

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Waralaba Mr. Cuki. Sedangkan subjek yang diteliti adalah *stakeholder* dari Mr. Cuki *Outlet* Cabang Yogyakarta.

B. Jenis Data

Menurut Hasan (2002) data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lengkap. Data primer didapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer ini antara lain:

1. Catatan hasil wawancara.
2. Hasil observasi lapangan.
3. Data-data mengenai informan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti didalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik:

1. Observasi

Merupakan salah satu teknik pengumpulan data termasuk dalam metode penelitian kualitatif. Observasi merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran *riil* suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian Guba & Lincoln, (1981).

2. Wawancara (*Interview*)

Proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian Emzir, (2010). Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.

3. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi yang diperoleh dalam penelitian ini lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat,

catatan harian, arsip foto, hasil rapat, rekaman. Data yang diperoleh dalam bentuk dokumentasi seperti di gunakan untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam atau yang akan datang. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna Faisal, (1990).

D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan *Snowball Sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang sampel, tetapi karena dengan dua orang sampel ini belum merasa lengkap atau belum dapat menjawab masalah terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sampel sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak.

Dalam teknik pengambilan sampel peneliti melakukan pengumpulan data melalui beberapa *stakeholder* atau pihak yang terkait dalam rantai pasok Waralaba Mr. Cuki yaitu sebagai berikut :

1. Nelayan

Informan pertama adalah nelayan yaitu orang pertama yang melakukan kegiatan penangkapan Cumi sebagai bahan baku utama waralaba Mr. Cuki sampai menjual ke pengepul.

2. Pengepul

Informan kedua adalah pengepul Cumi, pengepul ini biasa kita sebut dengan nama tengkulak atau penadah. Pengepul Cumi ini adalah mereka yang menampung Cumi dari nelayan.

3. *Franchisor* (Perusahaan Waralaba)

Informan ketiga adalah *Franchisor* atau perusahaan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk mendistribusikan satu produk/jasa menggunakan merek, logo dan sistem operasi yang dimilikinya. dalam, peneliti akan mencari data dari perusahaan Waralaba dengan langsung mewawancarai ke pusat yang berada di Semarang.

4. *Franchisee* (Pewaralaba)

Informan keempat adalah *Franchisee* atau pewaralaba sekaligus pengelola *Outlet* yang diberikan hak oleh perusahaan Waralaba dengan cara membeli hak tersebut untuk area dan periode tertentu, peneliti akan mencari data dari para pewaralaba dengan langsung mewawancarai ke *Outlet* yang berada di Jogja.

5. Konsumen

Informan kelima adalah konsumen yang membeli produk waralaba Mr. Cuki, Konsumen disini adalah sebagai pihak yang paling penting bagi keberlanjutan setiap usaha.

E. Istilah Yang Digunakan Dalam Penelitian

1. Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses penilaian berdasarkan standar objektif atau juga pengumpulan dan menyajikan informasi mengenai objek yang dikumpulkan sehingga dapat berguna untuk mempertimbangkan alternatif-alternatif di dalam pengambilan keputusan Badrujaman (2009). Wrihstone, dkk (1956) mendefinisikan evaluasi sebagai perkembangan atau penaksiran akan perubahan dan kemajuan menuju arah sasaran nilai yang telah ditentukan. menurut Wirawan (2006) evaluasi adalah proses mengumpulkan dan menyajikan informasi mengenai objek informasi, menilainya dengan standar evaluasi dan hasilnya dipergunakan untuk mengambil keputusan mengenai objek evaluasi.

2. Rantai Pasokan

Definisi rantai pasokan menurut Pujawan (2010) manajemen rantai pasokan adalah cara atau pendekatan interaktif untuk mengatur aliran produk, informasi, dan uang secara terintegrasi yang melibatkan pihak-pihak dari hulu ke hilir yang terdiri dari *supplier*, pabrik, jaringan distribusi maupun jasa-jasa pendukung. Menurut Hamdala, Azlia, & Swara (2017) Manajemen rantai pasok merupakan rangkaian proses pendekatan yang mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang dan toko secara efektif agar persediaan barang yang diproduksi dan didistribusikan pada jumlah yang sesuai, ke lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat sehingga dapat mengefisienkan biaya keseluruhan.

