

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2007:6), yang dimaksud dengan pendekatan kualitatif yaitu memahami apa yang dialami fenomena dalam subyek penelitian secara holistik, dengan cara dalam bentuk deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah.

Menurut Sugiyono (2007:1) metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu secara gabungan, dan hasil penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Jenis penelitian deskripsif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai UMKM Gorden yang berada di desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang, sehingga produk ini juga menjadi produk yang unggul, hingga merambah ke luar kota dan juga keluar daerah.

3.2 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di desa Karangrejo kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

Pada kelompok wirausahawan di desa Karangrejo, Yosowilangun Kabupaten Lumajang terdapat beberapa bagian, yaitu diantaranya:

- a. Kelompok wirausahawan pada produk Gorden di desa Karangrejo berada dibawah binaan Kepala Desa Karangrejo.
- b. Keberadaan produk UMKM ini sangat berkontribusi dengan peningkatan perekonomian masyarakat disekitar.
- c. Keberadaan produk UMKM ini juga sangat berkontribusi dengan pemberdayaan tenaga kerja yang berada di desa Karangrejo.

3.3 Situasi Sosial

Menurut Sugiyono (2013) dalam penelitian deskriptif terdapat 3 elemen, yaitu:

a. Tempat (*place*)

Penelitian ini dilakukan di desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Desa Karangrejo ini merupakan kelompok binaan produksi gorden yang dikelola oleh perorangan atau usaha milik pribadi, pemilik usaha ini selain mengembangkan usahanya beliau bekerja sebagai kepala desa kemudian membuka beberapa kelompok untuk mengembangkan usahanya. Kelompok ini termasuk dalam binaan kepala desa Karangrejo.

b. Pelaku (*actor*)

Pelaku pada penelitian ini meliputi informan yang dapat memberikan informasi, menguasai tentang UMKM goerden di desa Karangrejo ini, dan juga dapat menjelaskan secara rinci tentang permasalahan UMKM yang akan diteliti, yaitu:

- 1) Sdr. Bambang Pujiono atau Asby selaku pelaku usaha UMKM gorden di Desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- 2) Sdr. Gofur selaku produksi UMKM gorden di Desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- 3) Sdr. Damang selaku pemasar UMKM gorden di Desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

c. Aktivitas (*activity*)

Aktivitas pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey terlebih dahulu untuk melakukan observasi pada UMKM tersebut, kemudian selanjutnya melakukan wawancara kepada informan yang dapat memberikan penjelasan mengenai keberadaan pada desa Karangrejo sehingga informan juga dapat memberikan penjelasan tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM gorden tersebut.

3.4 Desain Penelitian

Menurut Umar (2007:6) desain penelitian merupakan suatu rencana kerja yang terstruktur dalam hubungan-hubungan antara variabel secara komprehensif sedemikian rupa agar hasil riset dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan atas pertanyaan-pertanyaan riset. Rencana tersebut mencakup hal-hal yang akan dilakukan riset, hingga mulai dari hipotesis dan implikasinya secara operasional hingga analisis akhir.

Menurut Sugiyono (2007:1) metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu

secaragabungan, dan hasil penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus, studi kasus merupakan salah satu jenis pendekatan deskriptif, penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu individu, lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subyek yang sempit (menurut Arikunto dalam Gunawan, 2013:116).

Penelitian studi kasus ini merupakan penelitian studi kasus yang mendalam mengenai unit social tertentu dan dari penelitian ini juga akan memberikan gambaran luas serta mendalam. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mempelajari bagaimana keadaan sekarang ini dan bagaimana interaksi lingkungan suatu unit social, seperti kelompok, individu, lembaga atau masyarakat (Suryabrata, 2012:80).

Dari penjelasan diatas pendekatan studi kasus lebih tepat menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam menggunakan teori hanya sebagai acuan penelitian, baik untuk menentkan arah, konteks maupun posisi hasil penelitian. Menempatkan objek penelitian dalam studi kasus, yaitu fenomena yang dipandang sebagai suatu sistem kesatuan yang menyeluruh, akan tetapi sangat terbatas dengan kerangka konteks tertentu. Memandang kasus sebagai fenomena yang bersifat kontemporer, yang sedang terjadi maupun yang selesai terjadi, akan tetapi masih memiliki dampak yang dapat dirasakan pada saat penelitian dilakukan atau

dapat menunjukkan perbedaan dengan fenomena yang sudah terbiasa terjadi (Gunawan, 2013:121).

a. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM produk gorden yang berada di Desa Karangrejo dalam memasarkan produknya. Pada strategi pemasaran dalam produk ini dapat dilihat berdasarkan bagaimana pelaksanaan 4P dan tujuan pokok strategi yaitu STP (*segmentation, targeting, positioning*).

