

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian *field research*, yaitu sebuah studi penelitian yang mengambil data autentik secara obyektif/study lapangan. Penelitian ini dilakukan dalam situasi alamiah akan tetapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) dari pihak peneliti. Intervensi ini dimaksudkan agar fenomena yang dikehendaki oleh peneliti dapat segera tampak dan diamati. Dengan demikian terjadi semacam kendala atau kontrol parsial terhadap situasi dilapangan.³³ Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang penerapan media promosi dalam meningkatkan antusias pelanggan di UMKM fotocopy Creative Printing.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Data yang tidak berbentuk angka atau tidak dapat diangkakan, karena dalam menganalisis data digunakan kata-kata bukan angka. Bertujuan untuk memahami bagaimana penerapan yang digunakan dalam media promosi dalam meningkatkan antusias pelanggan di UMKM fotocopy Creative Printing. Pendekatan kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan; pertama, menyesuaikan pendekatan kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda; kedua, pendekatan ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan informan; ketiga, pendekatan ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikit pun belum diketahui. Metode ini dapat juga digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang sedikit baru

³³SaifuddinAzwar, *Metode Penelitian*, PustakaPelajar, Yogyakarta, 2001, Hlm. 21.

diketahui. Demikian pula metode kualitatif dapat rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkap oleh metode kuantitatif.³⁴

Penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih menggunakan analisa pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta analisa terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Hal ini bukan berarti bahwa pendekatan kualitatif sama sekali tidak menggunakan dukungan data kuantitatif akan tetapi penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara cara berfikir formal dan argumentatif.³⁵ Oleh karena itu penelitian ini berusaha menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang perilakunya diamati.

B. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi, observasi dan wawancara dengan pihak terkait.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dimana data yang diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian yaitu:

1. Data Primer, atau data tangan pertama, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan manager perusahaan dibidang pemasaran.
2. Data Sekunder, atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang tersedia.³⁶

³⁴Anselm Strauss Dan Juliet Corbin, *Dasar Dasar Penelitian Kualitatif*, Pustaka Pelajar, Cet I, Yogyakarta, 2003, Hlm. 5.

³⁵SaifuddinAzwar, *Op Cit*, Hlm. 5.

³⁶*Ibid*, Hlm. 36.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada UMKM yang berlokasi di Jln. Conge no.51, Ngembalrejo, Bae, Kudus. Objek yang dijadikan penelitian adalah UMKM fotocopy Creative Printing. Penulis memilih usaha ini sebagai penelitian dikarenakan perusahaan ini merupakan usaha dibidang jasa fotocopyan di area kampus di Kudus. Dimana dalam proses pemasarannya penulis ingin mengetahui bagaimana media promosi yang digunakan usaha fotocopyan tersebut, apakah sudah berjalan secara maksimal atau belum.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik atau metode dalam mengumpulkan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti penciuman, mulut dan kulit. Karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya.³⁷ Observasi (pengamatan) adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.³⁸ Karena penelitian yang dilakukan adalah termasuk jenis penelitian kualitatif, maka penulis menggunakan observasi partisipasi pasif, dalam observasi partisipasi pasif ini peneliti datang di tempat kegiatan orang

³⁷ Mukhamad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Nora Media Enterprise, 2010, Hlm.76.

³⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2008, Hlm. 64.

yang diamati tapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.³⁹ Oleh karena itu metode ini dapat digunakan untuk mencari data atau informasi mengenai metode yang digunakan dalam penerapan media promosi dalam antusias pelanggan di UMKM fotocopyan CREATIVE PRINTING diKudus

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti. Wawancara ini dapat dipakai untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.⁴⁰

Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Untuk itu, penulis menggunakan wawancara terstruktur yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informan siapa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa instrumen sebagai pedoman wawancara, maka peneliti juga sempat menggunakan alat bantu seperti recorder, gambar, brosur dan material lainnya yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.⁴¹

3. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan rekaman yang sifatnya tertulis atau film dan isinya merupakan peristiwa yang telah berlalu, dokumen bukanlah catatan peristiwa yang terjadi saat ini dan masa yang akan datang, namun

³⁹*Ibid*, hlm. 66

⁴⁰Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Bumi Aksara, Cet. XI, Jakarta, 2009, hlm. 64

⁴¹Sugiyono, *Op, Cit*, hlm. 73

catatan masa lalu.⁴² Sedangkan metode atau teknik dokumenter atau dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti bukti. Metode dokumenter ini merupakan metode pengumpulan data yang berasal dari sumber non manusia. Sumber sumber informasi non manusia ini sering diabaikan dalam penelitian kualitatif, padahal kebanyakan sudah tersedia dan siap pakai. Salah satu bahan dokumenter adalah foto. Foto bermanfaat sebagai sumber informasi karena mampu membekukan dan menggambarkan peristiwa yang terjadi.⁴³ Ketepatan dan kecermatan informasi mengenai subjek dan variabel penelitian tergantung pada strategi dan alat pengambilan data yang dipergunakan. Hal ini, pada gilirannya, alat ikut menentukan ketepatan hasil penelitian.⁴⁴

4. Metode SWOT

Analisis SWOT adalah upaya-upaya untuk mengenali kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen, pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).⁴⁵

E. Uji Keabsahan Data

Penelitian kualitatif adalah sebuah aktifitas ilmiah dengan menggunakan prosedur yang didasari dan terkontrol. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang peduli dengan reabilitas (data berlaku diberbagai

⁴²Andi Prastowo, *Menguasai Teknik Teknik Koleksi Dat Penelitian Kualitatif*, Diva Press, Yogyakarta, 2010, hlm. 192.

