

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian mengenai peran *electronic word of mouth* (e-WoM) dalam usaha kecil kuliner ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus, yang mempelajari dan memahami sebuah kasus yang lebih spesifik dan dimana peneliti bertindak sebagai pengamat yang menganalisis *why* dan *how* dari suatu kasus (Muhammad Bahrudin. 2012). Fitrah & Luthfiah (Moleong. 2017:44) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain - lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sedangkan jenis pendekatan studi kasus merupakan metode penelitian kualitatif yang mengkaji fenomena di masyarakat, dilakukan secara mendalam untuk memperelajari latar belakang, keadaan, dan interaksi yang terjadi (Hermawan, Hary. 2018).

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan jenis studi kasus karena ingin meninjau dan memahami lebih dalam mengenai proses dan kegiatan yang dilakukan konsumen dan pelaku bisnis atas topik dari penelitian ini yaitu *electronic word of mouth* dalam usaha kecil kuliner.

B. Partisipan dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan studi kasus terdapat istilah untuk subyek penelitian yaitu partisipan, partisipan itu

merupakan merujuk pada individu-individu yang menjalin hubungan kerjasama dengan peneliti, berkontribusi dalam pengambilan keputusan pada riset, serta menyampaikan kepada peneliti mengenai hal-hal yang mereka ketahui atau alami (De Poy & Gitlin, 2015).

Partisipan dalam penelitian ini yaitu terarah kepada dua *stakeholder* usaha kecil kuliner yaitu konsumen dan pelaku atau pemilik usaha kecil kuliner tersebut. Pada setiap partisipan tersebut harus memiliki sifat substansi atau *key point* yang relevan dengan pembahasan yang ingin diteliti oleh penulis, dalam rangka mempermudah penulis untuk mendapatkan data akurat dan efektif dalam hal pengolahan data tersebut.

Untuk itu sifat substansi atau *key point* yang dimiliki oleh partisipan harus ditentukan dengan jelas, dengan itu penulis menentukan sifat substansi atau *key point* dari partisipan konsumen dan pelaku atau pemilik usaha kecil kuliner.

Sifat substansi atau *key point* yang harus dimiliki oleh partisipan dari konsumen sebagai berikut :

1. Partisipan konsumen yang tidak mengetahui usaha kecil kuliner tersebut dari e-WoM.
2. Partisipan konsumen yang telah mengetahui usaha kecil kuliner tersebut dari e-WoM

Serta sifat substansi atau *key point* yang harus dimiliki oleh partisipan dari pelaku usaha kecil kuliner sebagai berikut :

1. Partisipan pelaku usaha kecil kuliner merupakan pemilik, atau karyawan yang memiliki jabatan dan atau spesifikasi pekerjaan yang relevan dalam usaha kecil kuliner tersebut

2. Usaha kecil kuliner yang ditentukan harus sesuai dengan kriteria usaha kecil yang telah dipaparkan

3. Untuk usaha kuliner waralaba / *franchise*, hanya terkait pada usaha kuliner mitra dari usaha waralaba / *franchise* tersebut. Bukan pada usaha kuliner yang dimiliki sepenuhnya oleh pemilik waralaba / *franchise* tersebut (Asosiasi Franchise Indonesia)

Dari sifat substansi atau *key point* dari partisipan yang telah ditentukan diatas merupakan klasifikasi partisipan yang harus dipenuhi guna data yang diperoleh merupakan data relevan dan terfokus. Namun untuk jumlah pada setiap partisipan, mengikuti tingkat kejenuhan dari data, yang berarti bahwa tidak diperoleh lagi informasi baru dari partisipan. Seperti yang dikemukakan oleh Dibley (2011) yaitu lebih baik mengutamakan data yang didapat telah berkualitas dan berkuantitas yang pas atau baik.

Tempat dilakukannya penelitian ini yaitu berada di Kecamatan Kelapa Dua. Kecamatan Kelapa Dua merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Tangerang, Banten. Kecamatan Kelapa Dua memiliki luas 27,06 km², yang terdiri dari 5 kelurahan dan 1 desa.

C. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data baik itu berasal dari sumber data primer maupun sumber data sekunder untuk keperluan penelitian. Utama & Mahadewi (2012: 82) menyatakan bahwa data primer dapat disebut juga data tangan pertama atau data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian atau responden dengan menggunakan alat bantu pengambilan data. Sedangkan data sekunder merupakan data tangan kedua yang diperoleh

tidak langsung oleh peneliti, biasanya berupa data dokumentasi atau laporan yang sudah tersedia.

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara. Sedangkan data sekundernya ialah dengan kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Berikut akan dibahas lebih lanjut mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini:

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2012: 308). Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yakni dengan teknik:

a. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi partisipannya (Afifuddin & Saebani, 2009: 131). Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur yang dimana sebelum dilakukannya wawancara, penulis menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis sebagai pedoman.

