

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah produk yang diproduksi oleh Kedai Kopi Merapi, yang beralamat di Dusun Petung, Desa Kepuharjo, Kecamatan Cangkirangan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

#### **3.2. Jenis Data**

Jenis data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder:

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya, yakni dari Kedai Kopi Merapi, meliputi data:

- a. Data umum Kedai Kopi Merapi, sejarah berdirinya Kedai Kopi Merapi, dan informasi-informasi yang berhubungan dengan penelitian.
- b. Data aktual yang berkaitan dengan data-data umum Kedai Kopi Merapi yang peneliti peroleh dari wawancara secara mendalam dengan pengelola Kedai Kopi Merapi.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber lain, seperti hasil penelitian-penelitian sebelumnya, jurnal ilmiah, teori-teori yang dapat digunakan untuk membahas dan memecahkan masalah penelitian ini.

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

##### **1. Penelitian Lapangan**

Peneliti langsung di lokasi penelitian untuk mengamati keadaan dan kegiatan yang terjadi di Kedai Kopi Merapi sesuai dengan kebutuhan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

## 2. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dan terjadi pada dua orang atau lebih yang bertatap muka dan mendengarkan secara langsung informasi atau keterangan yang ada. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Panduan pedoman wawancara penelitian ini berisikan tentang pengelolaan manajemen Kedai Kopi Merapi, strategi apa yang digunakan dalam menjalankan usaha Kedai Kopi Merapi, faktor internal dan faktor eksternal apa yang mempengaruhi jalannya usaha Kedai Kopi Merapi, dan upaya apa yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kinerja Kedai Kopi Merapi dalam menghadapi persaingan bisnis di bidang *coffee shop*

## 3. Metode Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Adapun pemilihan variabel-variabel penelitian ini didasarkan pada pendapat Kotler dan Keller (2012) bahwa pada saat konsumen mencari alternatif, pemasar akan mengingatkan konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan, dan ketika konsumen melakukan evaluasi alternatif, disituasi inilah pemasar akan memberikan informasi tentang ciri dan manfaat produk atau jasa yang ditawarkan. Misalnya menjamin produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk, memberikan kualitas pelayanan terbaik, memberikan harga produk yang bisa dijangkau oleh pasar. Berikut variabel-variabel penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini:

- X<sub>1</sub> : Harga terjangkau
- X<sub>2</sub> : Warna kemasan
- X<sub>3</sub> : Kemudahan informasi
- X<sub>4</sub> : Produk memiliki ciri khas
- X<sub>5</sub> : Kualitas produk
- X<sub>6</sub> : Merek (*branding*)

- X<sub>7</sub> : Promosi produk
- X<sub>8</sub> : Kualitas pelayanan
- X<sub>9</sub> : Harga sesuai kualitas
- X<sub>10</sub> : Garansi produk

#### 4. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan informasi-informasi melalui teori, penelitian terdahulu, jurnal ilmiah yang ada kaitannya dengan permasalahan penelitian ini.

### 3.4. Teknik Pengolahan Data

Pada bagian ini dijelaskan mengenai tahapan perumusan *Blue Ocean Strategy*. Berikut adalah tahapan-tahapan pengolahan data penelitian ini:

1. Pengamatan langsung di Kedai Kopi Merapi.
2. Melakukan wawancara mendalam dengan pengelola Kedai Kopi Merapi.
3. Melakukan Uji Kecukupan Data

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa uji kecukupan data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau belum untuk mewakili suatu populasi. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel minimum suatu populasi dapat menggunakan rumus:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010: 238})$$

#### Keterangan:

- n : Ukuran sampel
- Z : Tingkat kepercayaan (90% = 1,645)
- e : *Sampling error* (10% = 0.1)
- p : Proporsi harus dalam populasi
- q : Persentase kuesioner cacat (q = 1-p)

Maka dapat dilakukan uji kecukupan data sebagai berikut:

Karena nilai p belum diketahui maka nilai p dicari terlebih dahulu dengan cara:

$$F(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{df(p)} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)df(p)}{df(p)df(p)} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{df(p)} = 0 \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010: 238})$$

4. Melakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas menggunakan *Software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) Versi 23.

a. Uji Validitas (Uji Kesahihan)

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010: 363). Pengujian validitas pada penelitian evaluatif ini menggunakan logical validity (validitas logis). Validitas logis untuk sebuah instrumen menunjuk pada kondisi sebuah instrumen yang memenuhi syarat valid berdasarkan hasil penalaran dan rasional.