⁴³Afifudin Dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Pustaka Setia, Cet I, Bandung, 2009, Hlm.141.

⁴⁴SaifuddinAzwar,*Op Cit*, hlm. 36.

⁴⁵Zuhrotun Nisak,Log,Cit,hlm.2-4

tempat dan waktu) data dan validitas data, penelitian kualitatif hanya peduli dengan validitas data saja.⁴⁶

Untuk menguji keabsahan data yang dikumpulkan, peneliti akan melakukan:

Teknik triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumberdata yang telah ada. Dalam hal ini peneliti menggunakan triangulasi teknik, yaitu peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.⁴⁷

Oleh karena itu peneliti akan mengumpulkan data dari pemilik perusahaan dan konsumen, hal ini digunakan dalam mencari data yang dibutuhkan serta wawancara terhadap pihak yang bersangkutan, untuk mendapatkan data yang baku atau tunggal. Dalam mengumpulkan data akan dibantu pihak pengelola yang bersangkutan.

F. Analisis Data

Penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur ilmiah untuk menghasilkan pengetahuan tentang realitas sosial dan dilakukan dengan sadar dan terkendali. Sebagai sebuah kegiatan ilmiah, penelitian kualitatif sangat peduli dengan persoalan cara data dianalisa, sehingga hasilnya dapat dipertanggungjawabkan.⁴⁸

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam macam (triangulasi), dan dilakukan terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data yang tinggi. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, sehingga teknik analisa data yang digunakan belum jelas polannya.⁴⁹

⁴⁶Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, Raja Grafindo Persada, Cet I, Depok, 2014, Hlm. 167.

⁴⁷Sugiyono, *Op Cit*, Hlm. 83.

⁴⁸Afrizal, *Op Cit*, Hlm. 173.

⁴⁹Sugiyono, *Op Cit*, Hlm. 87.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵⁰ Serta menggunakan Analisis SWOT dalam upaya-upaya untuk mengenali kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan.

Disini peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Aktivitas analisis data model Miles dan Huberman dilakukan secara interaktif dengan tiga langkah sebagai berikut :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan padahal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.⁵¹ Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang telah terkumpul dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dilukiskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumen resmi, dan sebagainya. Pada tahap ini peneliti menyortir data dengan cara memilah mana data yang menarik, penting dan berguna, sedangkan data dirasa tidak dipakai ditinggalkan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian ini penulis menyajikan data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bahkan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data kedalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

⁵⁰*Ibid*, Hlm. 89.

⁵¹*Ibid*, Hlm. 92.

3. Verifikasi (*Conclusion drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵²

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Tito Siswanto tentang “*Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah*”. Bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media promosi menggunakan jejaring sosial.

Relevansi terhadap penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti tentang media pemasaran dan sama-sama menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Perbedaannya yaitu dalam penelitian Tito Siswanto dalam optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah menggunakan media promosi berbasis online seperti blog, mikroblog. Sedangkan penulis melakukan penelitian di fotocopy creative printing.⁵³

Penelitian yang dilakukan oleh Stefani tentang “*Analisis pemilihan media promosi pada perusahaan jasa terapi*”. Menyatakan perusahaan jasa terapi Hypnosis For Healing menggunakan media promosi yaitu *internet, radio dan media cetak*. Permasalahan perusahaan jasa terapi Hypnosis For Healing adalah konsumen benar benar tidak percaya dengan adanya jasa

⁵²*Ibid*, hlm.95-99.

⁵³ Tito Siswanto, optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah, Jurnal Liquidity Vol.2, No. 1, januari-Juni 2013, hlm. 80-86

terapi tersebut, sehingga konsumen enggan menggunakan jasa terapi yang dibuat oleh perusahaan Hypnosis For Healing.