3. *Franchise* (waralaba)

Waralaba adalah dimana salah satu pihak yang diberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki suatu pihak dengan suatu imbalan berdasarkan perjanjian dan syarat yang telah ditetapkan pihak yang bersangkutan, dalam rangka penyediaan atau penjualan barang atau jasa Burhanuddin, (2009).

4. *Stakeholder*

Definisi *stakeholder* menurut Freeman & McVea (2001) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kepentingan pencapaian tujuan organisasi.

F. Uji Kualitas Penelitian Kualitatif

Data yang diperoleh melalui penelitian kualitatif, merupakan penelitian yang memberikan wawasan dan pengertian mengenai seperangkat masalah Amirullah, (2013).

Berikut yang dilakukan peneliti dalam uji validitas pada penelitian kualitatif Waralaba Mr. Cuki:

1. Uji Kredibilitas ini dilakukan dengan peningkatan ketelitian melalui pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Sehingga melalui proses ini, diharapkan data dan urutan peristiwa dapat dilaporkan secara pasti dan sistematis.
2. Uji Dependabilitas dan Konfirmabilitas dilakukan dengan cara audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Pengujian dapat dilakukan oleh

auditor dependen atau pembimbing terhadap keseluruhan aktivitas penelitian dalam melakukan penelitian. Sedangkan pengujian konfirmabilitas dilakukan agar penelitian ini dapat dikatakan obyektif dan disepakati oleh banyak orang. Pengujian ini dilakukan dengan tanya jawab kepada beberapa responden penelitian

3. Triangulasi adalah kegiatan pengumpulan data sekaligus pengujian terhadap kredibilitas data yang dihimpun dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber yang harapannya dapat membuktikan keabsahan data yang diteleti. Triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu dengan melakukan *cross check* data dari hasil wawancara. Tohirin, (2012) didalam penelitian kualitatif (Fajarwati & Fauziyah, 2015)

G. Analisis Data

1. Analisis Konten Kualitatif

Metode analisis konten merupakan analisis ilmiah terkait isi pesan yang diperoleh peneliti dalam suatu komunikasi untuk menganalisis makna pesan dengan cara mengungkapkan pesan. Menurut Krippendorff (2004) analisis isi merupakan sebuah analisis yang digunakan untuk melihat semua karakteristik dari pesan yang disampaikan, baik sebuah pesan yang tampak ataupun yang tidak kelihatan. Analisis isi digunakan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa campur tangan dari peneliti, Eriyanto (2011). Analisis isi ini dibuat untuk merangkum dan dibuat untuk menggambarkan karakteristik dari suatu isi

atau pesan. Analisis isi selalu melibatkan kegiatan menghubungkan atau membandingkan penemuan dengan beberapa kriteria atau teori. Data yang terkumpul melalui wawancara selanjutnya akan dianalisis melalui tahapan di bawah ini:

- a. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara. Data yang sudah terkumpul selanjutnya akan dikelompokkan berdasarkan kode yang ada.
- b. Editing semua data yang terkumpul dengan tujuan memeriksa kelengkapan data dan menerjemahkan sesuai dengan tujuan penelitian.
- c. *Coding* dilakukan untuk data wawancara yang akan dianalisis melalui program komputer. Data akan dikelompokkan menjadi unit yang lebih kecil, sehingga lebih mudah untuk menganalisisnya.
- d. Pengolahan data, akan melalui dua tahapan sebagai berikut:
 - 1) *Entry* data, yaitu memasukkan data dalam proses tabulasi.
 - 2) *Editing* ulang terhadap data yang telah ditabulasi untuk mencegah terjadinya kekeliruan memasukkan data atau penempatannya dalam kolom maupun baris tabel.

