



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 221-229

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Swot Pada Food Court Batu 9 Kota Tanjungpinang: Strategi Inovasi Dalam Menarik Pelanggan

Afriyadi<sup>1✉</sup>, Nadia Vega<sup>2</sup>, Roland Dika Afrili<sup>3</sup>, Wisnu Adi Nugroho<sup>4</sup>, Yulisa Andriany<sup>5</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan

Email: [afriyadiardi@gmail.com](mailto:afriyadiardi@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) pada Food Court Batu 9 di Kota Tanjungpinang, serta merumuskan strategi inovasi yang dapat digunakan untuk menarik pelanggan. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, melalui wawancara dengan pengunjung dan wawancara mendalam dengan pemilik tenant. Hasil analisis menunjukkan bahwa Food Court Batu 9 memiliki beberapa kekuatan, seperti keberagaman menu yang menarik dan lokasi strategis yang mudah diakses oleh pelanggan. Namun, terdapat kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti kurangnya promosi efektif dan variasi dalam kualitas layanan antar tenant, yang dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk meningkatnya tren makanan sehat di kalangan masyarakat dan potensi untuk menyelenggarakan event kuliner yang menarik. Di sisi lain, ancaman yang dihadapi meliputi persaingan yang ketat dengan banyaknya food court dan restoran di sekitar, serta perubahan selera konsumen yang cepat. Berdasarkan hasil analisis ini, strategi inovasi yang direkomendasikan meliputi pengembangan menu sehat, peningkatan pemasaran digital, dan penyelenggaraan event khusus. Implementasi strategi-strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Food Court Batu 9 dan memperkuat posisinya di pasar kuliner.

Kata Kunci : *Analisis SWOT, Inovasi, Food Court Batu 9*

## Abstract

This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of the Batu 9 Food Court in Tanjungpinang City, as well as to formulate innovation strategies that can be used to attract customers. The method used is descriptive analysis with a qualitative approach, through interviews with visitors and in-depth interviews with tenant owners. The results of the analysis show that the Batu 9 Food Court has several strengths, such as a diverse and appealing menu and a strategic location that is easily accessible to customers. However, there are weaknesses that need to be addressed, such as the lack of effective promotion and variations in service quality among tenants, which can affect the overall customer experience. Opportunities that can be leveraged include the increasing trend of healthy eating among the public and the potential to hold interesting culinary events. On the other hand, threats include intense competition with numerous food courts and restaurants in the area, as well as rapid changes in consumer preferences. Based on these findings, recommended innovation strategies include developing healthy menu options, enhancing digital marketing, and organizing special events. The implementation of these strategies is expected to increase the appeal of the Batu 9 Food Court and strengthen its position in the culinary market.

Keywords: *SWOT Analysis, Innovation, Batu 9 Food Court*

## PENDAHULUAN

Food court telah menjadi salah satu model bisnis yang semakin diminati dalam industri kuliner, terutama di daerah perkotaan. Dengan menyediakan berbagai pilihan makanan dari berbagai jenis masakan dalam satu lokasi, food court memberikan kenyamanan bagi pengunjung yang ingin merasakan beragam kuliner tanpa perlu berpindah tempat. (Habermas, 1991) menjelaskan pentingnya ruang publik dalam membangun komunitas. Foodcourt berfungsi sebagai ruang publik di mana orang berkumpul, berinteraksi, dan berbagi pengalaman, hal ini akan menciptakan ikatan sosial yang kuat di antara pengunjung.

Food Court Batu 9 di Kota Tanjungpinang merupakan salah satu contoh yang berhasil menarik perhatian masyarakat sebagai destinasi kuliner. Keberadaannya menawarkan pengalaman bersantap yang unik, sekaligus memberi kesempatan bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk memperkenalkan produk mereka.

Kota Tanjungpinang, sebagai ibu kota Provinsi Kepulauan Riau, memiliki potensi yang besar dalam sektor pariwisata dan kuliner. Dengan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat dan meningkatnya jumlah wisatawan, kebutuhan akan tempat makan yang bervariasi dan berkualitas semakin tinggi. Namun, seiring dengan pertumbuhan ini, muncul tantangan yang signifikan. Persaingan di industri makanan semakin ketat, baik dari restoran independen maupun food court lainnya. Banyaknya pilihan yang tersedia membuat pelanggan lebih selektif dalam memilih tempat makan, sehingga Food Court

Batu 9 harus beradaptasi untuk tetap relevan dan menarik. Salah satu cara untuk menghadapi tantangan ini adalah melalui strategi inovasi. Inovasi dalam menu, layanan, dan pengalaman pelanggan menjadi kunci untuk menarik lebih banyak pengunjung. Namun, untuk merumuskan strategi inovasi yang efektif, penting untuk memahami kondisi saat ini dari Food Court Batu 9, termasuk kekuatan dan kelemahan yang ada, serta peluang dan ancaman yang dihadapi.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi inovasi yang dapat diterapkan oleh Food Court Batu 9 dalam upaya menarik pelanggan. Melalui analisis yang mendalam, diharapkan dapat ditemukan langkah-langkah konkret yang dapat meningkatkan daya saing food court ini di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola Food Court Batu 9 serta pelaku usaha lainnya di sektor kuliner untuk memperkuat posisi mereka di pasar.

Analisis SWOT merupakan alat yang sangat berharga dalam merumuskan strategi, dan pemahaman dari beberapa ahli menunjukkan bahwa pendekatan ini harus digunakan secara komprehensif. Menurut (Mintzberg, 1993) analisis SWOT perlu diintegrasikan dengan analisis lingkungan eksternal dan internal untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan realistis. Mengintegrasikan analisis SWOT dengan berbagai teori dan model lain dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam, membantu organisasi untuk lebih efektif memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengejar peluang, dan menghindari ancaman. (George Panagiotou, 2003) menekankan bahwa analisis SWOT harus digunakan untuk mengarahkan perhatian organisasi pada faktor-faktor kunci yang dapat memengaruhi strategi bisnis. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat lebih fokus dalam mengembangkan strategi yang relevan dan berorientasi pada hasil. Sebagai hasilnya, analisis SWOT tidak hanya berfungsi sebagai alat diagnostik tetapi juga sebagai panduan strategis yang penting dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi.

Kekuatan (Strength), Kekuatan adalah atribut internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Ini mencakup sumber daya, kemampuan, dan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan. (Kotler & Keller, 2016) berpendapat kekuatan harus diidentifikasi dan dimanfaatkan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan meningkatkan daya saing. Kelemahan (Weaknesses), Kelemahan adalah faktor internal yang dapat menghambat kinerja dan pertumbuhan organisasi. Ini bisa mencakup keterbatasan sumber daya, kekurangan dalam kemampuan tertentu, atau masalah dalam struktur organisasi. Mengidentifikasi kelemahan sangat penting agar perusahaan dapat

mengambil langkah-langkah perbaikan. (George Panagiotou, 2003) menekankan pentingnya mengidentifikasi kelemahan agar organisasi dapat mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja. Peluang (Opportunities), Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk pertumbuhan dan keberhasilan. Ini bisa mencakup tren pasar, perubahan regulasi, atau perkembangan teknologi yang dapat memberikan keuntungan. Menurut (Ghazinoory et al., 2011)

Peluang harus dianalisis secara mendalam untuk merumuskan strategi yang dapat memanfaatkan kondisi pasar yang menguntungkan. Ancaman (Threat), Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat merugikan organisasi. Ini bisa termasuk persaingan yang meningkat, perubahan kebijakan pemerintah, atau kondisi ekonomi yang tidak stabil. Memahami ancaman membantu perusahaan untuk merencanakan mitigasi risiko. (Porter, 1990) berpendapat memahami ancaman dari pesaing dan faktor eksternal lainnya adalah kunci untuk merumuskan strategi yang dapat mengurangi risiko dan meningkatkan daya saing. Inovasi dalam bisnis kuliner adalah elemen kunci untuk mempertahankan daya saing dan menarik perhatian konsumen dalam pasar yang semakin kompetitif. Di tengah perubahan preferensi konsumen, kemajuan teknologi, dan dinamika pasar, bisnis kuliner harus mampu beradaptasi dan berinovasi. Strategi inovasi dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari produk hingga proses, serta pemasaran dan layanan. Dalam penjelasan ini, kita akan membahas berbagai pendekatan strategi inovasi yang dapat diterapkan dalam bisnis kuliner.

