

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Fenomenologi akan menggali data untuk menemukan makna dari hal-hal mendasar dan esensial dari fenomena, realita atau pengalaman yang dialami oleh objek penelitian (Creswell, 2016).

Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, kamotivasi, 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 Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya, dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti (Creswell, 2016).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Menurut (Muchtar, 2013) memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu, tentang keadaan dan gejala yang terjadi. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut

apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari subjek penelitian dan perilaku yang dapat diamati. Peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena ingin mengetahui dan mendapatkan kedalaman informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

### **3.3 Unit Analisis**

Unit analisis merupakan salah satu komponen dari penelitian kualitatif. Secara fundamental, unit analisis berkaitan dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dengan kasus dalam penelitian. Suatu permasalahan penelitian bisa berkenaan dengan individu, sehingga individu merupakan permasalahan yang akan dikaji dan individu tersebut merupakan unit analisis primernya (Yin, 2014). Individu yang menjadi unit analisis primer adalah informan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Informan dalam penelitian adalah individu yang berfungsi dalam memberikan informasi terkait dengan realitas dan kondisi yang menjadi latar belakang dalam rumusan masalah penelitian (Moleong, 2017). Informan juga merupakan narasumber yang merujuk pada seseorang yang paham terkait dengan objek penelitian, serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian yang diangkat (Nurdin dan Hartati, 2019).

Terdapat dua jenis informan dalam penelitian ini, yaitu informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci merujuk pada peran paling penting dalam proses pengumpulan data dan verifikasi data dalam penelitian. Informan utama senantiasa merujuk pada peran seseorang dalam memberikan penjelasan terkait

topik penelitian tapi tidak berfungsi dalam verifikasi data (Mardawani, 2020). Informan kunci dalam penelitian ini adalah pemilik toko kelontong dan karyawan toko kelontong.

**Tabel 1.** Unit Analisis

No	Unit Analisis	Fokus
1.	Pemilik Toko Kelontong Cilubang	-Upaya peningkatan penjualan -Faktor pendukung dan penghambat strategi bauran promosi penjualan langsung
2.	Karyawan Toko Kelontong Cilubang	-Bauran komunikasi pemasaran dengan karakteristik dan Teknik personal selling
3.	Pelanggan	-Kebutuhan terpenuhi

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh peneliti untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **3.4.1 Data Primer**

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti. Data tersebut dapat dikumpulkan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

##### **1. Observasi**

Observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan objek pengamatan (Yusuf, 2017). Observasi sebagai alat evaluasi banyak

digunakan untuk menilai tingkah laku individu atau proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati (Rasimi, 2018). Teknik ini dilakukan secara langsung untuk mengetahui gejala-gejala apa saja yang berkaitan dengan Penjualan Langsung Toko Kelontong Sebagai Strategi Promosi Bauran Komunikasi Pemasaran Menghadapi Persaingan Bisnis.

**Tabel 2.** Pedoman Pengumpulan Data dengan cara Observasi

No	Data yang diobservasi	Cara Observasi
1.	Mengamati lokasi penelitian dan kondisi lingkungan sekitar Toko Kelontong Cilubang	Observasi langsung
2.	Mengamati interaksi antara pemilik toko kelontong, karyawan toko kelontong dan pelanggan.	Observasi langsung
3.	Mengamati penjualan langsung pemilik toko kelontong dalam menyalurkan informasi karyawan	Observasi langsung

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Wawancara merupakan teknik komunikasi interview, komunikasi antara dua orang atau lebih, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari lawan bicaranya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Rasimin, 2018). Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung (Yusuf, 2017). Peneliti akan melakukan wawancara untuk mendapatkan data yang berkaitan

dengan Penjualan Langsung Tatap Muka Toko Kelontong Sebagai Strategi Promosi Dalam Bauran Komunikasi Pemasaran Menghadapi Persaingan Bisnis.

**Tabel 3.** Pedoman Pengumpulan Data Melalui Wawancara

No	Informan	Jenis informan	Informasi yang diperoleh
1.	Pemilik Toko Kelontong Cilubang	Informan Kunci	-Upaya pemilik toko kelontong dalam peningkatan penjualan -Karakteristik dalam penjualan langsung -Teknik dalam penjualan langsung -Cara berkomunikasi dengan karyawan terhadap penjualan langsung -Pelaksanaan upaya strategi promosi bauran pemasaran
2.	Karyawan Toko Kelontong	Informan Kunci	-Penjualan langsung pemilik toko kelontong dalam menyampaikan informasi -komunikasi pemilik toko dalam mendiskusikan masalah tentang strategi promosi penjualan langsung bauran pemasaran
3.	Pelanggan	Informan Pendukung	-Apa kebutuhan pelanggan sudah terpenuhi

### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data kedua yang dibutuhkan dalam penelitian. Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung (Rasimin, 2018). Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan studi literatur, mencari data-data pelengkap yang berkaitan melalui dokumen.

