

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **1.1 Objek Penelitian**

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu business model canvas yang diukur melalui *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activity, key partnership, dan cost structure*. dan analisis SWOT (EFAS/IFAS, IE Matriks dan Matriks SWOT) yang dilakukan pada industri tenun cual di kota pangkal pinang.

### **1.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian yang non hipotesa ( tidak menguji hipotesis) penelitian ini berusaha menyajikan secara jelas pokok-pokok persoalan yang diteliti yaitu memberikan suatu uraian yang deskriptif yang menggambarkan secara jelas, faktual, sistematis dan cermat pokok-pokok persoalan yang dijumpai dan akibat-akibatnya, dan kemudian mencari jalan keluarnya untuk memecahkan masalah-masalah yang dijumpai.

### **1.3 Desain Penelitian**

#### **1.3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Melalui jenis penelitian deskriptif, dapat diperoleh gambaran mengenai analisis business model canvas pada industri tenun cual di kota pangkal pinang.

#### **1.3.2 Populai dan Sampel**

*A population is defined as the entire group under study as specified by the objectives of the research project* yang berarti bahwa populasi didefinisikan sebagai seluruh kelompok yang diteliti sebagaimana ditentukan oleh tujuan dari proyek penelitian (Alvin C, 2013). *Sample is defined as the population that has been selected for analysis* yang berarti sampel adalah populasi yang terpilih untuk dianalisis (Mark L, Berenson., Timothy., 2012). Berdasarkan pengertian tersebut

Syaiful, 2019

**ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA INDUSTRI TENUN CUAL DI KOTA PANGKAL PINANG**

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

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi pada objek penelitian ini adalah industri tenun cual di kota pangkal pinang dan sampelnya adalah 3 industri tenun cual di kota pangkal pinang, ( Koperasi Tenun Cual Maslina, Museum Cual Ishadi dan Galeri Batik Destiani). Alasannya karena 3 industri tersebut memiliki skala usaha yang hampir sama baik dalam hal jumlah SDM, omset dan jenis produk yang dihasilkan.

## **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.4.1 sumber data**

Koleksi data merupakan tahapan dalam proses penelitian yang penting, karena hanya dengan mendapatkan data yang tepat maka proses penelitian akan berlangsung sampai peneliti mendapatkan jawaban dari perumusan masalah yang sudah ditetapkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas:

#### 1) Data primer

adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama, yaitu informasi-informasi yang diperoleh dari industri Tenun cual di kota pangkal pinang baik dari Owner, Karyawan dan pelanggan/konsumen.

#### 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 industri tenun cual dan dinas Koperasi dan UMKM, dan jurnal/artikel yang sudah dipublikasikan

### **1.4.2 Teknik pengumpulan data**

Pada kegiatan pengumpulan data langkah-langkah yang harus ditempuh bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih lengkap. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data baik

dengan data primer maupun data skunder dalam rangka mendeskripsikan variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

#### 1) Wawancara

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

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

#### 2) Observasi

Bukti observasi seringkali bermanfaat untuk memberikan informasi tambahan tentang topik yang akan diteliti (Yin, 2013). Observasi langsung yaitu dengan membuat kunjungan lapangan ke obyek penelitian yaitu 3 industri tenun cual di kota pangkal pinang.

