

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Untuk mengetahui penelitian yang berjudul analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu metode yang mempelajari fenomena dalam lingkungan alamiah.¹ Dengan menggunakan paradigma *naturalistik* (penelitian yang dilaksanakan konteks *natural* atau wajar). Penelitian demikian menurut manusia sebagai instrumen penelitian karena lebih mampu menyesuaikan pada situasi tak tertentu, dapat membangun dari suasana yang tak terkatakan, juga sesuai dengan menerapkan metode yang manusiawi, yaitu *interview* dan observasi yang dapat menangkap nuansa yang tak terungkap dengan metode yang lebih distandarkan.²

Pendekatan kualitatif ini adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.³ Di mana penelitian ini mempunyai ciri khas yang terletak pada tujuannya, yakni mendiskripsikan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan sebagainya kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas, yaitu yang berhubungan analisis daya tarik konsumen

¹ Dedy Mulyana, *Metologi Penelitian Kualitatif (paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hlm.160.

² Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi III*, Rake Sarasin, Yogyakarta, 1996, hlm.162.

³ Anselm Strauss, et.al., *Dasar-dasar Penelitian Kualitatifata Langkah dan Tehnik -Tehnik Teoritisasi Data*, Terj. M.Shodiq dan Imam Muttaqin, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2003, hlm.4.

melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

Berdasarkan pendekatan penelitian ini maka sasaran penelitian ini adalah pola yang berlaku dan mencolok berdasarkan atas perwujudan dengan gejala-gejala yang ada pada promosi. Jadi pendekatan ini sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, maupun lisan dari orang dengan perilaku yang dapat diamati dan diarahkan pada latar alamiah dan individu secara menyeluruh. Dalam hal ini akan mencari dan mendeskripsikan keutuhan gejala, peristiwa-peristiwa, dan kasus atau kegiatan-kegiatan yang erat hubungannya dengan analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan. Yang menjadi subjek adalah pemilik Foto Copy *Creative Printing* Kudus, dan karyawan. Sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini yaitu analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan.

B. Sumber Data

Data pada dasarnya adalah fakta yang diberi nama dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu :

1. Data Primer

Data Primer atau data tangan pertama adalah sumber data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian.⁴ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dimaksudkan sebagai pendukung yang diperoleh dari sumber atau pendapat lain.⁵ Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari

⁴ Husain Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hlm. 42.

⁵ *Ibid.*

informan di lapangan, seperti dokumen dan sebagainya. Dokumen tersebut dapat berupa buku-buku dan *literature* lainnya yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Data sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini berupa dokumen yang ada di Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

C. Instrumen Penelitian

Dalam Penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.⁶ Peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya.⁷

Peneliti melakukan penelitian dengan menetapkan fokus penelitian berdasarkan keseluruhan situasi sosial yaitu meliputi tempat, pelaku, dan aktifitas. Tempat yang dijadikan fokus penelitian adalah analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari suatu penelitian merupakan bagian yang sangat penting dari penelitian itu sendiri. Dalam penelitian kualitatif ciri utama dari pengumpulan datanya adalah orang sebagai alat pengumpul data

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, Cet. Ke-7, 2009, hlm. 306

⁷*Ibid*, hlm. 305

yang di inginkan.⁸ Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat diperoleh dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi yaitu yang mengamati dengan sengaja, teliti, dan sistematis. Teknik observasi dilakukan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif.⁹ Dalam hal ini peneliti hanya melihat dan mengamati segala kejadian atau segala proses kegiatan yang terjadi pada Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

2. Wawancara/*interview*

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada informan/narasumber dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam. Dalam wawancara ini peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur (*semistruktur interview*), yakni wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, di mana dalam pelaksanaan lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya, adapun yang diwawancarai adalah pemilik, karyawan dan konsumen.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal dan variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya. Penelitian digunakan untuk memperoleh dokumen-dokumen yang berbentuk catatan, transkrip, buku, agenda, arsip dan lain sebagainya yang mengandung informasi yang berhubungan dengan

⁸*Ibid*, hlm. 306.

⁹*Ibid*, hlm. 312.

analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

E. Uji Keabsahan Data

Dalam pengujian/pemeriksaan sahnya data pada penelitian yang berjudul analisis daya tarik konsumen melalui media ajang promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus dengan menggunakan uji *creadibity*.¹⁰ Dalam penelitian ini, pengujian kredibilitas data dilakukan melalui:

1. Perpanjangan Pengamatan

Pada tahap awal peneliti memasuki lapangan. Peneliti masih dianggap orang asing, masih dicurigai, dan mungkin masih banyak yang dirahasiakan. Dengan perpanjangan pengamatan ini, peneliti mengecek kembali apakah data yang telah diberikan selama ini merupakan data yang sudah benar atau tidak. Bila data yang diperoleh selama ini setelah dicek kembali pada sumber data asli atau sumber data lain ternyata tidak benar, maka peneliti melakukan pengamatan lagi yang lebih luas dan mendalam sehingga diperoleh data yang pasti kebenarannya, yaitu tentang analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

2. Peningkatan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut, maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

Pengujian kredibilitas dengan meningkatkan ketekunan ini dilakukan dengan cara peneliti membaca seluruh catatan hasil penelitian secara cermat, sehingga dapat diketahui kesalahan dan kekurangannya. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat

¹⁰*Ibid.*, hlm. 368.

memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini, maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu dipercaya atau tidak.¹¹

3. *Member Check*

Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *Member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.¹² Dalam hal ini peneliti mendatangi informan data dan menyampaikan temuan atau informasi yang didapat untuk dilihat dan di cek, setelah data disepakati maka peneliti meminta tanda tangan kepada pemberi data.

4. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti.¹³ Untuk menguatkan penelitian, peneliti memperkuat hasil penelitian dengan gambar foto-foto yang diambil peneliti selama proses penelitian. Seperti contoh data hasil wawancara yang dilakukan peneliti didukung dengan adanya transkrip wawancara, dan data tentang observasi yang dilakukan peneliti didukung oleh foto-foto yang berkaitan tentang media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

¹¹Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 370.

¹²*Ibid*, hlm. 375.

¹³*Ibid*, hlm. 375

F. Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif yaitu analisis data dengan menggunakan data melalui bentuk kata-kata atau kalimat dan dipisahkan menurut katagori yang ada untuk memperoleh keterangan yang jelas dan terinci.

Peneliti menggunakan teknik analisis data model *Miles and Huberman*. Aktivitas analisis data model Miles and Huberman dilakukan secara interaktif dengan 3 (tiga) langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.¹⁴ 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. Data yang banyak tersebut kemudian dibaca, dipelajari, dan ditelaah. Selanjutnya setelah penelaahan dilakukan maka sampailah pada tahap reduksi data. Pada tahap ini peneliti menyortir data dengan cara memilah mana data yang menarik, penting, dan berguna, sedangkan data yang dirasa tidak dipakai ditinggalkan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian ini, penulis menyajikan data dalam bentuk uraian atau cerita rinci para informan sesuai dengan ungkapan atau pandangan mereka apa adanya (termasuk hasil observasi), tanpa komentar, evaluasi, dan interpretasi. Penyajian data dilakukan dengan menyusun sejumlah informasi yang sudah didapatkan untuk memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Dengan membuat penyajian

¹⁴*Ibid.*, hlm. 338.

data, akan mempermudah peneliti dalam menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam suatu bentuk kesatuan dan memaparkan hasil penelitian supaya lebih mudah dipahami.

3. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga 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 lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁵

Prosedur pelaksanaan teknik tersebut adalah setelah data terkumpul maka data direduksi dirangkum dan diseleksi sesuai dengan permasalahan penelitian, langkah selanjutnya menampilkan data yang direduksi tersebut kemudian menarik kesimpulan dan verifikasi dari data tersebut. Kesimpulan yang diambil dari data tersebut sifatnya masih sementara (*tentative*) semakin bertambahnya data yang diperoleh kesimpulan semakin *valid*.

Jadi bisa disimpulkan bahwa, kesimpulan yang ditarik perlu adanya mempertanyakan kembali sambil melihat dan meninjau kembali pada catatan-catatan lapangan analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus. Tiga unsur analisis tersebut terkait saling menjalin baik sebelum, selama dan sesudah pelaksanaan pengumpulan data selesai dikerjakan.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 337.