Ho : Nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (valid)

Hi : Nilai  $r_{hitung}$  kurang dari  $r_{tabel}$  (tidak valid)

Rumus validasi populer yang digunakan adalah rumus validasi yang dikemukakan oleh *Pearson*.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \sum Y}{[\sum X^2 - (\sum X)^2][\sum Y^2 - \sum Y^2]} \quad (\text{Sumber: Arikunto, 1997: 68}).$$

**Keterangan :**

r : Koefisien korelasi

$\sum Y$ : Jumlah skor total item

$\sum X$ : Jumlah skor item

N : Jumlah responden

Perhitungan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) :

$$\alpha = 0,05$$

$$df = n-2$$

$$= 70-2$$

$$= 68$$

$$r_{tabel} = 0,235$$

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten, keajegan, atau tidak berubah-ubah (Saifuddin Azwar, 2012: 110). Instrumen yang diuji reliabilitasnya adalah instrumen yang dibuat oleh peneliti. Reliabilitas ditentukan atas dasar proporsi varian total yang merupakan varian total sebenarnya. Makin besar proporsi tersebut berarti makin tinggi reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien Alpha karena skor pada butir-butir instrumen merupakan skor bertingkat, yaitu antara 1 sampai 4. Rumus uni reliabilitas, sebagai berikut :

$$r_{ii} = \left[ \begin{array}{c} k \\ (k-1) \end{array} \right] \left[ \begin{array}{c} 1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_t^2} \end{array} \right]$$

**Keterangan :**

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma_h^2$  = Jumlah varian butir  
 $\sigma_t^2$  = Varian total

Untuk menyatakan reliabilitas instrumen, digunakan interpretasi terhadap koefisien korelasi, yaitu :

Antara	0,800 s/d 1,000	Sangat tinggi
	0,600 s/d 0,800	Tinggi
	0,400 s/d 0,600	Cukup
	0,200 s/d 0,400	Rendah
	0,000 s/d 0,200	Sangat rendah

(Suharsimi Arikunto, 2010: 238)

5. Membuat strategi kanvas awal untuk melihat posisi antara objek yang diteliti dengan pesaing pada keadaan yang sesungguhnya.
6. Melakukan empat langkah kerja dari *Blue Ocean Strategy* (menghapuskan, menguransi, meningkatkan, dan menciptakan).

7. Terakhir membuat skema hapuskan, kurangi, tingkatkan, ciptakan dan menentukan fokus berdasarkan *Blue Ocean Strategy*.

### 3.5 Analisis Hasil

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Tahapan analisis hasil dalam penelitian kualitatif deskripsi dapat dilakukan dengan tahapan berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan biasanya berjumlah banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan terperinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keuletakan dan kedalaman wawasan yang tinggi bagi peneliti.

2. Kanvas Strategi

Kanvas strategi adalah kerangka aksi sekaligus diagnosis untuk membangun strategi samudra biru yang baik. Kanvas strategi memiliki dua dimensi, yaitu sumbu horisontal dan sumbu vertikal. Dimana pada sumbu horisontal mewakili rentang dari faktor-faktor yang dijadikan ajang kompetisi dan investasi oleh industri. Sedangkan sumbu vertikal menggambarkan tingkat penawaran yang didapatkan pembeli dari penawaran kompetitif yang ada di pasar.

3. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

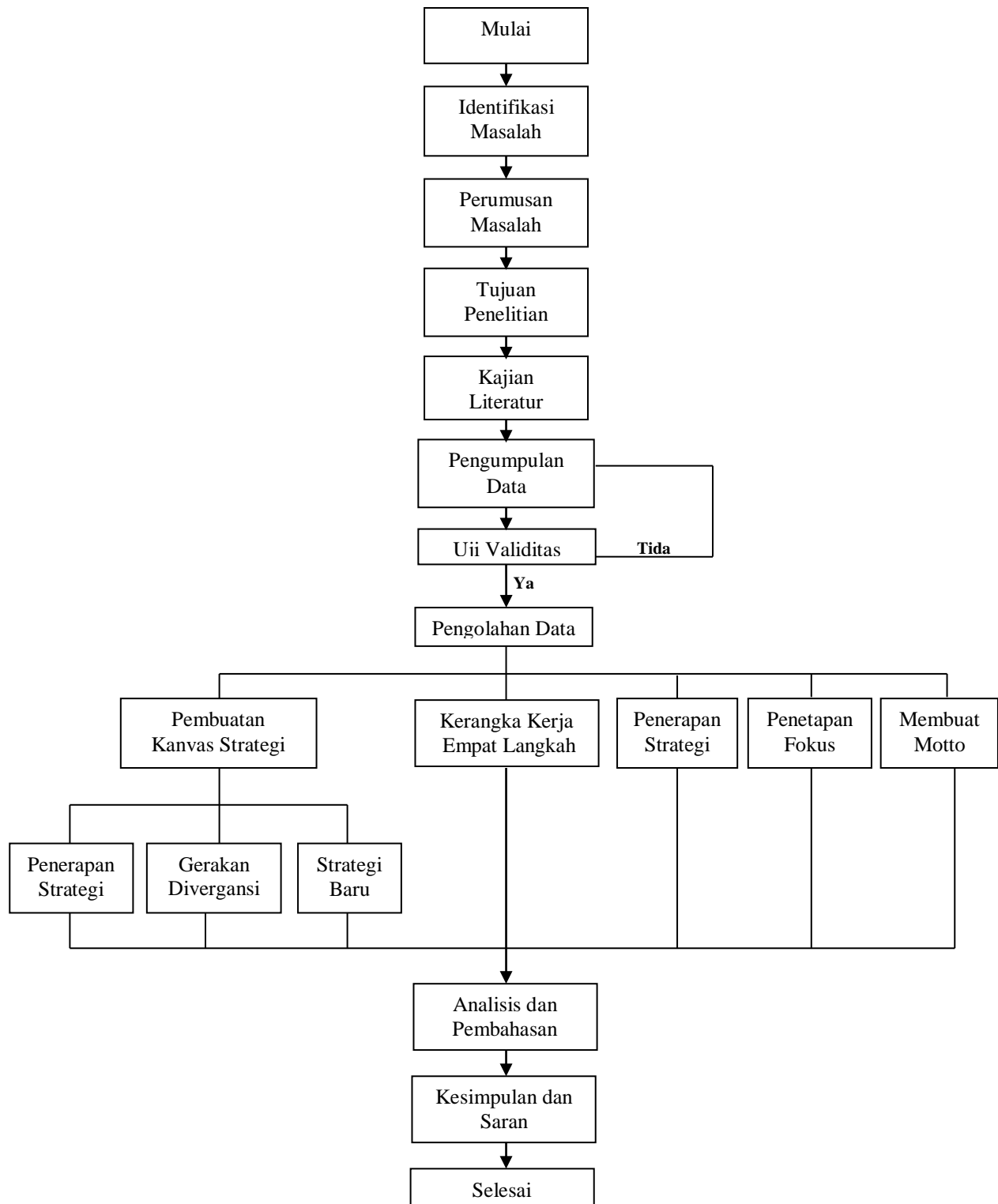
Skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan atau yang biasa dikenal dengan ERRC Grid (*eliminate, reduce, rise, create*) ini merupakan alat analisis pelengkap bagi kerangka kerja empat langkah. Skema ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya menanyakan empat pertanyaan dalam kerangka empat langkah, tapi juga bertindak berdasarkan keempat pertanyaan itu untuk menciptakan suatu kurva nilai baru. Kim, et al. (2014) menjelaskan bahwa dengan mendorong perusahaan mengisi skema dengan

tindakan-tindakan menghapuskan, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan, skema ini memberikan empat manfaat utama kepada perusahaan:

- a. Dapat mendorong perusahaan untuk mengejar diferensiasi dan biaya murah secara bersamaan untuk mendobrak pertukaran nilai dan biaya.
- b. Dapat segera menghantam perusahaan yang hanya berfokus pada upaya meningkatkan dan menciptakan, sehingga menaikkan struktur biaya mereka, serta menghantam perusahaan yang sering memodifikasi produk dan jasa secara berlebihan. Ini merupakan kesalahan umum dalam banyak perusahaan.
- c. Skema ini dengan mudah dipahami oleh manajer di level apa pun, sehingga menciptakan tingkat keterlibatan yang tinggi dalam penerapannya.
- d. Penuntasan upaya-upaya dalam skema ini merupakan tugas menantang, skema ini mendorong perusahaan untuk bersemangat dalam menganalisis setiap faktor industri yang menjadi ajang kompetisi, sehingga ia menemukan berbagai asumsi implisit yang dibuat secara tak sadar dan berkompetisi.

### **3.6 Diagram Alur Penelitian**

Alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



**Gambar 3.1. Diagram Alur Penelitian**

(Sumber: Diolah Peneliti, 2019)