

BAB 3

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan di penelitian adalah kualitatif, pendekatan ini dipilih karena obyek penelitian berupa proses atau kegiatan atau tindakan beberapa orang yaitu tentang strategi pemasaran jasa. Mengungkap substansif penelitian semacam ini diperlukan pengamatan secara mendalam dengan latar yang alami, dan data yang diungkap bukan berupa angka-angka tetapi berupa kata-kata, kalimat, paragraf dan dokumen. Berdasarkan karakteristik tersebut, maka penelitian ini lebih tepat disebut penelitian dengan pendekatan kualitatif seperti yang dikemukakan oleh Bogdan dan Biklen (dalam Sowiyah, 2005:83). Data dikumpulkan melalui wawancara dengan informan dan pengamatan langsung dilapangan, kemudian dianalisis secara induktif.

Penelitian ini dipilih dengan tujuan memperoleh sumber informasi mengenai strategi pemasaran jasa yang diterapkan perusahaan dalam jangka waktu yang lama untuk memuaskan konsumen. Sejalan dengan pendapat Lincoln dan Guba dalam Moleong (2010:8) : penelitian kualitatif merupakan penelitian pada latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan.

B. Keterlibatan Peneliti

Penelitian kualitatif yang dilakukan pada obyek yang alamiah, maksudnya adalah obyek berjalan apa adanya, tidak dimanipulasi oleh

peneliti dan keikutsertaan peneliti tidak akan mempengaruhi dinamika obyek tersebut.

Pada bagian ini dijelaskan bahwa peneliti berperan sebagai instrumen kunci karena instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian sendiri (*humane instrument*). Kehadiran peneliti berada dilapangan mutlak diperlukan, dan harus dipaparkan secara eksplisit dalam laporan penelitian. Peneliti akan terjun langsung ke lapangan agar bisa melihat langsung kondisi perusahaan, lalu mencari sasaran informan sendiri dan mengolah data yang didapat di lapangan agar sesuai dengan teori dan dapat memberikan saran kepada perusahaan.

Untuk dapat menjadi instrumen maka penelitian harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas terkait dengan obyek yang diteliti, sehingga mampu bertanya kepada target sasaran yang sudah ditentukan, menganalisis data yang diperoleh setelah melakukan serangkaian observasi dan wawancara, dan menkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

C. Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dengan melakukan wawancara dan pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti di perusahaan CV. Trijaya Mulya.

Sumber dari penelitian ini didapatkan dari beberapa informan yang berada di lingkungan perusahaan, antara lain : pemilik perusahaan, kepala bagian, karyawan dan *customer* dengan mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan apa yang sudah di rumuskan masalahnya.

D. Prosedur Pengumpulan Data

Metode yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Informan yang akan diwawancari terdiri dari :

a. Subjek utama

Subjek utama merupakan subjek yang menjadi pusat utama menggali informasi. Peneliti akan mencari informasi langsung kepada pemilik perusahaan Ibu Dhiana Islami, kepala bagian Dokumen, karyawan CV. Trijaya Mulya dan data yang dimiliki oleh perusahaan. Wawancara ini akan diproses oleh peneliti dengan transkrip dan analisis sehingga menjadi hasil penelitian.

b. Pasangan subjek

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan pasangan subjek hanya sebagai data penunjang dari data yang di peroleh sebelumnya. Seperti orang-orang yang bekerja diperusahaan tersebut yaitu Bagian Dokumen, operasional dan keuangan.

c. Teman subjek

Informasi yang di peroleh dari teman subjek juga berfungsi untuk menunjang hasil dari wawancara sebelumnya.

