

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *field riset*, yaitu penelitian berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang suatu keadaan alamiah atau “insitu”.¹ Penelitian *field riset* ini merupakan penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data dilakukan secara bersama selama proses penelitian. Penulis melakukan penelitian ini di CV. Putra Perkasa Kudus langsung mengenai analisis komunikasi verbal dan non verbal dalam menarik minat beli konsumen.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang lebih menekankan pengamatan secara nyata kejadian dan proses apa yang aslinya terjadi dalam setiap pengamatannya melalui pendekatan fenomenologi, serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar kejadian dengan menggunakan logika ilmiah. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen yang harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi jelas dan bermakna.²

B. Setting penelitian

Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai lokasi penelitian yang dipilih peneliti adalah CV. Putra Perkasa Kudus dengan pertimbangan efisiensi sumber daya yang dimiliki penulis serta memungkinkan temuan penelitian ini dapat diaplikasikan secara langsung sehingga dari manfaat praktis dapat dinikmati oleh perusahaan tersebut.

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2007), 26.

² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, ALFABETA, 2005), 1-2 .

C. Subyek Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya memerlukan subyek penelitian yang dimaksud adalah sejumlah subyek yang akan diambil dan dijadikan parameter dalam pengambilan data dalam penelitian. Subjek penelitian ini meliputi pihak-pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan manajemen usaha ini, subyek penelitian ini akan bertindak sebagai narasumber, sehingga akan berpengaruh pada keakuratan data yang menjadi subyek penelitian adalah pemilik usaha yaitu sebagai kunci informasi. Sedangkan yang kedua adalah bagian bidang di CV. Putra Perkasa Kudus.

D. Sumber Data

Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui media perantara. Data ini secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.³

1. Data Primer

Dalam memperoleh data ini, peneliti melakukan wawancara dan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Data primer ini diperoleh langsung dari pihak CV. Putra Perkasa Kudus, seperti hasil wawancara pada karyawan, dan manajer, kegiatan atau kejadian yang ada di organisasi tersebut, serta data-data yang bersangkutan dengan CV. Putra Perkasa Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui pihak lain dan tidak secara langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitian. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Data ini diperoleh melalui buku, jurnal, internet, dan literatur-literatur yang relevan dengan masalah yang diteliti serta data internal perusahaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

³ Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta, BPFE Yogyakarta, 1999), 147.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah metode wawancara sebagai metode utama, metode observasi dan metode dokumentasi sebagai metode pendukung.

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab atau pertemuan dengan seseorang untuk melakukan suatu pembicaraan. Metode wawancara dalam konteks ini berarti proses untuk memperoleh suatu fakta atau data dengan melakukan komunikasi langsung dengan responden penelitian, baik secara temu wicara atau menggunakan teknologi komunikasi. Dalam wawancara ini ada dua belah pihak yang berinteraksi, yaitu pihak yang bertanya yang disebut dengan *interviewer* (pewawancara) dan pihak *interviewee* (responden). Pihak responden itu terdiri dari 1 manajer 7 karyawan dari total keseluruhan 14 karyawan dengan bidang yang berbeda di CV. Putra Perkasa Kudus, dan juga konsumen masyarakat yang berjumlah 5 orang terdiri dari 2 organisasi perkumpulan masyarakat desa 2 organisasi perkumpulan warga perumahan dan satu instansi di sekitar kudus, sedangkan pihak pewawancaranya adalah peneliti itu sendiri.

Peneliti menggunakan teknik wawancara yang terstruktur atau tidak bebas. Dalam hal ini penggunaan wawancara dilakukan dengan membuat pertanyaan pokok saja sebagai panduan bertanya. Wawancara ini dilakukan agar pertanyaan yang diharapkan mampu dijawab responden dengan lebih terarah dan memudahkan untuk rekapitulasi catatan hasil pengumpulan data penelitian.⁴ Selain itu peneliti melakukan wawancara pada saat responden sedang tidak dalam keadaan kesibukan, dalam artian wawancara dilakukan setelah jam kerja atau sore hari. Hal ini dilakukan agar proses wawancara dapat berjalan lancar serta pewawancara dan respondennya bisa lebih fokus dan tidak mengganggu proses bekerja para karyawan. Dalam hal ini peneliti bermaksud melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap penerapan

⁴ Sobirin Malian, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta, UII Press, 2005), 121-122.

komunikasi verbal dan nonverbal dalam upaya menarik minat beli konsumen pada CV. Putra Perkasa Kudus.

2. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan, perhatian, atau pengawasan. Metode pengumpulan data observasi artinya mengumpulkan data atau menjaring data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek dan atau obyek penelitian secara seksama (sermat dan teliti) dan sistematis. Melakukan observasi dalam pengumpulan data bukanlah pekerjaan yang mudah. Unsur ketekunan, kesungguhan dan kecermatan sangat diperlukan, agar data yang diperoleh dapat lebih mudah dipertanggungjawabkan keshahihannya. Metode observasi yang digunakan oleh peneliti adalah metode observasi partisipan. Observasi partisipan adalah observasi dimana observer atau peneliti mengikuti dan menjalankan pekerjaan seperti subyek atau kelompok yang sedang diamati.⁵ Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi berperan serta dalam penerapan komunikasi verbal dan nonverbal dalam menarik minat beli konsumen pada CV. Putra Perkasa Kudus.

3. Metode Dokumentasi

Dalam metode ini, peneliti menggunakan literatur-literatur yang relevan. Seperti jurnal, buku dan catatancatatan tertulis lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.⁶ Metode ini penulis gunakan untuk mendapatkan data tentang segala hal yang berhubungan dengan CV. Putra Perkasa Kudus, seperti gambaran umum CV. Putra Perkasa Kudus, sejarah berdirinya, dan dokumen-dokumen lainnya yang relevan. Dokumen ini menjadi penguat dari metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif.

⁵ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta, UII Press, 2005),. 136-137.

⁶ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Grasindo, Jakarta, 2002), 123.

F. Pengujian Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data, peneliti menggunakan uji kredibilitas, uji kredibilitas terdiri dari 6 metode,⁷ yaitu :

1. Perpanjangan Pengamatan.

Dalam pengamatan ini peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan melakukan perpanjangan pengamatan, peneliti akan semakin akrab, semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak informasi yang disembunyikan. Hal ini dilakukan agar peneliti mampu mengetahui apakah data yang diperoleh antara yang baru dengan yang lama itu benar atautakah tidak.

2. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan direkam secara pasti dan sistematis. Dalam hal ini peneliti memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang beberapa masalah yang ada di CV. Putra Perkasa. Selain itu peneliti juga harus membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi yang terkait.

3. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek yang telah diperoleh dari beberapa sumber.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan peneliti untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Kudus, Media Ilmu Press, 2015), 126.

Peneliti menggunakan berbagai teknik yaitu teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga mempengaruhi kredibilitas data. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

4. Menggunakan Bahan Referensi

Dalam hal ini data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumentasi autentik, sehingga data lebih mampu dipercaya.

5. Member Check

Member check yaitu proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data dengan tujuan agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh pemberi data, maka data tersebut dikatakan valid, sehingga dapat dipercaya.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.⁸

1. Analisis Sebelum di Lapangan.

Peneliti kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.

2. Analisis Selama di Lapangan

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, (Bandung, Alfabeta, 2014), 338.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian baik data primer maupun data sekunder akan disusun dan disajikan serta dianalisis dengan menggunakan tiga langkah :

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Dalam penelitian ini peneliti mereduksi data yang berasal dari sumber wawancara, pengamatan di lokasi penelitian, dan dokumen-dokumen penting lainnya.

b. Display Data

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam penelitian ini lebih menggunakan penyajian data dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Verifikasi

Langkah selanjutnya adalah kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian ini diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Kesimpulan ini dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. dengan begitu akan didapatkan hasil kesimpulan secara umum mengenai Analisis komunikasi verbal dan nonverbal dalam menarik minat beli konsumen.