

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Berdasarkan objek penelitian dan permasalahan yang dikaji, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan.

Pendekatan yang dipilih pada penelitian ini adalah kualitatif fenomenologi. Pendekatan kualitatif dipilih untuk mengungkap dan memahami suatu fenomena atau kejadian yang masih sangat sedikit diketahui serta mencoba merinci secara kompleks tentang suatu fenomena. Sedangkan pendekatan fenomenologi dipilih untuk memahami lebih dalam mengenai sebuah arti dari suatu kejadian dan keterkaitan didalamnya. Dengan pendekatan fenomenologi tersebut, peneliti lebih memilih diam dalam mengungkap suatu fenomena secara lebih dalam. Menurut Bungin (2007) pendekatan fenomenologi terjadi karena adanya realitas yang bersifat subyektif dan makna, sehingga dalam penelitian ini bergantung dari persepsi, pemahaman dan anggapan dari informan.

Penelitian ini dilakukan dengan mencari data yang bersumber dari masyarakat khususnya pada pelaku bisnis *coffee shop* di Kota Bandung serta mengidentifikasi bagaimana struktur pasar yang mengikat bisnis *coffee shop* tersebut sehingga *structure*, *conduct* dan *performance* dapat diukur dan

dioptimalkan sehingga bisnis tersebut dapat menciptakan keunggulan untuk terus bertahan dan tumbuh dalam industri yang kompetitif ini.

Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, peristiwa di lapangan diteliti sebagaimana adanya. Namun dengan adanya hal ini tidak dapat terlepas dari penelitian kepustakaan (*library research*) karena dapat menjadi rujukan untuk referensi literatur dalam pengumpulan data mengenai ekonomi industri khususnya struktur pasar dan pendekatan *structure-conduct-performance*.

## **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di beberapa *coffee shop* yang ada di Kota Bandung, Jawa Barat. *Coffee shop* tersebut diantaranya adalah :

1. Fokasu *Coffee*, Jl. Titiran No.86, Sadang Serang, Kec. Coblong, Kota Bandung
2. Seinkiri *Coffee, Kitchen & Space* Jl. Lodaya No.63, Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung
3. Tansah Rahayu Kopi, Pasar Kreatif Jabar, Jl. Pahlawan No.70, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung
4. Kawan Kopi 2.0, Jl. Hayam Wuruk No.30, Citarum , Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
5. Anatomi *Coffee*, Gelanggang Generasi Muda (GGM), Jl. Merdeka No.64, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung

### 3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan kurang lebih selama 2 (dua) bulan lamanya.

### 3.3 Deskripsi Operasional Parameter

Penelitian ini memfokuskan kepada identifikasi struktur pasar pada bisnis *coffee shop* di Kota Bandung dengan fokus studi pelaku bisnis generasi muda.

**Tabel 3.1 Operasional Parameter**

No	Parameter	Indikator	Jenis data	Sumber data
1	a. Faktor pembentuk wirausaha muda pada bisnis <i>coffee shop</i> di Kota Bandung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Faktor internal               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pengetahuan yang dimiliki</li> <li>▪ pengalaman</li> <li>▪ intuisi yang merupakan pemikiran yang berasal dari individu itu sendiri</li> </ul> </li> <li>▪ Faktor eksternal makro               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lingkungan sosial,</li> <li>▪ adanya peluang/kesempatan</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Data primer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara pelaku bisnis <i>coffee shop</i> di Kota Bandung</li> </ul>
	b. Interaksi faktor pembentuk wirausaha muda pada bisnis <i>coffee shop</i> di Kota Bandung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Faktor internal               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pengetahuan yang dimiliki</li> <li>▪ pengalaman</li> <li>▪ intuisi yang merupakan pemikiran yang berasal dari individu itu sendiri</li> </ul> </li> <li>▪ Faktor eksternal makro               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lingkungan sosial,</li> <li>▪ adanya peluang/kesempatan</li> </ul> </li> </ul>		
2	a. Struktur Pasar ( <i>Market Structure</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jumlah produsen</li> <li>▪ Jumlah konsumen</li> <li>▪ Karakteristik produk</li> <li>▪ Kondisi <i>entry-exit</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Data Primer</li> <li>▪ Data Sekunder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara pelaku bisnis <i>coffee shop</i> di Kota Bandung</li> <li>▪ Data numerik jumlah produsen <i>coffee shop</i> oleh Disbudpar Kota Bandung</li> </ul>
3	a. Perilaku ( <i>Conduct</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Strategi penentuan harga</li> <li>▪ Promosi</li> <li>▪ Inovasi produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Data primer</li> <li>▪ Data Sekunder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara pelaku bisnis <i>coffee shop</i> di Kota Bandung</li> <li>▪ Data mikro (referensi artikel digital internet)</li> </ul>

	b. Kinerja ( <i>Performance</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Profit</li> <li>▪ Progresivitas</li> <li>▪ Efisiensi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Data primer</li> <li>▪ Data Sekunder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wawancara pelaku bisnis <i>coffee shop</i> di Kota Bandung</li> <li>▪ Data mikro (referensi artikel digital internet)</li> </ul>
--	--------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah sebuah keterangan yang didapat dari responden maupun yang berasal dari dokumen – dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya yang berguna untuk keperluan penelitian. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer serta data sekunder.

#### 3.4.1 Jenis Data

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang didapatkan secara langsung dari pihak responden dan informasi melalui wawancara serta observasi secara langsung di lapangan. Responden merupakan orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui wawancara serta observasi langsung kepada pelaku bisnis atau pemilik unit usaha *coffee shop* di Kota Bandung.

##### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder merupakan sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, namun data ini diberikan melalui orang lain atau dokumen tertentu. Adapun data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang bersumber

dari artikel digital serta data numerik dari *website* Disbudpar Kota Bandung mengenai jumlah kedai kopi (*coffee shop*).

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sehingga pengumpulan data dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, yaitu di beberapa *coffee shop* yang ada di Kota Bandung. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa metode, diantaranya adalah :

#### 1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi secara langsung yang mempertemukan peneliti dengan responden atau narasumber dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai suatu objek. Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur adalah proses wawancara yang berlangsung mengacu pada satu rangkaian pertanyaan terbuka. Sehingga metode ini memungkinkan adanya pertanyaan baru karena jawaban yang diberikan oleh narasumber sehingga selama sesi berlangsung penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam.

#### 2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan dengan cara yang sistematis mengenai kondisi yang terjadi di lokasi penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik observasi non-partisipatif sehingga peneliti tidak terlibat pada proses ataupun bentuk kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diteliti, dalam hal ini peneliti berperan sebagai pengamat independen.

Pada observasi ini, peneliti mengumpulkan hasil pengamatan dengan cara mencatat fenomena yang terjadi, pengamatan pada fenomena tersebut dikhususkan pada pelaku bisnis dan unit usaha *coffee shop* di Kota Bandung.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara menggunakan dokumen berupa arsip, buku mengenai pendapat serta teori dan dokumen lain yang berkaitan dengan masalah penelitian khususnya mengenai struktur pasar bisnis *coffee shop* di Kota Bandung.

## 3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Sampling dalam penelitian empirik diartikan sebagai proses pemilihan atau penentuan contoh dari suatu populasi. Secara umum, konsep sampel merujuk pada bagian yang diambil dari populasi. Namun, dalam konteks penelitian kualitatif, tujuannya bukan untuk menggambarkan karakteristik keseluruhan populasi atau menghasilkan generalisasi yang berlaku untuk seluruh populasi, tetapi lebih menitikberatkan pada representasi fenomena sosial yang sedang diteliti. Data atau informasi ditelusuri sejauh mungkin sesuai dengan situasi yang ada. Dengan cara ini, peneliti memiliki kemampuan untuk menggambarkan fenomena yang sedang diteliti secara komprehensif (Burhan Bungin, 2012:53).

Sugiyono menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, metode sampling yang umumnya digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Purposive sampling merupakan pendekatan dalam memilih sampel

sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti individu yang memiliki pemahaman paling mendalam terkait dengan tujuan penelitian.

Sesuai dengan pandangan Burhan Bungin (2012), dalam tahap pemilihan sampel, hal yang paling esensial adalah strategi untuk mengidentifikasi informan kunci atau kondisi sosial yang memuat informasi penting. Dalam konteks penelitian ini, teknik *purposive sampling* digunakan karena peneliti meyakini bahwa sampel yang dipilih memiliki pemahaman yang mendalam mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Keputusan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana *structure, conduct, and performance* pada bisnis *coffee shop* di Kota Bandung dan interaksi faktor pendukung dalam membentuk wirausahawan muda pelaku bisnis *coffee shop* di Kota Bandung.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Dari hasil pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi, peneliti melakukan analisis data secara kualitatif dengan teknik mengkaji, memaparkan dan menjelaskan data – data yang diperoleh dari proses dan tahapan identifikasi struktur pasar pada bisnis *coffee shop* di Kota Bandung. Teknik analisis data tersebut diantaranya dilakukan dengan cara :

#### **1. Reduksi Data**

Reduksi data berarti meringkas, memilih topik - topik utama, memfokuskan pada topik – topik penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari

tema dan model untuk akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan kelanjutan pengumpulan data (Sugiyono, 2018). Dalam reduksi data, peneliti memilah hal – hal pokok yang dianggap valid pada penelitian.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan secara sistematis dari sekumpulan informasi yang dapat berbentuk uraian naratif, diagram alur, dan tabel yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan atau pengambilan Tindakan sebagaimana data yang diarahkan agar tersusun membuat sebuah pola hubungan. Data yang diperoleh dari penelitian lapangan dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif yang akan memaparkan struktur pasar serta pendekatan struktur-perilaku-kinerja pada bisnis coffee shop di Kota Bandung

## 3. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hal ini berarti mengartikan data yang ditampilkan oleh peneliti baik dari tahap awal (studi pustaka) yang menghasilkan kesimpulan sementara apabila dilakukan verifikasi atau penemuan bukti – bukti serta fakta dari fenomena yang terjadi di lapangan.

### **3.8 Uji Keabsahan Data**

Uji keabsahan data yang digunakan adalah metode uji kredibilitas (*credibility*) yang berfungsi untuk melaksanakan inkuiri dengan sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan akan penemuannya dapat dicapai serta

untuk menunjukkan derajat kepercayaan dari hasil penemuan dengan cara pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

Dalam uji kredibilitas ini digunakan uji triangulasi pada teknik pemeriksaan keabsahaan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dari data itu sendiri yang digunakan untuk keperluan pengecekan ataun sebagai pembanding terhadap data tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi melalui sumber yang artinya peneliti akan membandingkan hasil wawancara dengan hasil pengamatan juga membandingkan apa yang dikatakan oleh informan mengenai situasi penelitian, membandingkan data dari perspektf yang berbeda dari kalangan tertentu antara warga masyarakat biasa, tokoh masyarakat, orang pemerintah atau bukan dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen atau arsip serta pelaksanaannya.