Tabel : 3.1 : Wawancara

Rumusan Masalah	Informan	Materi Pokok
1. Bagaimana Strategi Pemasaran Jasa Layanan Impor CV. Trijaya Mulya ?	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Owner</i> CV. Trijaya Mulya (Ibu Dhiana Islami) - <i>Customer</i> (Bapak Andreas, Bapak Herianto, Ibu Vero, Bapak Hoo Yanto, Bapak Roy Anthony) - Karyawan (Riskina, Aulia, syarief, Rachmad, dan Firman) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran CV. Trijaya Mulya - Strategi pemasaran CV. Trijaya Mulya - Segmentasi target pasar CV. Trijaya Mulya
2. Apa Saja Faktor-Faktor Yang Jadi Kekuatan Dan Kelemahan Dalam Meningkatkan Kinerja CV. Trijaya Mulya?	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Owner</i> CV. Trijaya Mulya (Ibu Dhiana Islami) - Kepala Dokumen (Ika Oktavia) - Kepala Operasional (Taufan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kekuatan dan hambatan yang dimiliki perusahaan
3. Apa Saja Faktor-Faktor Yang Jadi Peluang Dan Ancaman Dalam Meningkatkan Kinerja CV. Trijaya Mulya?	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Owner</i> CV. Trijaya Mulya (Ibu Dhiana Islami) - Kepala Dokumen (Ika Oktavia) - Kepala Operasional (Taufan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Sumber : Olahan Peneliti (2018)

2. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan tentang masalah penelitian melalui proses pengamatan yang dilakukan di CV. Trijaya Mulya. Peneliti akan langsung mengunjungi tempat penelitian yaitu perusahaan CV. Trijaya Mulya dan melakukan wawancara serta mencatat segala informasi yang

didapat dari observasi di CV. Trijaya Mulya untuk digunakan sebagai data penunjang penyelesaian dari pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah yang sudah disiapkan peneliti.

Tabel : 3.2 : Observasi

Rumusan Masalah	Sasaran Observasi	Kegiatan Dan Observasi
1. Bagaimana Strategi Pemasaran Jasa Layanan Impor CV. Trijaya Mulya ?	Strategi Pemasaran Jasa Layanan Impor : - Bukti Fisik - Daya Tanggap - Keandalan - Jaminan - Empaty	- Observasi dilakukan di kantor

Sumber : Olahan Peneliti (2018)

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data internal perusahaan yang telah tersedia, serta data perusahaan sejenisnya yang berkaitan dengan CV. Trijaya Mulya. Data yang dikumpulkan mengenai gambaran umum CV. Trijaya Mulya dan lain-lain.

Tabel : 3.3 : Dokumentasi

Dokumentasi	Data Perusahaan
1. Bagaimana Perkembangan Kinerja CV. Trijaya Mulya	Volume Order Pemakaian Jasa Layanan Impor CV. Trijaya Mulya Tahun 2014-2018

Sumber : Olahan Peneliti (2018)

E. Pengolahan Data Dan Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman yang dikutip dalam buku Sugiyono (2015:246) mengemukakan “Bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai

tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification*".

Teknik analisis dalam penelitian ini mengacu pada model *Interactive Model*, dimana pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data tentang peningkatan kinerja yang dilakuaka oleh CV. Trijaya Mulya, yang kemudian akan dilakukan reduksi data dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Setela data direduksi, maka selanjutnya adalah mendisplaykan data dengan penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Dan langkah berikutnya adalah *conclusion* atau penarikan kesimpulan yang di dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru.

1. Reduksi Data (*data reduction*)

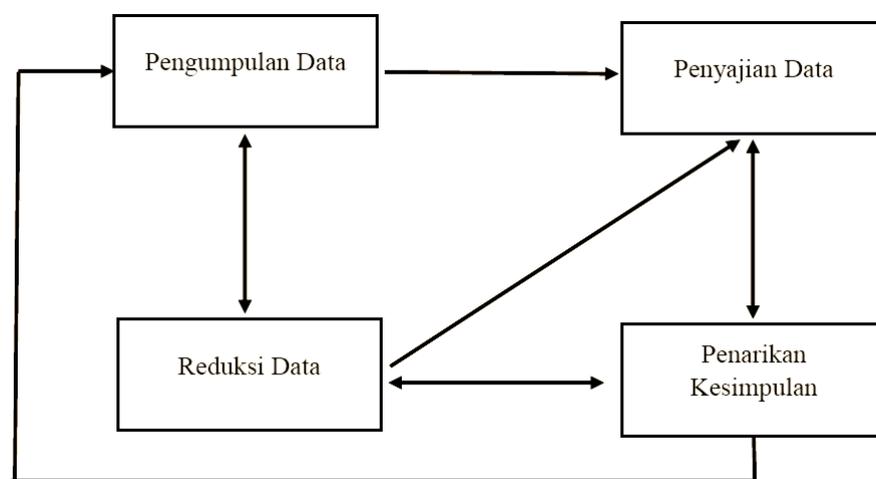
Setelah melakukan pengumpulan data, maka yang dilakukan peneliti adalah melakukan Reduksi Data. Peneliti akan merangkum data yang sudah dilakukan di CV. Trijaya Mulya dan memilah data yang diperlukan lalu membuang data yang tidak diperlukan sehingga mempermudah penarikan kesimpulan. Setelah itu peneliti mengelola hasil wawancara dan pengamatan di lapangan menjadi sebuah catatan hasil wawancara dan pengamatan.

2. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk bagan, uraian, hubungan antar kategori. Penyajian data ini peneliti akan memilih data mana saja yang sesuai dengan rumusan masalah yang sudah ditetapkan. Setelah itu penyajian data ini berfungsi untuk memudahkan pemahaman alur perencanaan kerja.

3. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing/verification*)

Kesimpulan pertama didalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan bias berkembang setelah dilakukan penelitian lebih lanjut dilapangan. Kesimpulan pertama ini bisa dianggap benar atau dipercaya jika di dukung pula dengan data-data yang valid yang ada diperusahaan. Peneliti akan melakukan hal yang sama dengan melakukan penarikan kesimpulan dan ditambahkan data-data yang valid.



Gambar 3.1 : Interactive Model

Sumber : Milles and Huberman di kutip sugiyono (2012:246)

Dalam merangkum wawancara, observasi dan dokumentasi maka perlu tanda atau kode yang digunakan untuk menandai data yang sudah dikumpulkan lalu akan ditarik kesimpulan. Maka dapat dibuat daftar informan dengan tanda atau kode dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut :

Tabel : 3.4 : Sistem Pengkodean (Coding)

Keterangan	Kode	Penjelasan
Kode prosedur pengumpulan data	W	Wawancara
	O	Observasi
	D	Dokumentasi
Nomor urut informan	01	Ibu Dhiana Islami (Pemilik Perusahaan)

	02	Ibu Ika Oktavia (Kepala Dokumen)
	03	Bapak Taufan (Kepala Operasional)
	04	Karyawan
	05	<i>Customer</i>
Indikator permasalahan	Strategi pemasaran	Menunjukkan Pertanyaan berkaitan dengan kode tersebut, missal strategi pemasaran berarti permasalahan yang berhubungan dengan strategi pemasaran.
	Kinerja perusahaan	
Kekuatan dan kelemahan		
Peluang dan ancaman		
Nomorurut pertanyaan	Strategi pemasaran	Misal, SP-01 berarti Strategi Pemasaran pertanyaan no satu.
	Kinerja perusahaan	
	Kekuatan dan kelemahan	
	Peluang dan ancaman	

Sumber : Olahan Peneliti (2018)

Penambahan tanda minus, titik dan garis miring berfungsi untuk pemisahan dan membantu memahami pengkodean ini.

F. Keabsahan Temuan

Penelitian kualitatif ini dikatakan valid jika tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Agar diperoleh temuan yang valid dan diyakini kredibilitasnya, maka peneliti harus menguji keabsahan datanya. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi antara lain *credibility* (derajat kepercayaan) dilakukan dengan memperpanjang pengamatan, peningkatan ketekunan, *triangulasi*, pengecekan teman sejawat dan analisis kasus negatif, *Transferability* (keteralihan), *Dependability* (kebergantungan), dan *Comfirmability* (kepastian).

Untuk menguji derajat kepercayaan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengecekan kebenaran datanya yaitu :

1. *Triangulasi* sumber adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, misalnya pemilik perusahaan, kepala bagian dan karyawan.
2. *Triangulasi* teknik adalah untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya observasi, wawancara mendalam, dan dokumen.