Inovasi produk merupakan langkah fundamental dalam bisnis kuliner. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang, bisnis kuliner harus secara aktif mengembangkan menu baru atau memperbaiki produk yang sudah ada. Hal ini mencakup pengenalan rasa baru, penggunaan bahan-bahan berkualitas, dan adaptasi terhadap tren diet yang sedang populer, seperti makanan sehat, organik, atau nabati. Ketika menciptakan inovasi produk, penting bagi bisnis untuk melakukan riset pasar yang mendalam. Melalui riset ini, perusahaan dapat mengidentifikasi apa yang dicari oleh konsumen dan bagaimana mereka dapat memenuhi permintaan tersebut. Selain itu, inovasi produk tidak hanya terbatas pada penambahan menu baru, tetapi juga dapat mencakup pengembangan produk yang lebih ramah lingkungan atau berkelanjutan. Inovasi proses berfokus pada peningkatan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Dalam bisnis kuliner, proses yang efisien sangat penting untuk menjaga kualitas layanan dan mengurangi waktu tunggu pelanggan. Dengan menerapkan teknologi terkini, seperti perangkat lunak manajemen restoran atau sistem

pemesanan online, bisnis dapat mempercepat proses penyajian dan meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini sesuai dengan pendapat (Castillo-Vergara et al., 2021) penerapan teknologi baru, seperti otomatisasi dan digitalisasi, dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas produk, serta menciptakan pengalaman baru bagi pelanggan.

Penerapan sistem dapur yang efisien juga merupakan bagian dari inovasi proses. Ini mencakup pengaturan alur kerja yang lebih baik, penggunaan peralatan modern, atau bahkan penerapan teknik memasak baru yang dapat meningkatkan kualitas makanan. Selain itu, pelatihan staf secara teratur untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka juga merupakan aspek penting dari inovasi proses. Inovasi pemasaran adalah strategi yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen dan membedakan diri dari pesaing. Di era digital, pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital menjadi semakin penting. (Christensen, 1997) berpendapat bahwa bisnis kuliner perlu mengidentifikasi dan mengadopsi teknologi baru yang dapat menggantikan metode tradisional. Bisnis kuliner harus mampu beradaptasi dengan tren pemasaran yang terus berubah, termasuk penggunaan influencer, konten visual yang menarik, dan kampanye pemasaran berbasis pengalaman.

Salah satu pendekatan inovatif dalam pemasaran adalah menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui acara khusus, kelas memasak, atau kolaborasi dengan chef terkenal. Pengalaman-pengalaman ini tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Selain itu, penting bagi bisnis untuk memanfaatkan data analitik untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Inovasi layanan berfokus pada peningkatan pengalaman pelanggan melalui layanan yang lebih baik. Dalam bisnis kuliner, pengalaman pelanggan sangat dipengaruhi oleh interaksi dengan staf dan suasana restoran. Oleh karena itu, penting untuk melatih staf agar memiliki keterampilan layanan pelanggan yang baik. Staf yang terlatih dengan baik tidak hanya akan memberikan layanan yang efisien tetapi juga menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan.

Selain itu, pengembangan sistem layanan yang inovatif, seperti layanan antar makanan yang cepat dan efisien, juga merupakan bagian dari inovasi layanan. Dengan meningkatnya permintaan untuk layanan antar, bisnis kuliner harus mampu memenuhi kebutuhan ini dengan cara yang efektif dan responsif. Menciptakan suasana restoran yang nyaman dan menarik juga merupakan aspek penting, karena hal ini dapat meningkatkan pengalaman bersantap pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali.

Inovasi berkelanjutan adalah pendekatan yang berfokus pada praktik ramah lingkungan dan sosial dalam operasional bisnis. Dalam konteks kuliner, ini mencakup penggunaan bahan lokal, pengurangan limbah, dan keberlanjutan dalam produksi makanan. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen tentang isu-isu lingkungan, bisnis kuliner yang menerapkan praktik berkelanjutan dapat menarik pelanggan yang peduli dengan keberlanjutan.

Implementasi inovasi berkelanjutan juga dapat mencakup pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pengelolaan limbah makanan yang lebih baik, serta mendukung pertanian lokal. Mengadopsi praktik berkelanjutan tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan tetapi juga dapat meningkatkan citra merek dan daya tarik bagi konsumen yang semakin peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan dari pilihan mereka.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan data yang mendalam dan komprehensif mengenai Food Court Batu 9 di Kota Tanjungpinang. (Sharan B. Merriam & Elizabeth J. Tisdell, 2016) berpendapat bahwa pendekatan kualitatif berfokus pada pemahaman makna dan pengalaman individu dalam konteks sosial mereka, metode ini sangat berguna untuk menghasilkan wawasan yang mendalam tentang perilaku, interaksi, dan pengalaman manusia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik tenant, serta wawancara dengan pengunjung. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Pemilihan informan berdasarkan lamanya tenant berjualan di foodcourt dan pengunjung yang sedang berkunjung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kekuatan (Strength)

Salah satu kekuatan utama Food Court Batu 9 adalah keberagaman menu yang ditawarkan. Terdapat berbagai jenis masakan, mulai dari makanan lokal, internasional, hingga makanan ringan. Hal ini memberikan pilihan yang luas bagi pengunjung, sehingga dapat menarik berbagai segmen pelanggan. Hal ini dibenarkan oleh Informan A1 "kelebihan dari food court batu 9 ini adalah variasi menunya ya, banyak sekali jenis makanan yang dijual disini baik itu makanan lokal maupun internasional, sehingga menjadi salah satu destinasi jalan jalan buat keluarga". Sedangkan informan P1 mengungkapkan "Food Court ini terletak di area yang mudah diakses, Food Court Batu 9

berada di pusat keramaian Kota Tanjungpinang, lokasi ini memudahkan pengunjung untuk mengakses food court, baik dari kalangan lokal maupun wisatawan". Food court ini dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman, seperti area makan yang bersih, tempat duduk yang cukup, dan fasilitas parkir yang memadai. Fasilitas ini memberikan pengalaman positif bagi pengunjung, meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali.

Dari hasil wawancara dan observasi diatas menunjukkan bahwa Food Court Batu 9 ini memiliki keunggulan lain dibandingkan Food Court sejenis. Hal ini akan menjadi kekuatan yang harus dipertahankan dan ditingkatkan sehingga dapat unggul bersaing, seperti yang dikatakan (Kotler & Keller, 2016) perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk lingkungan fisik. Food Court, sebagai ruang publik yang ramai, mempengaruhi pilihan makanan dan keputusan konsumen, desain dan tata letak Food Court dapat memengaruhi aliran pengunjung dan pilihan makanan yang mereka buat.

#### Kelemahan (Weaknesses)

kelemahan yang signifikan pada Food Court Batu 9 adalah kurangnya strategi promosi yang efektif, Banyak pengunjung yang mungkin belum mengetahui keberadaan food court ini atau apa saja yang ditawarkan, hal ini serupa dengan apa yang disampaikan P2 "Food Court ini sepertinya kurang promosi, baik itu promosi Food Courtnya maupun promosi Makanan yang dijual, sehingga pelanggan suka tidak tau di food court ini ada jualan apa saja." Promosi yang kurang dapat membatasi pertumbuhan jumlah pengunjung. Keberhasilan Food Court Batu 9 juga sangat bergantung pada tenant yang ada, jika tenant tidak mampu menarik pelanggan atau mengelola bisnis dengan baik, hal ini dapat berdampak negatif pada reputasi food court secara keseluruhan. Wawancara dan observasi diatas menunjukkan Food Court Batu 9 mempunyai kelemahan yang akan mempengaruhi ketertarikan pelanggan ketika mengunjungi, hal ini perlu diperhatikan oleh Pihak Pengelola, Pemerintah Kota, dan Pemilik Tenant untuk segera mengatasi kelemahan yang ada.

#### Peluang (Opportunities)

Informan P3 mengungkapkan "meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat, Food Court Batu 9 dapat menambahkan pilihan menu sehat yang menarik bagi pelanggan yang peduli kesehatan, ini dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pengunjung". Hal ini bisa menjadi peluang untuk para tenant untuk mengeluarkan menu baru yang menyehatkan. Berbeda pendapat dengan informan P3, informan A1 mengungkapkan "Mengadakan festival makanan atau event kuliner lokal dapat menarik lebih banyak pengunjung, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas food court, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menarik bagi pelanggan, dan

menggendeng influencer media sosial atau food blogger untuk mempromosikan makanan dan pengalaman di Food Court Batu 9 dapat meningkatkan kesadaran dan menarik lebih banyak pengunjung, terutama dari kalangan generasi muda". Dalam era digital, menawarkan layanan pemesanan online atau delivery dapat menjadi peluang besar. Dengan meningkatnya permintaan untuk layanan pengantaran, Food Court Batu 9 dapat memperluas jangkauan pelanggan. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa penting sekali untuk Pemerintah Kota, Tenant dan Pengelola bekerja sama untuk segera mengambil keputusan terhadap peluang yang ada. Peluang yang ada ini berpotensi meningkatkan penjualan sekaligus menarik perhatian pengunjung dalam kota maupun luar kota.

#### Ancaman (Threats)

Maraknya food court dan restoran baru di sekitar Tanjungpinang menciptakan persaingan yang ketat. Hal ini mengharuskan Food Court Batu 9 untuk terus berinovasi dan menonjol di tengah banyaknya pilihan yang tersedia. Informan A2 mengungkapkan "sekarang ini makin banyak Food Court di Tanjungpinang bahkan tiap weekend selalu ada bazar, kalau Food Court Batu 9 ni mau terus bersaing bahkan mungkin bisa lebih maka harus melakukan inovasi dan melihat peluang yang ada" informan menyebutkan banyak sekali ancaman yang muncul dalam persaingan pangsa kuliner, dan perlu perhatian lebih untuk para tenant dan Pemerintah Kota. Informan A1 juga berpendapat "Ancaman lainnya adalah perubahan cepat dalam tren makanan dan preferensi konsumen dapat mempengaruhi permintaan, sehingga Food Court Batu 9 harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini agar tetap relevan". Dari ancaman yang telah diidentifikasi, penting bagi pemilik tenant, pengelola, dan pemerintah untuk mengantisipasi tantangan yang ada di Food Court Batu 9. Pemilik tenant perlu meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk bersaing, sementara pengelola harus memastikan standar kesehatan dan kebersihan yang ketat. Selain itu, pemerintah dapat mendukung dengan menyelenggarakan acara kuliner yang menarik untuk meningkatkan kunjungan. Dengan kolaborasi antara ketiga pihak, Food Court Batu 9 dapat lebih siap menghadapi ancaman dan terus berkembang sebagai destinasi kuliner yang menarik di Kota Tanjungpinang.

#### SIMPULAN

Food Court Batu 9 di Kota Tanjungpinang memiliki potensi besar sebagai destinasi kuliner, namun juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Melalui analisis SWOT, teridentifikasi kekuatan seperti keberagaman menu dan lokasi strategis. Namun, kelemahan

dalam promosi dan variasi kualitas layanan perlu diperbaiki. Peluang untuk mengembangkan menu sehat dan menyelenggarakan event kuliner dapat dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Di sisi lain, ancaman dari persaingan yang ketat dan perubahan selera konsumen membutuhkan respons cepat. Rekomendasi strategi inovasi yang dapat diterapkan meliputi pengembangan menu yang lebih sehat, peningkatan pemasaran digital, serta penyelenggaraan acara khusus. Dengan kolaborasi antara pemilik tenant, pengelola, dan pemerintah, Food Court Batu 9 dapat meningkatkan daya tariknya dan memperkuat posisinya di pasar kuliner. Implementasi langkah-langkah ini diharapkan mampu memperkuat daya saing food court ini di tengah persaingan yang semakin ketat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Castillo-Vergara, M., Quispe-Fuentes, I., & Poblete, J. (2021). Technological innovation in the food industry: A bibliometric analysis. *Engineering Economics*, 32(3), 197–209. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.32.3.26000>
- Christensen, C. M. . (1997). *The innovator's dilemma : when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- George Panagiotou. (2003). *Bringing SWOT into focus*.
- Ghazinoory, S., Abdi, M., & Azadegan-Mehr, M. (2011). Swot methodology: a state-of-the-art review for the past, a framework for the future. *Journal of Business Economics and Management*, 12(1), 24–48. <https://doi.org/10.3846/16111699.2011.555358>
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Polity Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (wall. stephanie & daniel peritno, Eds.; 15th ed., Vol. 15). Person Education, Inc. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Mintzberg, H. (1993). *The Fall and Rise of Strategic Planning* Harvard Business Review.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries And Competitors*. The Free Press.
- Sharan B. Merriam, & Elizabeth J. Tisdell. (2016). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.