ekonomi yaitu *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activity, key partnership,* dan *cost structure.* Model pengembangan usaha berbasis lingkungan yaitu *fungtional value, materials, productions, supplies and outsourcing, distributions, use phase, end of life, environmental impact, environmental benefit.* Model pengembangan usaha berbasis sosial yaitu *social value, employee, governance, communities, societal culture, scale or outreach, end user, social impact, social benefit.* Serta analisis SWOT yang dilakukan pada perusahaan Miski Agnia Coorporation (MACo).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian mengenai analisis model bisnis dilaksanakan di perusahaan Miski Agnia Coorporation (MACo) yang terletak di Jl. Cibaduyut. Kota Bandung. Provinsi Jawa Barat. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 5 (lima) bulan, 4 bulan mencari data di Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung dan Cibaduyut dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk tesis dan proses selama bimbingan berlangsung.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah deskriptif. Melalui jenis penelitian deskriptif, dapat diperoleh gambaran mengenai analisis *Triple Layer Business Model Canvas* pada perusahaan Miski Agnia Coorporation (MACo).

3.4 Sumber Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu:

a. Data Primer, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara dengan pihak informan. Metode pengambilan data primer

b. dilakukan dengan cara wawancara langsung ke manajemen perusahaan Miski Agnia Coorporation (MACo)
c. Data Sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literature-literatur dari perpustakaan, internet, jurnal dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data langkah yang harus dilakukan harus bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih lengkap. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data baik melalui data primer maupun data sekunder untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian seperti wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Sugiyono (2017), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu, observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 metode didalam pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan dari peneliti terhadap objek penelitiannya. Kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat dating 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. Teknik observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana kondisi objektif dari perusahaan Miski Agnia Coorporation (MACo) saat ini. Observasi dapat membantu untuk mengetahui nilai-nilai yang diberikan perusahaan Miski Agnia Coorporation (MACo) kepada pelangan secara langsung mulai dari produk yang ditawarkan, garansi yang diberikan, serta pelayanan yang diberikan.

2. Wawancara

Purhantara (2010) wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian atau responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk

mengkonstruksikan mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawacara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (*interviewer).*

a. Wawancara pertama yaitu dengan melakukan wawancara kepada Kepala UPT Persepatuan Cibaduyut dan perusahaan Miski Agnia Corporation (MACo) untuk mengetahui gambaran umum tentang Industri Sepatu Cibaduyut serta untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
b. Wawancara kedua yaitu dengan melakukan wawancara kepada perusahaan Miski Agnia Corporation (MACo) untuk mengidentifikasi model bisnis yang sedang dijalankan saat ini.
c. Wawancara ketiga yaitu melakukan diskusi dengan perusahaan Miski Agnia Corporation (MACo) mengenai faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di industri sepatu Cibaduyut sebagai bahan indentifikasi dalam analisis SWOT pada masing-masing elemen bisnis.
d. Wawancara keempat yaitu melakukan wawancara kepada para pengrajin di Perusahaan Miski Aghnia Corporation mengenai cara proses produksi hingga bahan yang digunakan.

3. Studi Pustaka dan Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah catatan yang menggambarkan tentang peristiwa yang pernah terjadi. Sugiyono (2017) 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. Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang berasal dari penelitian terdahulu, literature yang bersumber dari buku maupun internet yang relevan dengan penelitian ini. Data penunjang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Sedangkan Dokumentasi diperoleh dari dokumen-dokumen yang lengkap seperti gambar, catatan dan lain sebagainya

3.6 Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data selesai dilakukan, data yang terkumpul akan dianalisis, namun jika dalam pengolahan data terdapat kekurangan data maka akan dilakukan klarifikasi dengan melakukan pengumpulan data kembali.

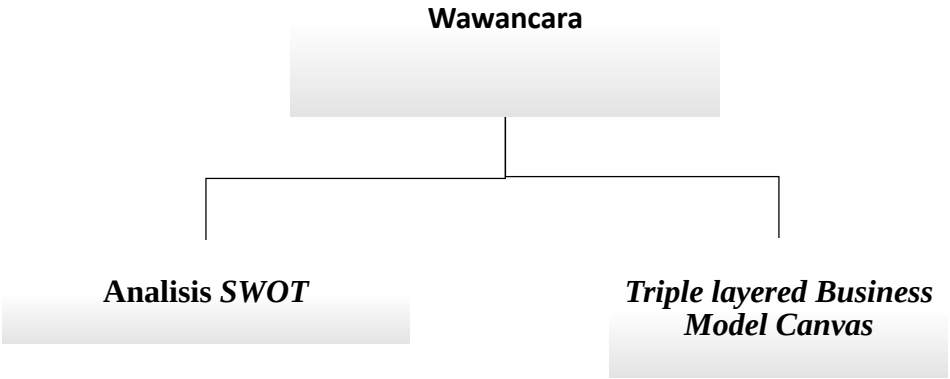
Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitiatif. Metode kualitatif merupakan metode yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu permasalahan. Pada penelitian ini, terdapat dua tahap pengolahan data untuk mencapai alternative model bisnis yang diinginkan. Tahap pertama adalah melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan MACo yang kemudian dimasukkan kedalam matriks SWOT yang nantinya akan menghasilkan strategi IE Matriks. Tahap kedua adalah memetakan masing-masing blok bangunan yang terdapat pada *triple layer business model canvas* untuk mengetahui gambaran model bisnis yang sedang dijalankan oleh perusahaan, terdapat 3 kanvas yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial dimana disetiap kanvas terdapat 9 blok bangunan.

