

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan yang mengumpulkan data langsung dari sumbernya. Penelitian lapangan ini mengarah pada pemahaman mendalam terhadap latar belakang, status terakhir, dan interaksi terakhir dalam lingkungan suatu satuan sosial, seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.¹

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan merangkum berbagai kondisi, situasi, atau fenomena sosial yang ada dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian. Upaya penelitian ini adalah untuk membawa realitas sosial ke permukaan sebagai representasi dari kondisi dan situasi yang terjadi di masyarakat.²

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh SMPL Store dengan tujuan meningkatkan keunggulan bersaing. Pemilihan pendekatan kualitatif dipilih karena memudahkan peneliti dalam berinteraksi langsung dengan kenyataan yang terjadi. Pendekatan ini juga memungkinkan penyajian data yang relevan dan terkait antara peneliti dengan narasumber.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini berlokasi di SMPL Store, yang terletak di Perumahan Muria Asri Gang 6 Timur, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja, dengan pertimbangan bahwa SMPL Store aktif dalam bidang *thrift shop*.

C. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, tidak ada istilah populasi; sebaliknya, fokus pada suatu situasi sosial yang melibatkan tiga elemen utama: tempat, pelaku, dan aktivitas yang saling berinteraksi secara sinergis.³

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian disebut sebagai narasumber. Narasumber merupakan individu yang menyediakan informasi dan data selama proses penelitian. Untuk memperoleh

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 8.

² Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005),

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta CV, 1999).

informasi yang relevan, peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap narasumber.

Dalam penelitian ini, terdapat dua pihak yang menjadi subjek informasi. Pihak pertama adalah pemilik dan konsumen *SMPL Store*, sementara pihak kedua adalah konsumen *SMPL Store*.

D. Sumber Data

Menurut sumbernya data itu dibagi menjadi dua, antara lain:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang peneliti atau lembaga tertentu peroleh secara langsung dari lapangan.⁴ Sumber data primer diperoleh melalui implementasi strategi pemasaran digital yang digunakan dalam penjualan produk *SMPL Store*. Informasi ini dikumpulkan dari pemilik dan konsumen *SMPL Store*.

2. Data sekunder

Data sekunder merujuk kepada informasi yang diperoleh dan dikumpulkan oleh pihak atau individu lain.⁵ Yang berkaitan dengan penerapan strategi pemasaran digital yang digunakan pada produk di *SMPL Store*. Data primer yang telah diproses lebih lanjut diubah menjadi berbagai bentuk, seperti informasi dan literatur dari jurnal, buku, dan pihak lain yang dapat memberikan sumbangan informasi dalam penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data kualitatif merupakan metode yang melibatkan pengumpulan data deskriptif melalui informasi yang diperoleh dari wawancara atau observasi terhadap gejala yang dikategorikan. Selain itu, data juga dapat berupa foto, dokumen, objek, atau catatan lapangan selama penelitian.⁶ Terdapat tiga teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Observasi.

Observasi merupakan teknik utama penerimaan data di mana pengamatan dilakukan secara langsung. Dengan menggunakan seluruh indera tubuh, peneliti dapat mengamati dan memahami kenyataan, melibatkan penglihatan, pendengaran, perasaan, penciuman, dan sebagainya. Observasi ini bertujuan untuk

⁴Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, pertama (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2017), 58.

⁵Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 58.

⁶Amir Hamzah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Literasi Nusantara, 2019), 97.

memperoleh data mengenai strategi pemasaran digital yang diterapkan di SMPL Store.

2. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk percakapan dengan berbagai pihak yang memiliki maksud dan tujuan tertentu. Melalui wawancara, tujuan tersebut dapat mencakup pembangunan pemahaman mengenai individu, peristiwa, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, perhatian, dan pandangan umum. Dengan melibatkan pengalaman masa lalu, harapan masa depan, verifikasi, modifikasi, dan perluasan informasi melalui pendekatan triangulasi. Tujuan utama wawancara adalah memberikan ruang kepada peneliti untuk mengeksplorasi masalah secara luas dan terbuka.⁷

Dalam rangka penelitian ini, peneliti melakukan sesi wawancara dengan Muhammad Akmal Ni'am, yang merupakan pemilik SMPL Store. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keunggulan bersaing di SMPL Store. Supaya hasil wawancara dapat tercatat dengan baik dan sebagai bukti bahwa peneliti telah melaksanakan sesi wawancara dengan narasumber, maka digunakan alat pendukung dalam pelaksanaan wawancara, yaitu:

- a. Buku catatan digunakan untuk mencatat selama proses wawancara dengan narasumber.
 - b. Handphone digunakan untuk merekam dan mengambil foto selama kegiatan wawancara. Sebelumnya, peneliti harus meminta izin terlebih dahulu apakah diperbolehkan atau tidak. Keberadaan foto ini dapat meningkatkan keabsahan penelitian dan memastikan keamanan data yang terjaga..
- ## 3. Dokumentasi.

Dokumentasi merujuk pada catatan masa lampau yang mencakup tulisan, gambar, dan kegiatan baik pada tingkat pribadi maupun lembaga atau kedinasan non-resmi. Dokumentasi seringkali dimanfaatkan untuk uji coba, interpretasi, dan bahkan prediksi. Bentuk dokumen bisa berupa gambar, seperti foto, gambar hidup, sketsa, dan sebagainya.

Dokumentasi berbentuk tulisan, misalnya catatan hasil wawancara dengan pemilik SMPL Store, digunakan untuk mencatat dan mendokumentasikan seluruh kegiatan penelitian di SMPL Store, baik dalam bentuk tulisan maupun digital..

⁷ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 186.

F. Pengujian Pengabsahan Data

Pengujian keabsahan data pada penelitian ini dilakukan melalui uji kepercayaan atau relevansitas hasil penelitian. Triangulasi merupakan metode untuk membandingkan data yang dikumpulkan sebelumnya guna memastikan akurasi. Triangulasi melibatkan proses membandingkan dan menilai tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh dengan menggunakan berbagai alat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan akurasi dan kepercayaan temuan penelitian dengan mengandalkan berbagai sumber data. Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa metode untuk memastikan akurasi data, antara lain:

1. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data melibatkan penggunaan berbagai sumber data, seperti observasi, dokumen, hasil wawancara, dan wawancara dengan subyek yang memiliki sudut pandang berbeda. Dalam penelitian ini, data hasil wawancara dengan pemilik dan konsumen SMPL Store dibandingkan.

2. Triangulasi metode

Triangulasi metode melibatkan perbandingan antara informasi dari wawancara dan observasi dengan data lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan perbandingan antara data hasil wawancara dengan data literatur ekonomi pemasaran.⁸

G. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi secara sistematis. Proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, penjabaran ke dalam unit-unit, sintesis, pembentukan pola, pemilihan informasi yang signifikan, serta pembuatan kesimpulan agar dapat dipahami oleh peneliti dan pihak lain.⁹

Analisis data adalah upaya untuk mencari dan menyusun hasil observasi, wawancara, dan catatan lain secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman terhadap kasus yang diteliti dan menyajikan temuannya sebagai temuan kepada orang lain. Adapun untuk meningkatkan pemahaman tersebut, analisis perlu dilanjutkan dengan berusaha mencari makna. Selama berada di lapangan, peneliti melakukan langkah-langkah analisis sebagai berikut:

⁸ Tohirin, *Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013). 76.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 330.

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti meringkas, memilih aspek yang paling signifikan, mencari pola dan tema, dan membuang informasi yang tidak relevan. Akibatnya, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang cukup jelas. Wawancara, dokumentasi, dan literatur dari berbagai buku yang berkaitan dengan strategi pemasaran merupakan data yang direduksi. Tidak semua data tersebut dicantumkan, namun dipilih berdasarkan topik yang sedang dibahas..

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, langkah berikutnya adalah menyajikan data agar dapat terorganisir dan data lebih mudah dipahami. Data ini diperoleh dari literatur dan lapangan.

3. Kesimpulan

Langkah berikutnya setelah menyajikan data adalah menarik kesimpulan dan memeriksanya. Dalam penelitian kualitatif kesimpulan bertujuan untuk menjawab hasil dari rumusan masalah yang sudah ditulis sejak awal, berdasarkan pada dukungan bukti yang valid dan konsisten yang diperoleh oleh peneliti melalui pengumpulan data lapangan. Kesimpulan tersebut dikatakan relevan jika didukung oleh bukti yang valid dan konsisten.¹⁰

¹⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. 92-99.