

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang memahami tentang fenomena sosial dari perspektif partisipan. Secara sederhana, dapat pula diartikan sebagai penelitian yang lebih cocok digunakan untuk meneliti kondisi atau situasi objek penelitian.<sup>61</sup>

Pendekatan kualitatif dipilih oleh peneliti berdasarkan tujuan peneliti untuk mendapatkan informasi dan gambaran mengenai bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Genteng DM Sokka dalam memasarkan produk genteng sokka untuk meningkatkan volume penjualan.

##### **B. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, di mana desain penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena rekayasa manusia itu sendiri.<sup>62</sup> Dalam Genteng DM Sokka nantinya akan dimintai gambaran serta data seperti strategi pemasaran yang digunakan, volume penjualan yang didapatkan serta keunggulan, kelemahan serta ancaman yang dihadapi perusahaan dalam menggunakan strategi pemasaran tersebut.

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010.

<sup>62</sup> Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*, International Legal Materials, vol. 33, 1984, <https://doi.org/10.1017/s0020782900036494>.

### C. Subjek Penelitian

Suharsimi Arikunto mendefinisikan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang yang menjadi tempat data di mana variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan.<sup>63</sup> Rahmadi dalam bukunya menjelaskan, apabila subjek penelitian adalah orang maka akan disebut dengan responden dan ada juga yang disebut dengan informan.<sup>64</sup> Subjek penelitian juga dimaknai sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>65</sup>

Informan ini dikumpulkan oleh peneliti di Genteng DM Sokka. Data ini diperoleh dengan melakukan teknik wawancara dan observasi kepada para informan secara detail. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3 Informan Penelitian

No	Informan	Status
1.	Siti Faikoh	Owner Genteng DM Sokka
2.	Sugeng	Karyawan Genteng DM Sokka
3	Burhan	Karyawan Genteng DM Sokka
4.	Jumhari	Pelanggan
5.	Oma	Pelanggan

Sumber: Genteng DM Sokka, 2023

---

<sup>63</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasari Press, 1st ed. (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).

<sup>64</sup> Ibid.

<sup>65</sup> Ibid.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah strategis dalam penelitian yang berfungsi sebagai titik awal dari penelitian.<sup>66</sup> Tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data yang sesuai. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.<sup>67</sup>

### 1. Teknik Observasi

Observasi adalah teknik penelitian dengan melakukan eksperimen (percobaan) terhadap sesuatu yang ingin diteliti.<sup>68</sup> Dengan menggunakan teknik ini peneliti akan mengamati strategi pemasaran yang dipakai Genteng DM Sokka dalam memasarkan produk genteng sokka guna meningkatkan volume penjualan dan mendapatkan kepuasan pelanggan.

### 2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan bertukar informasi yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dengan pemberi jawaban atas pertanyaan (informan).<sup>69</sup> Wawancara dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang sesuai, dengan melakukan wawancara maka akan mendapatkan data di tangan pertama (primer).<sup>70</sup>

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara sesuai

---

<sup>66</sup> Miles and Huberman, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*, vol. 33, p. .

<sup>67</sup> Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV. Jejak, 2018).

<sup>68</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*.

<sup>69</sup> W. Hidayat Riyanto & Achmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Malang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, 2020).

<sup>70</sup> Mirjana Radovic-Markovic & B. Avolio Alecchi, *Qualitative Methods in Economics* (New York: Book Now Ltd, 2017).

dengan pedoman yang sudah ditentukan yaitu kepada beberapa informan yang terkait dengan pelaksanaan strategi pemasaran di Genteng DM Sokka yang bertujuan untuk mendapatkan tingkat penjualan yang besar, serta informan pelanggan atau pembeli produk genteng sokka untuk mendapatkan kesimpulan seberapa besar kepercayaan mereka hingga memutuskan membeli genteng sokka ke Genteng DM Sokka.

Adapun pedoman wawancara yang digunakan akan berpacu pada indikator dari setiap variabel yang akan diteliti, yaitu strategi pemasaran dan volume penjualan. Pedoman wawancara dapat dilihat pada tabel 3.2 di bawah ini.