Perbedaannya dengan penelitian penulis adalah masalah obyek penelitian yang berbeda, penelitian yang dilakukan oleh Stefani meneliti pada perusahaan jasa terapi Hypnosis For Healing. Sedangkan penulis melakukan penelitian pada jasa fotocopy Creative Printing Kudus.⁵⁴

Penelitian yang dilakukan Riztama Prawita tentang *"Membangun identitas visual untuk media promosi usaha mikro kecil dan menengah"*. Menyatakan media promosi yang dilaksanakan oleh J- Project untuk mengetahui jumlah minat untuk membeli perlengkapan sepeda di Bandung. Perbedaannya yaitu pada penelitian penulis melakukan penelitian tentang media promosi yang digunakan oleh Creative printing, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Riztama adalah mengetahui jumlah minat pembelian perlengkapan sepeda.⁵⁵

Penelitian Komang Ayu Pradnya Indrawati tentang *"Efektivitas iklan melalui media sosial facebook dan instagram sebagai salah satu strategi pemasaran di krisna oleh-oleh bali"*. Perusahaan ini menggunakan media promosi yang sama yaitu instagram dan facebook.

Perbedaannya dengan penelitian penulis adalah menggunakan data kuantitatif dan kualitatif dengan metode observasi dan kuesioner di perusahaan Krisna oleh-oleh Bali. Sedangkan penulis melakukan penelitian pada fotocopy creative printing Kudus, dengan menggunakan data kualitatif saja.⁵⁶

Penelitian yang dilakukan Norma Amaliah pada PT. Petronika sama dengan yang dilakukan oleh penulis yang meneliti di fotocopy Creative

⁵⁴ Stefani, Analisis pemilihan media promosi pada perusahaan jasa terapi, *Business & Management Journal Bunda Mulia*, Vol:8, No.1, Maret 2012, hlm. 71- 90

⁵⁵ Riztama, *Membangun Identitas Visual untuk media promosi usaha mikro kecil dan menengah*, *Jurnal Sositologi*, Vol. 16, No. 1, April 2017, hlm. 27-42

⁵⁶ Komang Ayu Pradnya Indrawati, *Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram sebagai salah satu Strategi pemasaran di Krisna oleh-oleh khas Bali*

printing, sama –sama menggunakan media promosi seperti Brosur,banner dan media cetak lainnya.

Perbedaannya dengan peneliti adalah masalah obyek penelitian yang berbeda, penelitian yang dilakukan oleh Norma pada perusahaan PT. Petronika. Sedangkan penulis melakukan penelitian pada jasa fotocopy Creative Printing Kudus.⁵⁷

Penelitian yang dilakukan abdul rahman tentang “ Analisis minat konsumen terhadap jasa salon “ sama dengan yang dilakukan oleh penulis sama sama meneliti tentang minta konsumen dibidang jasa.

Perbedaan yang dilakukan peneliti adalah masalah data,data yang digunakan peneliti menggunakan data kualitatif sedangkan data yang digunakan abdul rahman menggunakan kuantitatif dan obyek penelitiannya juga berbeda,penulis meneliti di usaha fotocopy sedangkan abdul rahman meneliti di usaha salon.⁵⁸

Penelitian yang dilakukan Afdillah Firadaus tentang “ Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat konsumen membeli produk perumahan “ sama dengan yang dilakukan oleh peneliti, sama-sama meneliti tentang minat konsumen.

Perbedaan yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti menggunakan data kualitatif sedangkan peneliti yang digunakan oleh Afdillah firdaus menggunakan data kuantitatif .⁵⁹

⁵⁷ Norma amaliah, Perencanaan media promosi PT. Petronika sebagai upaya pembentukan citra perusahaan, Jurnal komunikasi visual, Vol. 4, No. 1, Art Nouveau, 2015, hlm. 1- 11

⁵⁸ Abdul rahman, Analisis minat konsumen terhadap jasa salon ABE,Ekombis review, hlm. 17

⁵⁹ Afdillah firdaus, Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat konsumen membeli produk perumahan, JOM Fisip, Vol. 4 No. 1,2017, hlm 1-6

H. Kerangka Berfikir

Media adalah saluran-saluran komunikasi yang menyampaikan pesan-pesan pengiklanan kehalayaknya. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam manajemen pemasaran ,karena promosi merupakan kegiatan perusahaan dalam usahanya untuk berkomunikasi dengan konsumen. Dengan adanya komunikasi diharapkan ada tanggapan dari konsumen atas produk yang ditawarkan. Tanggapan ini oleh konsumen bisa dikategorikan dalam kesiapan pembeli yaitu kesadaran, pengetahuan, kegemaran, preferensi, keyakinan dan pembelian.

Media promosi yang digunakan yaitu Iklan dan jejaring sosial. Klan adalah media yang dapat meresakan, karena penjualan bisa mengulang-ulang pesan mereka. Ia juga memungkinkan. Pembeli menerima dan membandingkan pesan dari berbagai saingan. Misalnya media cetak: brosur, benner. Jejaring Sosial, Salah satu website dimana fungsinya untuk sebuah hiburan atau entertainment, Misalnya : facebook, instagram, whatshap.

Minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu . Konsumen adalah kunci keberhasilan bisnis dan perusahaan yang merupakan tumpuan dari kinerja hasil penjualan.

Foto Copy Creative Kudus sebagai usaha menengah yang diraih dengan asset yang standar. Creative printing merupakan usaha yang bergerak disektor jasa.