2. Analisis *Fishbone*

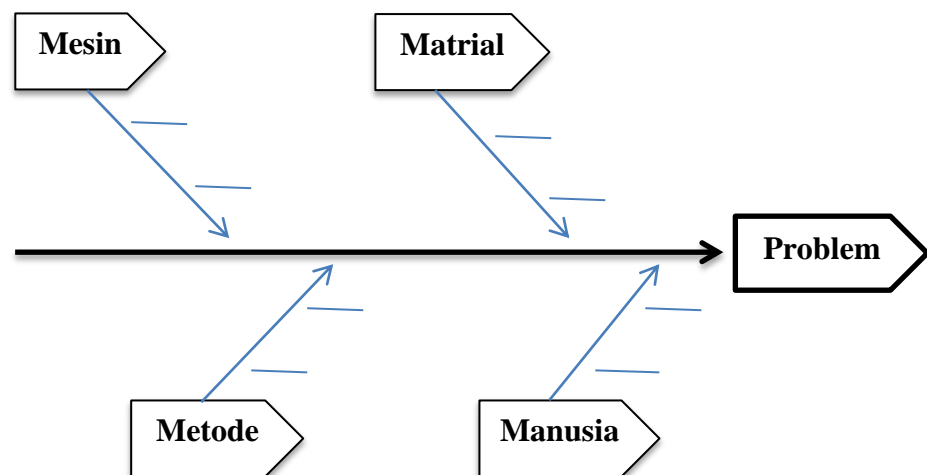
Analisis *fishbone* adalah salah satu teknik yang efektif dalam membantu peneliti untuk mengidentifikasi permasalahan, dengan menganalisis penyebab-penyebab masalah yang terjadi. Analisis *fishbone* dalam grafik penyajiannya yang menyerupai tulang ikan ditemukan oleh

Ishikawa, ahli manajemen kualitas dari Jepang. Menurut Prihantoro (2012) kegunaan dari diagram *fishbone* adalah menganalisis sebab dan akibat suatu masalah, menentukan penyebab permasalahan, dan menyediakan tampilan yang jelas untuk mengetahui sumber-sumber variasi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan diagram *fishbone* untuk menganalisis permasalahan secara jelas dengan mencatat semua faktor yang mempengaruhi dalam rantai pasokan Waralaba Mr. Cuki *Outlet* Cabang Yogyakarta. Diagram *Fishbone* membentuk cabang-cabang menuju sumber permasalahan yang ada. Diagram *fishbone* dapat membantu peneliti untuk menganalisis permasalahan secara keseluruhan (*holistic*) membentuk cabang-cabang menuju sumber permasalahan, sehingga permasalahan terlihat lebih jelas dan permasalahan kecil yang dapat berkontribusi kepada hal yang lebih besar dapat teridentifikasi. Dengan mengetahui permasalahan secara menyeluruh, dapat memudahkan peneliti untuk mengambil langkah atas penyebab permasalahan terjadi. Berikut langkah-langkah dalam membuat diagram *fishbone* :

- a. Menentukan permasalahan spesifik yang akan dibahas.
- b. Menentukan karakteristik dari problem tersebut dan jadikan hal tersebut adalah tulang belakang (*backbone*) dari diagram *fishbone*.
- c. Menentukan penyebab utama dari permasalahan tersebut. Bagi dalam kategori, seperti: manusia (*man*), mesin (*machine*), sumber daya (*material*), metode (*method*) dan sebagainya. Letakkan sebab-sebab tersebut di *large bone* yang ada di *backbone*.

- d. Di setiap penyebab utama, analisislah hal-hal yang berkontribusi kepada penyebab utama tersebut dan letakkan penyebab tersebut di *middle bones*
- e. Menganalisis kembali dan mendefinisikan penyebab-penyebab yang ada di *middle bones* dan kemudian letakkan di *small bones*.
- f. Melakukan *crooscheck* kembali keseluruhan permasalahan yang sudah didapat dan membuat kesimpulan atas permasalahan tersebut.
- g. Dalam pembuatan diagram *fishbone* diupayakan pencarian penyelesaian suatu masalah dengan mengumpulkan gagasan dari berbagai pihak seperti manajer, karyawan, konsumen dan pihak lain yang terkait, sehingga penjabaran sumber permasalahan dapat disimpulkan dengan baik.



Sumber : Haizer & Render (2011)

Gambar 3. 1 Diagram *Fishbone*

Diagram *fishbone* dapat menggambarkan sebab dan akibat dalam suatu permasalahan yang terjadi, sehingga dapat membantu

peneliti untuk mencari akar penyebab yang sedang terjadi khususnya di waralaba Mr. Cuki. Kepala ikan menunjukkan akibat permasalahan sedangkan tulang ikannya diisi dengan sebab-sebab sesuai permasalahan dalam hal ini sebab terjadi dari manusia, mesin, metode dan material.

Banyaknya ragam variable yang berpotensi menyebabkan munculnya permasalahan. Apabila masalah dan penyebab sudah dapat diketahui maka tindakan dan langkah pembaruan dan perbaikan lebih mudah di selesaikan oleh peneliti seterusnya dapat membantu memberikan solusi kepada pemilik waralaba Mr. Cuki.