Tabel 4 Pedoman Wawancara Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan
<b>Strategi Pemasaran</b>	Segmentasi	Bagaimana Anda menentukan wilayah pemasaran untuk produk Genteng DM Sokka?
		Pembeli produk genteng di Genteng DM Sokka ini terbagi menjadi berapa kriteria?
		Seperti apa karakteristik pembeli dari produk Genteng DM Sokka?
		Bagaimana perilaku umum atau khusus yang dilakukan pembeli ketika melihat jenis produk genteng yang ditawarkan?
	Targeting	Untuk melakukan penargetan pasar, strategi seperti apa yang digunakan Genteng DM Sokka Kebumen dalam memasarkan produknya?
		Karakteristik pasar seperti apa yang menjadi target dari produk Genteng DM Sokka Kebumen?
	Positioning	Seperti apa kualitas jenis produk genteng yang dipasarkan oleh Genteng DM Sokka Kebumen?
		Bagaimana menetapkan posisi bersaing terhadap kualitas produk yang dimiliki Genteng DM Sokka Kebumen?

<b>Volume Penjualan</b>	Harga	Bagaimana Anda menentukan harga dari setiap jenis produk genteng yang dijual?
		Apakah harga setiap jenis produk genteng dijual Genteng DM Sokka Kebumen bisa bersaing dengan produsen genteng sokka lainnya?
	Promosi	Langkah apa saja yang Genteng DM Sokka lakukan dalam memastikan promosi yang dibuat tepat sasaran?
		Sarana apa saja yang dilakukan Genteng DM Sokka Kebumen dalam mempromosikan produk gentengnya?
		Sejauh mana profitabilitas produk genteng DM Sokka saat menggunakan strategi promosi yang sedang digunakan?
		Apakah terdapat kendala pada pemasaran produk dan bagaimana mengatasi kendala tersebut?
	Kualitas	Apakah setiap merk dan jenis produk genteng yang dijual Genteng DM Sokka Kebumen memiliki kualitas yang baik?
		Apakah kualitas produk selaras atau seimbang dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen?
	Saluran Distribusi	Apakah Genteng DM Sokka Kebumen memiliki mitra dalam usaha produk genteng?
		Seberapa penting mitra kerja terhadap pendistribusian hingga penjualan produk genteng di Genteng DM Sokka Kebumen?
	Produk	Ada berapa jenis produk genteng yang dibuat oleh Genteng DM Sokka Kebumen?
		Apa perbedaan dan keunggulan dari masing-masing produk genteng yang ada di Genteng DM Sokka Kebumen?
		Apa yang meyakinkan pelanggan tentang kualitas produk pada Genteng DM Sokka?

### 3. Teknik Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diambil dari dokumen atau catatan peristiwa yang sudah lampau. Studi dokumentasi ini dapat berbentuk

gambar, tulisan, atau karya-karya yang lainnya dari seseorang yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan sehingga dapat membantu penulis dalam menemukan hasil kegiatan untuk keabsahan dari penelitian.<sup>71</sup>

## **E. Teknis Analisis Data**

Analisis data menurut Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang didapat dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga dapat dipahami oleh peneliti dan pembaca.<sup>72</sup> Rahmadi menyebutkan, teknik analisis data merupakan teknik yang digunakan untuk melakukan penyerdehanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.<sup>73</sup> Adapun analisis data akan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi:<sup>74</sup>

### **1. Reduksi data (*Data Reduction*)**

Reduksi data adalah mencari dan meringkas inti dari permasalahan yang diteliti, sehingga menemukan hal-hal yang penting dalam penelitian. Mereduksi data juga mencari tema dan polanya sehingga data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data yang lainnya apabila diperlukan.

### **2. Penyajian Data (*Display Data*)**

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

<sup>72</sup> Ibid.

<sup>73</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*.

<sup>74</sup> Miles and Huberman, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*, vol. 33,

Penyajian data dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menggambarkan berbagai kesimpulan informasi yang dapat digunakan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sebagainya.<sup>75</sup> Dari penyajian data yang dilakukan maka dapat men-*display*-kan data yang memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan akan dengan mudah merencanakan kerja selanjutnya.

### **3. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (*Conclusion Drawing and Verification*)**

Teknik ini merupakan teknik akhir dari teknik analisis data, yaitu dengan cara mengumpulkan semua data kemudian diolah dan diambil intisarinya saja. Menurut Miles dan Huberman teknik ini adalah kesimpulan awal dan masih bersifat sementara, akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung.<sup>76</sup> Tetapi apabila kesimpulan yang ditemukan di awal sudah menggunakan bukti-bukti yang kuat dan valid maka kesimpulan yang ditemukan adalah kesimpulan kredibel.

---

<sup>75</sup> J. Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013).

<sup>76</sup> Miles and Huberman, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*, vol. 33, p. .