Berikut tahapan pengolaan data secara detail

1. Tahap pertama yaitu mengidentifikasi faktor internal (IFE) dan eksternal (EFE) melalui analisis SWOT, kemudian menggabungkan score dari IFE dan EFE kedalam IE Matriks, setelah itu menyusun matriks SWOT menggunakan kekuatan internal dan eksternal.
2. Tahap kedua yaitu mengidentifikasi masing-masing blok bangunan model bisnis perusahaan Miski Agnia Coorporation (MACo) menggunakan *triple layer business model canvas* untuk mengetahui gambaran model bisnis yang dijalankan saat ini. Didalam *triple layer business model canvas* terdapat 3 kanvas yaitu
   a. Model pengembangan usaha berbasis ekonomi yaitu *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activity, key partnership,* dan *cost structure.*Lingkungan

b. Model pengembangan usaha berbasis lingkungan yaitu *fungtional value, materials, productions, supplies and outsourcing, distributions, use phase, end of life, environmental impact, environmental benefit.*
c. Model pengembangan usaha berbasis sosial yaitu *social value, employee, governance, communities, societal culture, scale or outreach, end user, social impact, social benefit.*

Setelah mengidentifikasi masing-masing elemen 9 blok bangunan yang terdapat didalam 3 kanvas, serta memetakan masing-masing blok bangunan ke dalam canvas. Secara sistematis struktur *triple layer business model canvas* akan terlihat dan terbentuk.



Gambar 3. 1 Gambaran Proses Penelitian

Berdasarkan gambar 3.1 Gambaran proses penelitian ini adalah pertama-tama akan melakukan wawancara dengan pihak Miski Aghnia Corporation dan beberapa pengrajin, kemudian hasil wawancara dianalisis sesuai dengan kajian teori yaitu perumusan analisis SWOT, hasil analisis akan dimasukkan kedalam Matriks IFE, EFE dimana akan menghasilkan *score* yang akan dimasukkan kedalam IE matriks sehingga menghasilkan strategi. Setelah itu dipetakan sesuai dengan komponen yang terdapat didalam *Triple Layer Business Model Canvas* yang diukur melalui model pengembangan usaha berbasis ekonomi yaitu *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activity, key*

partnership, dan *cost structure.* Model pengembangan usaha berbasis lingkungan yaitu *fungtional value, materials, productions, supplies and outsourcing, distributions, use phase, end of life, environmental impact, environmental benefit.* Model pengembangan usaha berbasis sosial yaitu *social value, employee, governance, communities, societal culture, scale or outreach, end user, social impact, social benefit.*

3.7 Langkah-langkah perumusan strategi

3.7.1 Perumusan Analisis SWOT dan Matriks SWOT

Wheelen & Hunger (2012) analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang merupakan faktor penting dalam mengidentifikasi perusahaan.

3.7.1.1 Tahapan dalam membuat analisis SWOT

a. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan (IFE)
b. Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan (EFE)
c. Mengkombinasikan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan menuliskan hasil strategi SO kedalam matriks yang sudah ditentukan.
d. Mengkombinasikan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan menuliskan hasil strategi WO kedalam matriks yang sudah ditentukan.
e. Mengkombinasikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan menuliskan hasil strategi ST kedalam matriks yang sudah ditentukan.
f. Mengkombinasikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan menuliskan hasil strategi WT kedalam matriks yang sudah ditentukan.

3.7.1.2 Tahapan dalam menyusun matriks SWOT

a. SO (*Strenghts - Opportunity*) menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal
b. WO (*Weakness - Opportunity*) memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

c. ST (*Strenghts - Threats*) menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal.
d. WT (*Weakness - Threats*) mengurangi kelemahan internal untuk menghapi atau menghindari ancaman eksternal.

3.7.2 Perumusan Strategi *Triple Layer Business Model Canvas*

Dalam membuat perumusan strategi *Triple Layer Business Model Canvas*, langkah pertama yang harus dilakukan adalah

1. Model pengembangan usaha berbasis ekonomi:

a. Mengidentifikasi *customer segment* yang artinya menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan. Identifikasi berdasarkan usia, domisili, pendapatan, hobi dan lain-lain.
b. Mengidentifikasi *value proposition* yang artinya menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan spesifik. Yang terdiri dari keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Proposisi nilai ini adalah alasan mengapa pelanggan beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain.
c. Mengidentifikasi *channel* atau jaringan yang artinya menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan menjangkau dan berkomunikasi dengan pelanggannya untuk menawarkan produk atau jasa perusahaan.
d. Mengidentifikasi *customer relationships* yang artinya menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun oleh perusahaan dengan pelanggan agar pelanggan tidak beralih ke perusahaan lain.
e. Mengidentifikasi *revenue streams* yang artinya menggambarkan sumber pendapatan perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan. Dengan cara apa pelanggan setia membayar perusahaan dan dengan alat pembayaran seperti apa yang disukai oleh pelaggan.
f. Mengidentifikasi *key resource* yang artinya menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Sumber aset dapat berbentuk fisik, finansial, intelektual atau manusia.