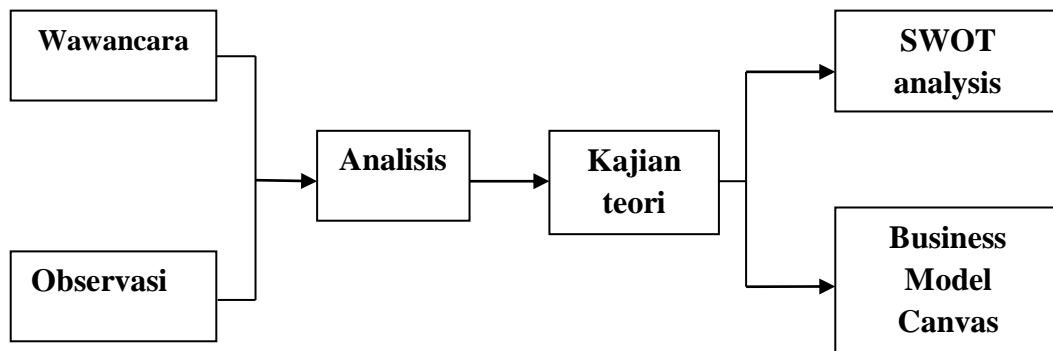
#### 3) Dokumentasi

Dengan menelaah dan mengkaji setiap data yang terdapat pada usaha yang diteliti dan pada sumber lainnya yang mendukung penelitian ini. Data tersebut bisa berupa profil perusahaan, surat, agenda, artikel dimedia massa, dan sebagainya (Yin, 2013)

### **1.4.3 Analisis Data**

setelah menyelesaikan proses pengumpulan data, hasil wawancara akan dianalisis jika dalam analisis ini diperlukan klarifikasi tambahan maka wawancara tambahan akan dilakukan kembali. (Umar et al., 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 mengabungkan pemeriksaan penjelasan saingan,



**Gambar 3.1** Gambaran proses penelitian

Sumber: Umar dkk 2018

Setelah wawancara dan observasi kemudian data dianalisis. Kemudian hasil analisis akan disesuaikan dengan kajian teori. Hasil keseluruhan analisis akan dimasukkan kedalam analisis SWOT dan dipetakan dalam Business Model Canvas.

## 1.5 Langkah-langkah perumusan strategi

### 1.5.1 Perumusan Analisis SWOT dan Matriks SWOT

(Wheelen & Hunger, 2010) analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang merupakan faktor strategis dalam mengidentifikasi suatu perusahaan.

#### Tahapan dalam membuat analisis SWOT

1. Tuliskan peluang dan ancaman eksternal kunci perusahaan (EFE)
2. Tuliskan kekuatan dan kelemahan internal kunci perusahaan (IFE)
3. Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan catat hasil strategi SO dalam sel yang di tentukan

Syaiful, 2019

*ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA INDUSTRI TENUN CUAL DI KOTA PANGKAL PINANG*

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

4. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan catat hasil strategi WO dalam sel yang di tentukan
5. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan catat hasil strategi ST dalam sel yang di tentukan
6. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan catat hasil strategi ST dalam sel yang di tentukan

#### **Tahapan dalam menyusun matriks SWOT**

1. SO (*Strengths-Opportunities*) menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. WO (*Weakness-Opportunities*) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. ST (*Strength-Thearts*) menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman ekaternal.
4. WT (*Weakness-Opportunities*) adalah taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal

#### **1.5.2 Perumusan Internal Faktor analisis Summary ( IFAS)**

Untuk menyempurnakan strategi kekuatan dan kelemahan maka dituangkan ke dalam matriks IFAS pada tabel 3.3. matriks IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan terbesar perusahaan. Berikut adalah matriks IFAS

**Tabel 3.1**  
**Matriks IFAS**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>	<b>Komentar</b>
<b>Peluang</b>				
<b>Ancaman</b>				
<b>Total</b>				

Sumber: (wheelen & hunger, 2010)

untuk mengembangkan matriks IFAS, harus ditempuh langkah-langkah sebagai berikut;

- 1) Pada kolom 1 (*internal faktor*) buatlah daftar dari 8-10 kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) paling penting yang dihadapi perusahaan
- 2) Pada kolom 2 (*weight/bobot*), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting / *most important*) sampai ke bobot 0,0 (tidak penting/ *not important*). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini. Semakin tinggi bobot semakin penting faktor tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan saat ini maupun dimasa mendatang. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot dalam IFAS
- 3) Pada kolom 3 (*rating/peringkat*) berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 5,0 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*) yang didasarkan pada tanggapan para manajer saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan para manajer tentang seberapa baik manajemen perusahaan saat ini didalam menghadapi masing-masing faktor internal tersebut.
- 4) Pada kolom 4 (*weighted score/nilai tertimbang*), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat masing-masing faktor yang terdapat dikolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 5,0 (sangat bagus/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*) dengan nilai rata-rata 3,0 (*average*)
- 5) Pada kolom 5 (*comments*) diberikan catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih atau pada kolom komentar dapat pula disampaikan bagaimana bobot dan peringkat ditetapkan.

### 1.5.3 Perumusan External Faktor Analisis Summary (EFAS)

(Griffin dan Ebert 2006) lingkungan eksternal segala sesuatu yang berada diluar batas-batas organisasi yang mungkin mempengaruhi organisasi.

Syaiful, 2019

**ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA INDUSTRI TENUN CUAL DI KOTA PANGKAL PINANG**

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

Lingkungan eksternal perusahaan dapat memberikan ancaman bagi keberlangsungan perusahaan tetapi juga dapat memberikan peluang yang dapat dieksploitasi oleh perusahaan untuk memperoleh profit. Hasil dari EFAS akan menunjukkan peluang dan ancaman terbesar yang dihadapi perusahaan. Berikut ini adalah matriks EFAS

**Tabel 3.2**  
**Matriks EFAS**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>	<b>Komentar</b>
<b>Peluang</b>				
<b>Ancaman</b>				
<b>Total</b>				

Sumber: (wheelen & hunger, 2010)

untuk mengembangkan matriks EFAS, harus ditempuh langkah-langkah sebagai berikut;

- 1) Pada kolom 1 (*eksternal faktor*) buatlah daftar dari 8-10 peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threat*) paling penting yang dihadapi perusahaan
- 2) Pada kolom 2 (*weight/bobot*), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting / *most important*) sampai ke bobot 0,0 (tidak penting/ *not important*). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini. Semakin tinggi bobot semakin penting faktor tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan saat ini maupun dimasa mendatang. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot dalam EFAS
- 3) Pada kolom 3 (*rating/peringkat*) berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 5,0 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*) yang didasarkan pada tanggapan para manajer saat ini terhadap

Syaiful, 2019

**ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA INDUSTRI TENUN CUAL DI KOTA PANGKAL PINANG**

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

faktor-faktor yang dianalisis. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan para manajer tentang seberapa baik manajemen perusahaan saat ini didalam menghadapi masing-masing faktor eksternal tersebut.

- 4) Pada kolom 4 ( *weighted score*/nilai tertimbang), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat masing-masing faktor yang terdapat dikolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 5,0 (sangat bagus/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*) dengan nilai rata-rata 3,0 (*average*)
- 5) Pada kolom 5 (*comments*) diberikan catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih atau pada kolom komentar dapat pula disampaikan bagaimana bobot dan peringkat ditetapkan.

#### **1.5.4 Perumusan strategi Business Model Canvas**

Langkah- langkah perumusan model bisnis canvas harus dimulai dengan berurutan. Langkah pertama adalah customer segment yaitu memberikan deskripsi mengenai target market yang diinginkan secara spesifik ( usia, domisili, dan lain-lain).

Tahap selanjutnya memberikan deskripsi rinci mengenai value proposition yang terdiri dari keunggulan produk atau jasa yang dimiliki, dan apa differensiasinya dengan produk atau jasa dari brand lain.

Channels elemen ketiga yang dirumuskan yaitu memahami saluran penjualan apa yang sesuai dengan produk atau jasa yang dijual. Apakah produk atau jasa yang ditawarkan memerlukan tokoo offline, toko online atau justru keduanya

Tahap berikutnya membangun model customer relationships. Menuliskan cara apa yang dapat dilakukan untuk membangun customer engagement yang baik sehingga customer akan melakukan advocate terhadap produk atau jasa penjual kepada calon customer yang lain.

Revenue stream penjual dapat mendeskripsikan sumber-sumber pemasukan mereka, apakah melalui website, workshop atau ritel

Syaiful, 2019

**ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA INDUSTRI TENUN CUAL DI KOTA PANGKAL PINANG**

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



Tahap selanjutnya adalah merumuskan key resource mendeskripsikan mengenai sumber resource.

Key partners yaitu elemen yang terdiri dari pihak-pihak atau asset yang dapat membantu dari dalam. Kemudian dapat dirumuskan key activities yang meliputi bentuk aktivitas yang relevan dilakukan antara lain R & D, production, dan networking.

Cost structure elemen ini diperlukan deskripsi mengenai biaya yang perlukan dalam bisnis yang dijalankan seperti biaya admin, biaya pembelian bahan, proses produksi dan lain-lain.