Tujuan pokok strategi STP merupakan memposisikan suatu merek dalam benak konsumen sehingga merek tersebut memiliki keunggulan yang kompetitif. Sebuah produk akan memiliki keunggulan yang kompetitif apabila produk tersebut menawarkan atribut-atribut determinan sehingga dinilai penting dan unik oleh para konsumen. Oleh karena itu langkah pertama yang perlu dilakukan yaitu para pelaku usaha melakukan segmentasi pasar secara cermat (Tjiptono, F., & Chandra, G., 2012:149)

b. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel mandiri. Variabel mandiri merupakan suatu variabel yang berdiri sendiri dan tidak mempengaruhi variabel yang lainnya, variabel mandiri ini bukan termasuk variabel dependen maupun independen. Variabel mandiri dalam penelitian ini merupakan strategi pemasaran (Sugiyono. 2008:53)

c. Definisi Konseptual Variabel

Strategi pemasaran merupakan suatu upaya untuk memasarkan suatu barang atau jasa dengan rencana tertentu dengan tujuan untuk menaikkan omset penjualan, arti lain dari strategi pemasaran yaitu suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan barang atau jasa secara massif. Hal ini dilakukan berdasarkan pemahaman bahwa ketertarikan seseorang barang atau jasa berdasarkan beberapa informasi yang diterima. Selain itu juga, strategi pemasaran dapat diartikan bahwa suatu sistem yang jelas untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan, dan menyalurkan suatu barang dan jasa untuk meningkatkan suatu kepuasan pelanggan (Sayyid, 2020:6).

d. Sumber Data

1) Informan

Menurut Moleong (2006:132) informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk mendapatkan suatu informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian.

Menurut Andi (2010:147) informan merupakan orang yang diperkirakan sangat menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang dapat dijadikan narasumber atau informan diantaranya yaitu:

- 1) Sdr. Bambang Pujiono atau selaku pelaku usaha UMKM gorden di Desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

- 2) Sdr. Gofur selaku produksi UMKM gorden di Desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- 3) Sdr. Damang selaku pemasar UMKM gorden di Desa Karangrejo Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

2) Arsip / Dokumen

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari Desa Karangrejo, Kepala Desa Karangrejo, Pelaku Usaha, Anggota Produksi UMKM, dan Anggota Pemasaran UMKM. Penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019) dengan judul “Strategi pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso”.

3.5 Teknik dan Alat Perolehan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini yaitu untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2013:308).

Untuk memenuhi kebutuhan data yang beraneka ragam tersebut, penelitian kualitatif ini menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti: wawancara secara individual, wawancara kelompok, observasi, penelitian dokumen, arsip dan penelitian lapangan. Untuk menjalankan tuntutan metode tersebut, maka penelitian kualitatif menempatkan manusia sebagai figur terpenting dalam penelitian (Gunawan, 2013:142).

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, dimana peneliti berfungsi sebagai menetapkan sebagai focus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data serta membuat kesimpulan atas semua temuannya. Oleh karena itu, peneliti juga harus divalidasi, seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan (Sugiyono, 2013:305-306).

Dalam data penelitian kualitatif dapat dikelompokkan menjadi empat macam, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian. Wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan informasi (Funawan, 2013:160).

Wawancara dapat diartikan sebagai pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara Tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topic tertentu (Esterberg dalam Sugiyono, 2015:72).

Dengan demikian, yang dimaksud dengan wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara proses Tanya jawab secara lisan yang berlangsung satu arah, yang artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban yang diberikan oleh yang diwawancara (Fathoni, 2006:105).