g. Mengidentifikasi *key activities* yang artinya menggambarkan hal-hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat beroperasi dengan sukses.
h. Mengidentifikasi *key partnerships* yang artinya menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang dapat membuat model bisnis bekerja maksimal.
i. Mengidentifikasi *cost structure* yang artinya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

2. Model pengembangan usaha berbasis lingkungan
   a. *Fungtional value* yaitu Nilai fungsional menggambarkan fokus suatu layanan (atau produk) yang dihasilkan oleh perusahaan yang sedang diperiksa.
   b. *Materials* yaitu Komponen bahan adalah perluasan lingkungan dari komponen sumber daya utama dari model bisnis kanvas asli. Bahan merujuk pada stok bio-fisik yang digunakan untuk memberikan nilai fungsional.
   c. *Production* yaitu Komponen produksi memperluas komponen kegiatan utama dari model bisnis canvas asli ke lapisan lingkungan dan menangkap tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan nilai.
   d. *Supplies and outsourcing* yaitu Persediaan dan sumber daya mewakili semua berbagai bahan lain dan kegiatan produksi yang diperlukan untuk nilai fungsional tetapi tidak dianggap sebagai "inti" bagi perusahaan.
   e. *Distributions* yaitu Distribusi melibatkan pengangkutan barang. Penyedian layanan atau produsen produk, distribusi mewakili sarana fisik yang dengannya organisasi dapat memastikan akses ke nilai fungsionalnya
   f. *Use phase* yaitu Fase penggunaan berfokus pada dampak klien mengambil bagian dalam nilai fungsional perusahaan atau layanan inti atau produk. Mencakup pemeliharaan dan perbaikan produk jika relevan dan harus mencakup beberapa pertimbangan sumber daya material dan kebutuhan energi klien melalui penggunaan.
   g. *End of life* yaitu fase ketika klien memilih untuk mengakhiri konsumsi nilai fungsional dan sering kali melibatkan masalah penggunaan kembali bahan seperti

pembuatan ulang, pengerjaan ulang, daur ulang, pembongkaran, pembakaran atau pembuangan suatu produk.

h. *Environmental impact* yaitu Komponen dampak lingkungan dapat mengatasi biaya ekologis dari tindakan perusahaan.

i. *Environmental benefit* yaitu Seperti hubungan antara dampak dan biaya lingkungan, manfaat lingkungan memperluas konsep penciptaan nilai di luar nilai finansial murni.

3. Model pengembangan usaha berbasis sosial

a. *Social value* yaitu Nilai sosial berbicara tentang aspek misi organisasi yang berfokus pada menciptakan manfaat bagi pemangku kepentingan dan masyarakat secara lebih luas.

b. *Employee* yaitu Komponen karyawan menyediakan ruang untuk mempertimbangkan peran karyawan sebagai pemangku kepentingan inti organisasi.

c. *Governance* yaitu Komponen tata kelola menangkap struktur organisasi dan kebijakan pengambilan keputusan suatu organisasi.

d. *Communities* yaitu hubungan ekonomi dibangun berdasarkan mitra bisnis, ada hubungan social yang dibangun dengan pemasok dan komunitas lokal mereka. Kedua pemangku kepentingan ini bersatu sebagai komunitas ketika menyelaraskan ketiga lapisan TLBMC. Ketika berinteraksi dengan masyarakat, keberhasilan organisasi dapat sangat dipengaruhi oleh pengembangan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan.

e. *Societal culture* yaitu Komponen budaya masyarakat mengakui dampak potensial dari suatu organisasi terhadap masyarakat secara keseluruhan.

f. *Scale or outreach* yaitu Skala penjangkauan menggambarkan kedalaman dan luasnya hubungan yang dibangun organisasi dengan para pemangku kepentingnya melalui tindakannya dari waktu ke waktu.

g. *End user* yaitu Pengguna akhir adalah orang yang "mengkonsumsi" proposisi nilai. Ruang ini berkaitan dengan bagaimana proposisi nilai menangani kebutuhan pengguna akhir, berkontribusi pada kualitas hidupnya.
h. *Social impacts* yaitu Komponen dampak social dapat menangani biaya sosial dalam organisasi. Dapat melengkapi dan memperluas biaya keuangan dari lapisan ekonomi dan dampak biofisik dari lapisan lingkungan.
i. *Social benefit* yaitu Manfaat sosial adalah aspek sosial yang menciptakan nilai positif dari kegiatan organisasi. Komponen ini secara eksplisit mempertimbangkan manfaat sosial yang berasal dari tindakan organisasi.