

BAB III METODE PENELITIAN

Ruang lingkup dalam penelitian ini pada bidang strategi pemasaran, yang difokuskan pada strategi pemasaran terhadap Iqbal *Collection* dalam meningkatkan penjualan batu bata. Metode penelitian merupakan suatu cara prosedur atau langkah yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengelola data serta menganalisis data dengan menggunakan teknik dan cara tertentu. Langkah-langkah dalam metode penelitian ini adalah:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala yang terkait dengan pemasaran Iqbal *Collection* akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberikan makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan. Dengan demikian antara gejala yang satu dengan gejala yang lainnya akan saling terkait.¹

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lainnya. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²

Penulis menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu gejala atau suatu masyarakat tertentu. Pada penelitian jenis ini umumnya mendeskripsikan suatu permasalahan berdasarkan beberapa indikator yang dijadikan dasar penentuan adanya

¹ Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *Jurnal I-Economic Vol.3 no. 1* (2017):81.

² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet. XXIV (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2007), 6.

permasalahan atau tidak. Selain itu, penulis juga mencari kesesuaian antara penerapan studi analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* menurut perspektif manajemen bisnis syariah.³

B. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subyek data dari mana data diperoleh sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:⁴

1. Data Primer

Data diperoleh dari pemilik *Iqbal Collection* dan bagian pemasaran *Iqbal Collection*. Melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa interview, dan Observasi.

2. Data Sekunder

Data diperoleh dari perpustakaan, buku-buku mengenai strategi pemasaran, dan dokumen-dokumen ataupun catatan yang berkaitan dengan strategi pemasaran islami.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian di mana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Tempat penelitian dipilih karena adanya kesediaan penuh dari pihak manajemen untuk bekerjasama dan membantu penulis dengan memberikan data dan informasi penulis butuhkan guna kelancaran penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan di *Iqbal Collection*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Teknik pengumpulan data

³ Syaeful Bakhri, dkk, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran home Industri Tahu Sari Rasa", *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* Vol. 3, no. 2 (2018): 287-288.

⁴ Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *Jurnal I-Economic* Vol.3 no. 1 (2017):81-82.

merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.⁵ Penelitian ini akan menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut yaitu: wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Metode wawancara/*interview* adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden/orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.⁶ Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer melalui wawancara langsung kepada responden berdasarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya yang telah disusun.

Metode *interview* (wawancara) adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan secara langsung kepada beberapa orang informan. Mereka meliputi pemilik Iqbal *Collection* dan bagian pemasaran Iqbal *Collection*.

2. Observasi

Metode observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata dan dibantu dengan panca indera lainnya. Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang akan diteliti.⁷

Metode observasi adalah sebagai metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dilakukan untuk memperoleh data tentang studi analisis strategi pemasaran dalam

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 224.

⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2011), 133.

⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2011), 142.

meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* menurut perspektif manajemen bisnis syariah. Hal ini dimaksudkan agar penelitian dapat memperoleh data yang akurat dan faktual berkenaan dengan aktivitas pemasaran islami di *Iqbal Collection*.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis.⁸ Adapun metode dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah buku-buku, catatan-catatan, majalah-majalah, surat kabar, internet, koran.

Alasan kenapa peneliti menggunakan tiga data tersebut karena peneliti ingin menegetahui sedalam dan seluas mungkin informasi yang akan digali dilapangan guna mendapatkan data yang valid dan reliabel. Karena penelitian kualitatif lebih condong kepada ketajaman peneliti itu sendiri untuk mencari celah dan menjadikan sebuah kesimpulan yang berarti dan menjadi penemuan dan pengetahuan.

E. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas.⁹ Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan.¹⁰ Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.¹¹

Banyak hasil penelitian kualitatif diragukan kebenarannya karena beberapa hal, yaitu subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif, alat penelitian yang diandalkan adalah wawancara dan observasi

⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2011), 152.

⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 363.

¹⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 364.

¹¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 365.

mengandung banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan apalagi tanpa kontrol, dan sumber data kualitatif yang kurang *credible* akan mempengaruhi hasil akurasi penelitian. Oleh karena itu, dibutuhkan beberapa cara menentukan keabsahan data, dalam penelitian ini uji keabsahan data menggunakan triangulasi.

*Triangulasi is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data Collection procedures.*¹²

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber.¹³ Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam hal ini dengan melakukan wawancara dengan manajer, pemilik dan pembeli batu bata pada Iqbal *Collection*.

Dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif. Dalam hal ini untuk menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif menggunakan beberapa pengujian yang meliputi:

1. Uji *Credibility*

Pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, Pengamatan perpanjangan, berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang telah ditemui maupun baru. Dalam perpanjangan pengamatan sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh untuk mengetahui kredibel atau tidak kredibel, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan *member check*.

Dalam penelitian ini, pengujian keabsahan data yang akan digunakan adalah meningkatkan ketekunan dan

¹² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 464.

¹³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 466.

triangulasi. Meningkatkan ketekunan disini peneliti akan melakukan pengamatan secara mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan batu bata pada Iqbal *Collection*. Sedangkan triangulasi dengan cara melakukan pengecekan kembali data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Uji *Transferability*

Pengujian *transferability* ini merupakan suatu pengujian data pada tingkatan sejauh mana suatu hasil yang diperoleh peneliti dapat diterapkan pada situasi atau kasus lain.¹⁴

3. Uji *Dependability*

Dalam penelitian kualitatif uji *dependability* merupakan uji reliabilitas penelitian, di mana suatu penelitian dianggap *reliable* bila orang lain dapat mengulangi proses penelitian tersebut.¹⁵

4. Uji *Confirmability*

Uji *confirmability* dalam penelitian kualitatif disebut dengan uji objektivitas penelitian. Suatu penelitian dapat dikatakan obyektif bila hasil penelitian telah disepakati oleh orang banyak.¹⁶

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif atau menggunakan deskriptif Kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai berbagai masalah yang diteliti dan terjadi dilapangan. Disebut Kualitatif karena sifat data yang dikumpulkan bercorak kualitatif dan tidak menggunakan alat pengukuran sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan ditentukan.¹⁷

Analisis data dalam penelitian ini meliputi:

¹⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 376.

¹⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 377.

¹⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 377.

¹⁷ Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *Jurnal I-Economic Vol.3 no. 1* (2017):82-83.

1. Analisis Sebelum di Lapangan

Penelitian 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 demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.¹⁸

2. Analisis selama di Lapangan Model Miles and Huberman

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.¹⁹

a. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.²⁰

b. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2018), 403.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 404.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2018), 405.

kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.²¹

c. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman 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 kredibel.²²

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 408.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 412.