Dalam wawancara terdapat tahapan-tahapan yang akan dilakukan oleh peneliti untuk melakukan pengumpulan data, yaitu:

- 1) Membuat pedoman pertanyaan, sehingga pertanyaan wawancara yang diberikan sesuai dengan tujuan.
- 2) Menentukan narasumber wawancara.
- 3) Menentukan lokasi dan waktu wawancara.
- 4) Melakukan proses wawancara
- 5) Dokumentasi,
- 6) Memastikan hasil wawancara sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti
- 7) Merekap hasil wawancara.

b. Observasi

Wawancara dan observasi bagaikan dua sisi yang saling beriringan dalam sebuah riset kualitatif. Observasi biasanya tidak berdiri sendiri meskipun observasi juga dapat digunakan sebagai instrument tunggal dalam sebuah riset. Penggunaan wawancara dalam penelitian kualitatif selalu disertai dengan observasi untuk kepentingan *cross-check* dan validitas data (Herdiansyah, 2013:123).

Observasi merupakan suatu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan terhadap keadaan perilaku objek sasaran. Orang yang melakukan observasi disebut dengan mengobservasi dan pihak yang diobservasi disebut terobservasi (Fathoni, 2006:104).

Mengklarifikasikan observasi menjadi tiga macam, yaitu observasi berpartisipasi, observasi secara terang-terangan serta observasi tak

terstruktur. Dalam penelitian ini termasuk observasi terstruktur atau terencana, karena dengan penelitian ini dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terstruktur kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian (Sanafiyah Faisal dalam Sugiyono, 2013:310).

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang. Dokumen dalam bentuk tulisan dapat berupa tulisan catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2009:82).

d. Triangulasi

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari sumber data dan pengumpulan data yang telah ada. Peneliti menggunakan triangulasi yang dapat diuji dengan kredibilitas datanya, yaitu dengan cara mengecek sumber data dan pengumpulan data yang telah ada (Sugiyono, 2013:330).

3.6 Teknik Penyajian Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki dalam lapangan, selama berada di lapangan, dan setelah dilapangan. Sebelum menjelaskan macam-macam analisis data, maka dapat menjelaskan terlebih dahulu pengertian analisis data.

Menurut Sugiyono (2014:244) analisis data merupakan suatu proses penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjelaskan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, dan memilih mana yang penting dan yang ingin dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam analisis data terdapat prinsip yaitu untuk mengolah data dan menganalisis data yang sudah terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014:246-253) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dapat dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis, yaitu:

a. *Data Reduction*

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti berada di lapangan semakin banyak pula jumlah data yang diperoleh mengenai produk UMKM yang berada di desa Karangrejo. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data merupakan merangkum, meneliti hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. *Data Display*

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif ini dapat digunakan menggunakan teks yang bersifat

naratif. Dalam hal ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk teks, untuk memperjelas hasil penelitian maka dapat dibantu dalam bentuk table atau gambar.

c. Conclusion Drawing/Verivication

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal. Tetapi mungkin juga tidak, karena sudah dijelaskan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif.

d. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk dapat memperoleh data yang diinginkan oleh peneliti dan data yang diperoleh dapat dipahami dan dianalisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh peneliti. Data yang disajikan oleh peneliti merupakan data hasil dari wawancara peneliti dengan informan mengenai bagaimana cara strategi pemasaran produk UMKM yang berada di Desa Karangrejo

3.7 Tahapan Analisis SWOT

Cara membuat analisis SWOT melalui “Empat Tahapan” yaitu :

1. Tahap pengumpulan data dimana tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data dari beberapa faktor internal (kelemahan dan kekuatan) tetapi juga

menganalisis data tersebut agar dapat diketahui nilai bobot ratingnya dengan menggunakan matrik faktor strategi eksternal dan internal.

2. Tahap penentuan S, W, O, dan T pada perusahaan dimana semua data yang diperoleh harus dipisahkan antara kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats).
3. Tahap formulasi strategi dimana semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan dapat digambarkan secara jelas, bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.
4. Tahap pengambilan keputusan dimana semua data yang telah dianalisisakan menghasilkan beberapa alternatif untuk memperbaiki system pemasarannya.

3.8 Analisis Faktor Strategis Eksternal

Analisis faktor strategi eksternal adalah analisis yang menilai prestasi/kinerja yang merupakan faktor peluang dan ancaman yang ada untuk mencapai tujuan organisasi suatu perusahaan.

3.9 Analisis Faktor Strategis Internal

Analisis faktor strategi internal adalah analisis yang menilai prestasi/kinerja yang merupakan faktor kekuatan dan kelemahan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Seperti halnya pada Analisis Faktor Strategis Eksternal, maka dengan cara yang sama menyusun tabel faktor-faktor Strategis Internal (Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS).