

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, masalah yang akan diteliti masih remang remang, bahkan gelap kompleks dan dinamis (Sugiono, 2017). Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan fokus penelitiannya adalah menganalisis strategi pemasaran tiga produk seperti Wuling Almaz, Cortz dan Confero.

Alasan utama peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena mobil Wuling di daerah Kediri memiliki banyak pesaing dari produk yang sudah mempunyai *brand* di Indonesia seperti Toyota, Daihatsu dan Honda, ketiga produk tersebut adalah produk keluaran Jepang, dengan adanya Wuling yang salah satu produk unggulan dari China agar dapat bersaing di industri otomotif Indonesia terutama di daerah Kediri. Dengan menggunakan penelitian kualitatif maka peneliti dapat menyampaikan hasil penelitian secara rinci dan naratif, yang akan menjelaskan karakter loyalitas fanatik secara lebih detail dan rinci

Teknik Analisis data dilakukan dengan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Gioia, Corley, dan Hamilton, 2012). Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan *in-depth interview* dengan informan. serta karakter Informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut: memahami dan mengetahui spesifikasi, pricelist harga mobil Wuling dan mempunyai pengalaman satu tahun di bidangnya.

Tabel 3.1
Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitian Gioia, Corley, Hamilton (2012)	Tahapan Pada Penelitian ini
1. <i>Research Design</i>	1. Pendefinisian pertanyaan penelitian
	2. Pemilihan kasus
	3. Penetapan informan dan protokol Penumpuan data.
2. <i>Data Collection</i>	4. Studi Lapangan
3. <i>Data Analysis</i> a. <i>Open Coding</i> b. <i>Axial Coding</i> c. <i>Selective Coding</i>	5. Analisis data a. <i>Open Coding</i> Analisis pembuktian alasan dalam strategi pemasaran penjualan mobil Wuling b. <i>Axial Coding</i> Analisis pembentukan alasan dalam strategi pemasaran komponen dan sub komponen. c. <i>Selective Coding</i> Analisis pembentukan komponen inti terkait alasan dalam strategi pemasaran Wuling..
4. <i>Grounded Theory Articulation</i> a. <i>Formulate dynamic relationships</i> b. <i>Transform static data structure into dynamic grounded theory model</i> <i>conduct additional consultations with the literature</i>	1. Pembentukan struktur data strategi pemasaran
	7. Pengakhiran penelitian

1.2 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian dan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan di teliti (Moleong 2015). Nara sumber yang akan diberi pertanyaan adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

Informan bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada kondisi secara garis besar, juga memahami konsep dan pengetahuan dengan peneliti, dan sering dijadikan tempat bertanya oleh peneliti.

Informan dalam penelitian ini adalah *Branch Manager, Supervisor, Sales Counter, Sales Field* karena mengetahui semua konsep, pricelist harga dan bahan diskon yang akan diberikan bagi konsumen yang akan membeli produk Wuling dan mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian yang akan dipelajari Untuk itu sebaiknya dalam pengumpulan data peneliti sebaiknya memulainya dari informan untuk mendapatkan gambaran yang utuh dan menyeluruh tentang masalah yang diamati. Kriteria pemilihan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel.3.2
Kriteria Informan

No	Nama	Umur	Jabatan	Lama Bekerja
1	Riko Supardji	41	<i>Branch Manager</i>	3 Tahun
2	Andik Setiawan	35	<i>Supervisor</i>	3 Tahun
3	Deviana Rulita	35	<i>Sales Counter</i>	3 Tahun
4	Nanda G.S	28	<i>Sales Counter</i>	3 Tahun
5	Leonardo	29	<i>Sales Field</i>	1 Tahun

Sumber : Diolah oleh peneliti 2021

Informan penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan PT Putra Perdana Indoniga, di dalam dealer Wuling sendiri dipilih beberapa orang sebagai informan utama, terdiri dari: Pertama, Bapak Riko Supardji *Branch Manager* dealer Wuling priode 2017-2021. Bapak Riko adalah karyawan dealer, dimana beliau adalah salah satu orang yang membidangi dunia pemarsan bidang otomotif Dari

beberapa orang yang aktif saat itu peneneliti memilih Bapak Riko karena beliau paling berkompeten untuk dijadikan informan penelitian. Pada masa observasi peneliti banyak direkomendasikan untuk bertemu Bapak Riko dan dari cara komunikasi beliau paling komunikatif karena dari segi umur masih muda. Kedua, Bapak Andik Setiwan *Supervisor* periode 2018-2021. Bapak Andik adalah *Supervisor* dealer Wuling yang masih aktif samapai sekarang. Salah satu tugas Pak Andik adalah sebagai koordinator bidang penjualan mobil Wuling dengan orang luar. Ketiga dan ke empat Ibu Deviana Rulita dan Nanda G.S, *Sales Counter* periode 2018-2021. Ibu Deviana dan Nanda yang masih aktif sampai sekarang, tugasnya adalah menawarkan mobil Wuling kepada konsumen yang datang ke delaeer. Kelima, Bapak Leonardo, *Sales Field* periode 2020-2021. Bapak Leo yang masih aktif sampai sekarang, tugasnya adalah menawarkan mobil Wuling kepada konsumen di luar deler Wuling atau di lapangan seperti penawaran di Mall, perusahaan lain atau di instansi-intansi. Dengan alasan itu peneliti memilih berbagai informan, pemilihan informan tersebut dilakukan secara acak saat peneliti mengumpulkan data