Menurut Sugiyono (2012: 318), wawancara terstruktur digunakan bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh dan dengan wawancara terstruktur ini setiap informan diberi pertanyaan yang sama kemudian peneliti mencatatnya. Adapun alat bantu atau instrumen penelitian saat

melakukan wawancara yakni menggunakan pedoman wawancara.

Menurut Rifai (2019: 63) menyebutkan bahwa pedoman wawancara digunakan agar wawancara yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan mengingatkan interviewer atau peneliti mengenai aspek-aspek yang harus dibahas. Pada Partisipan dalam penelitian ini ialah konsumen yang sudah mengetahui e-WoM dan belum mengetahui e-WoM, lalu pemilik dan atau karyawan struktural jabatan pada usaha kecil kuliner tersebut, yang di mana usaha kecil kuliner tersebut masih pada daerah kawasan Kecamatan Kelapa Dua.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dimana peneliti tidak langsung bertanya kepada responden. Menurut Sugioyono (2010:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi seperangkat pertanyaan dan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

Pada penelitian ini menggunakan jenis kuesioner setengah terbuka, yang dimana memberikan alternative pilihan jawaban kepada responden untuk menjawab dari kalimatnya sendiri. Serta kuesioner ini berbentuk *open-ended question*, yang pertanyaan-pertanyaan itu mengarah untuk mencari tahu lebih dalam mengenai hal-hal yang menjadi pertimbangan responden / partisipan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun perorangan (Anggito & Setiawan, 2018: 255). Pelaksanaan dokumentasi dinyatakan oleh Kristanto (2018: 64) ialah dengan cara mengumpulkan dokumen yang telah ada dan merupakan arsip-arsip yang terdapat pada suatu instansi. Dokumentasi pada penelitian ini adalah foto dan gambar dari e-WoM pada media internet serta dokumen-dokumen yang terkait dengan penanggulangan dan atau strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka menurut Djiwandono (2015: 27) adalah pencarian dan pengkajian beberapa sumber pustaka (yang umumnya terdapat di perpustakaan) yang berkaitan dengan variabel utama topik sebuah penelitian. Studi pustaka dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data yang didapatkan dari jurnal, karya ilmiah serta buku-buku yang membahas tentang *electronic word of mouth*.

2. Pedoman Pengumpulan Data

Afifuddin & Saebani (2009: 132) mengemukakan bahwa dalam mengumpulkan data ada alat bantu/instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Maka disusunlah dimensi serta indikator dari setiap variabelnya terlebih dahulu agar memudahkan pada saat pengumpulan serta membantu menentukan instrumen penelitiannya. Berikut terdapat pedoman pengumpulan data pada penelitian ini:

TABEL 2
PEDOMAN PENGUMPULAN DATA

Fokus	Tema	Dimensi	Indikator	Pertanyaan
<i>Electronic Word of Mouth</i>	<i>Pada konsumen</i>	Anteseden e-WoM	<i>Satisfaction</i>	a. Apakah produk & pelayanan cukup memuaskan?
			<i>Loyalty</i>	a. Setelah merasakan, Apakah anda ingin kembali lagi?
			<i>Commitment</i>	a. Adakah upaya anda untuk tetap datang kembali?
				b. Apakah upaya anda?
		<i>Trust</i>	a. Apa anda percaya bila datang kembali akan mendapatkan pengalaman yang sama?	
		Motivasi mengirim e-WoM	<i>Altruisme</i>	a. Bila anda memiliki pengalaman yang baik/buruk, apakah anda ingin orang lain juga merasakan hal yang sama?
				b. Bila perusahaan meminta anda untuk memberikan ulasan, apakah anda akan melakukannya?
			<i>Self-enhancement</i>	a. apakah ada perasaan lebih baik, jika ulasan anda berguna untuk orang lain?
				b. Mengapa anda ingin memberikan ulasan?
			<i>Ventings feeling</i>	a. Jika anda mendapatkan pengalaman yang baik/buruk, apakah dengan membagikan ulasan akan membuat perasaan anda lebih baik/buruk?
			<i>Social Benefits</i>	a. apakah dengan memberikan ulasan, anda mendapatkan benefit dari komunitas tertentu?
			<i>Economic Incentives</i>	a. apakah dengan memberikan ulasan, anda mendapatkan keuntungan?
		b. apakah anda memanfaatkan ulasan ini, sebagai mata pencaharian anda?		
		Motivasi menerima e-WoM	<i>Risk Reduction</i>	a. apakah dengan melihat ulasan, anda merasa aman untuk membeli produk&jasa tersebut?
<i>Social Approval</i>	a. apakah anda pernah meminta atau melihat pendapat orang terhadap produk&jasa yang anda ingin beli?			

			<i>Reduction of Searching time and effort</i>	a. apakah anda merasa dengan melihat ulasan, akan mempercepat anda dalam pengambilan keputusan?
				b. apakah dengan melihat ulasan, akan mengurangi usaha anda dalam pengambilan keputusan?
			<i>Getting Product (usage) Information</i>	a. apakah anda mendapatkan informasi yang anda inginkan dalam ulasan?
				b. apakah mendapatkan gambaran tepat ?
	Pada pelaku usaha	Managing e-WoM	<i>Paying attention to e-Wom</i>	a. apa saja <i>platform</i> yang biasa digunakan konsumen untuk melakukan ulasan?
				b. Informasi apa saja yang didapat dari ulasan konsumen?
				c. apa saja yang dilakukan perusahaan dalam melihat ulasan dari konsumen?
				d. Bila ulasan konsumen dibalas, seberapa cepat perusahaan membalas ulasan konsumen?
			<i>E-WoM Responses Strategi</i>	a. apakah ada strategi khusus yang dilakukan oleh perusahaan?
				b. apakah perusahaan mengatasi ulasan positif dan negatif dari konsumen?
<i>Capturing and Analyzing e-WoM</i>	a. bagaimana perusahaan mendapatkan dan menganalisa ulasan konsumen			
	b. apa hasil yang diterapkan perusahaan?			

Sumber: Olahan Penulis dari Buku e-WoM in The Marketing Context

D. Analisis Data

Analisis data berdasarkan Bogdan dalam Sugiyono (2013: 334) ialah proses mencari data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan lain-lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data Miles and Huberman model interaktif yang ditunjukkan pada gambar berikut:

Berdasarkan gambar diatas, setelah penulis mengumpulkan data maka selanjutnya ialah menganalisis data dengan melakukan reduksi data, kemudian melakukan penyajian data dan penarikan kesimpulan, tahapannya akan lebih rinci dijelaskan sebagai berikut:

a) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data diperoleh dari berbagai sumber serta dilakukan sehari-hari atau bahkan berbulan-bulan sehingga data yang diperoleh peneliti sangat banyak (Sugiyono, 2013: 333). Pengumpulan data ini bisa dilakukan ketika penulis sedang melakukan reduksi data atau penyajian data karena jika masih merasa terdapat data yang kurang maka bisa dilakukan pengumpulan data lagi ke lapangan. Pengumpulan data ini seperti yang sudah dijelaskan diatas yaitu dengan wawancara dan dokumentasi.

b) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan kepada hal yang penting, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian

rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Sugiyono, 2013: 338). Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data yang belum lengkap.

Pada penelitian ini, data hasil wawancara dari konsumen dan pelaku usaha akan direduksi dengan tujuan menajamkan data hasil wawancara yang diperoleh. Reduksi data dilakukan dengan menyesuaikan hasil wawancara dengan setiap indikator yang ada pada pedoman pengumpulan data sehingga memudahkan penulis untuk mengetahui fokus bahasan.

c) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dapat berbentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya sehingga data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2013: 341). Pada penelitian ini, penyajian data berupa teks narasi, tabel dan gambar.

d) Penarikan Kesimpulan (*Conclusions: Drawing/Verifying*)

Penarikan kesimpulan dianggap kredibel jika didukung oleh buktibukti yang konsisten dan valid ketika pengumpulan data di lapangan yang telah dilakukan peneliti sebelumnya (Sugiyono, 2013: 345). Penarikan kesimpulan di dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat apakah kondisi di lapangan sesuai dengan teori katakana atau malah berbeda.

E. Pengujian Keabsahan Data

Sugiyono (2010: Hal 121) menjelaskan bahwa uji keabsahan data dalam

penelitian meliputi uji, *credibilitas* (validitas internal), *transferability* (validitas external), *dependability* (reliabilitas) dan *confirmability* (objektivitas). Namun dalam penelitian ini menggunakan pengujian *credibilitas* (validitas internal) yaitu:

1) Triangulasi

Triangulasi berdasarkan Afifuddin & Saebani (2009: 143) merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Sugiyono (2012: 369) menyebutkan bahwa triangulasi dapat diartikan juga sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara atau teknik atau metode dan berbagai waktu.

Untuk memenuhi keabsahan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (informan). Dengan triangulasi sumber, penulis dapat mengecek kebenaran informasi yang telah disampaikan informan tersebut. Sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik atau metode yang berbeda.

Data dalam penelitian ini, data diperoleh dengan wawancara lalu data ditanyakan kembali kepada partisipan untuk mendalami dan memastikan kembali bahwa partisipan mengatakan yang sebenarnya.

F. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian dimulai dari penyusunan TOR pada bulan Januari 2020 sampai penyusunan skripsi pada bulan Juli 2020, yang disajikan pada tabel

berikut:

TABEL 3
JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Penyusunan TOR							
2	Penyusunan Usulan Penelitian							
3	Seminar Usulan Penelitian							
4	Perbaikan Usulan Penelitian							
5	Pengumpulan Data							
6	Analisis Data							
7	Penyusunan Skripsi							
8	Sidang Skripsi							