**Tabel 4.** Data Sekunder

<b>No</b>	<b>Data Sekunder</b>	<b>Cara Pengumpulan Data</b>
1.	Profil Toko Kelontong Cilubang : (1) Sejarah Berdirinya Toko Kelontong (2) Visi Dan Misi (3) Struktur Organisasi Toko Kelontong, Dan Lain-Lain	Studi Dokumentasi
2.	Data Pelanggan Cilubang	Studi Dokumentasi

Data sekunder yang dibutuhkan semua berkaitan dengan apa yang akan di kaji dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang akurat.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan rekam jejak penelitian yang dilakukan, sehingga dapat membuktikan penelitian tersebut benar-benar terjadi di lapangan. Dokumentasi yang dilakukan peneliti terdiri dari beberapa hal, diantaranya adalah foto-foto, video, dan rekaman wawancara yang berkaitan dengan penelitian (Rasimin, 2018). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumen foto dan rekaman proses wawancara dengan informan yang berkaitan dengan penelitian.

**Tabel 5.** Pedoman Pengumpulan Data menggunakan Dokumentasi

<b>No</b>	<b>Data yang Didokumentasikan</b>	<b>Cara Dokumentasi</b>
1.	Wawancara dengan informan.	Rekaman suara dan foto.
2.	Kegiatan selama observasi langsung.	Foto.

Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian semua bersumber dari pihak yang menjadi objek penelitian, yaitu pemilik toko kelontong, karyawan dan pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan data primer yang akurat.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan harian dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami (Mardawani, 2020). Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola memilih mana yang penting dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Rasimin, 2018). Analisis data dilakukan sepanjang penelitian dan dilakukan secara terus menerus dari awal sampai akhir penelitian. Dilakukan dengan cara sebagai berikut :

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

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhana, pengabstrakan dan transformasi data yang mengacu dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengkoordinasikan dengan cara sedemikian rupa, sehingga kesimpulan-kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi. Memilih data atas tingkat relevansi dan kaitannya dengan setiap kelompok kedua dengan data dalam satuan yang sejenis (Mardawani, 2020). Dalam metode penelitian ini dapat mengetahui data-data toko kelontong dalam menghadapi persaingan bisnis di Cilubang.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu usaha untuk menampilkan informasi yang tersusun dalam pola sehingga mudah dipahami. Penyajian data memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang digunakan adalah dengan menggunakan teks naratif (Mardawani 2020). Teknik penyajian data fokus pada bagaimana suatu ide atau cerita dikomunikasikan kepada seluruh bagian terkait. Metode penelitian ini biasanya digunakan untuk membuat interpretasi tentang penilaian pelanggan, proses operasional, perasaan karyawan terhadap pekerjaannya dalam membuat rencana strategi promosi bauran komunikasi pemasaran khususnya toko kelontong di Cilubang.

## 3. Mengambil Kesimpulan

Mengambil kesimpulan merupakan langkah dimana peneliti mencari makna tentang data yang dikumpulkan, kemudian disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Mardawani, 2020). Terdapat tiga tahapan yang harus dilakukan dalam tahap kesimpulan/verifikasi. Pertama, menguraikan sub kategori tema. Kedua, menjelaskan hasil temuan penelitian dengan menjawab pertanyaan penelitian. Ketiga, membuat kesimpulan dari temuan yang diajukan (Herdiansyah, 2012). Mengambil kesimpulan digunakan untuk menganalisis interaksi terhadap penjual dan pembeli toko kelontong dalam menghadapi persaingan bisnis di Cilubang.



### 3.6 Lokasi Penelitian

Kota Bogor, Kecamatan Bogor Barat, Kelurahan Balumbang Jaya. Jl. Cilubang Rt04/03. Peneliti menganggap bahwa daerah Cilubang tepat untuk dijadikan sebagai objek penelitian yang sesuai dengan judul dan topik penelitian yang akan dilaksanakan dengan bahan peneliti yaitu salah satunya terfokus dengan Penjualan Langsung Tatap Muka (*Personal Selling*) Toko Kelontong Sebagai Strategi Promosi Dalam Bauran Komunikasi Pemasaran Menghadapi Persaingan Bisnis.

### 3.7 Jadwal Penelitian

Penelitian akan dilakukan berdasarkan jadwal penelitian yang sudah dibuat. Jadwal penelitian ini diharapkan bisa menjadi patokan tenggang waktu sehingga penelitian akan lebih efektif dan efisien.

**Tabel 6.** Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian tahun 2021/2022			
		Nov-Des	Jan-Maret	Maret	April-mei
1.	Pembuatan proposal				
2.	Survei tempat penelitian dan perizinan				
3.	Kolokium				
4.	Pengambilan dan pengumpulan data lapangan				
5.	Analisis data				
6.	Seminar hasil				