1.3 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Penelitian yang dilakukan sangat berkaitan erat dengan data yang diperoleh sebagai dasar dalam pembahasan dan analisis. Penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan skunder. Harapan dari hasil penelitian ini di dapatkan data yang valid dan relevan dengan objek yang diteliti, sehingga sumber data pada penelitian ini adalah

a. Data Primer (*Primary Data*)

Menurut Sugiyono, (2016) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Seperti wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab kepada beberapa pihak, antara lain: *Branch Manager, Supervisor, Sales Counter* dan *Sales Field*. Hal tersebut merupakan tahap awal nasabah melakukan negosiasi pembelian unit Wuling..

b. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Menurut Sugiyono (2017) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber antara lain dari dokumen perusahaan, laporan, buku, artikel, jurnal dan informasi lainnya yang mempunyai hubungan dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Untuk mendapatkan data ini dengan menanyakan langsung dengan kepada bagian *Branch Manager* tentang ketentuan wajib data yang di perlukan untuk pengambilan atau pembelian unit mobil Wuling. Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Profil PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Kediri meliputi sejarah berdirinya Wuling motors, Visi dan Wuling motors, Struktur Organisasi Wuling motors, dan ruang lingkup Wuling motors cabang Kediri.

2. Dokumen-dokumen yang meliputi : Laporan perhitungan Angsuran (pricelist), rekapitulasi daftar nasabah pembelian mobil baru, sistem dan prosedur pembiayaan mobil baru ke *customer*.

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standart untuk memperoleh data yang diperlukan. Untuk memperoleh data-data yang yang dapat di uji kebenarannya, relevan dan lengkap, maka dalam penelitian ini menggunakan instrumen sebagai berikut :

1. Metode Observasi (Pengamatan)

Tahap awal, observasi partisipan atau pengamatan terlibat. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi non partisipan dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam kehidupan informan, melainkan hanya sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2017). Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi. Metode ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung dengan lembaga yang terkait yaitu, PT. Putra Perdana Indoniaga (Wuling Motor) Cabang Kediri .meliputi lokasi lembaga, produk yang ditawarkan dan data-data penjualan produk Wuling di PT. Putra Perdana Indoniaga (Wuling Motor) Cabang Kediri.

2. Metode Wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*)

Peneliti tidak menggunakan teknik pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap dalam proses pengumpulan datanya, melainkan menggunakan wawancara bebas (Sugiyono, 2017). Peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada nara sumber yaitu *Branch Manager, Supervisor, Sales Counter* dan *Sales Field*, yang kemudian hasil dari wawancara digunakan peneliti sebagai bukti adanya alasan yang mendorong startegi pemasaran untuk mobil Wuling. Durasi dalam melakukan *in-depht interview* kurang lebih selama 30 menit yang topiknya mengacu pada apa yang ingin diketahui dan digali lebih dalam. Seluruh hasil dari *in-depht interview* direkam dan dicatat dalam sebuah *note*, yang kemudian di transkrip untuk menghindari bias dari peneliti.

Daftar pertanyaan yang akan diajukan penulis kepada nara sumber di Wuling Motor Cab Kediri antara lain:

- a. Strategi apa yang digunakan PT. Putra Perdana Indoniaga untuk memasarrkan produk Wuling Motors ?
- b. Bagaimana prosedur pembelian mobil wuling serta sistem *segmentasi, targeting* dan *positioning* yang ada pada PT. Putra Perdana Indoniaga?
- c. Siapa sajakah segmen segmen yang akan dituju untuk dikenalkan produk Wuling?
- d. Apa kelebihan dan kekurangan produk wuling yang akan di pasarka di daerah Kediri?
- e. Bagaimana cara mengatasi ancaman atau persaingan dengan produk lain seperti Daihatsu, Toyota dan Honda di daerah Kediri?

3 Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen dapat berbentuk gambar, tulisan atau karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2017). Dokumen yang dapat digunakan untuk evaluasi sistematis sebagai bagian dari studi mengambil berbagai bentuk contohnya termasuk iklan, agenda, peserta pertemuan, buku, brosur; buku harian, jurnal, surat, foto, bagan dan koran (Bowen, 2009). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data tentang pelaksanaan sistem segmentasi, *targeting* dan *positioning* pada PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Kediri.

1.4 Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2017).

Denkin (Raharjo, 2014) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu:

1. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant obervation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan

resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

2. Triangulasi teori. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis atau sering disebut pengkodean, merupakan proses utama penyusunan teori dari data. Hal ini meliputi penguraian data, pengkonsepan dan penyusunan kembali konsep dengan cara baru (Strauss dan Cobin, 2015). Dalam pengkodean (*coding*) terdiri dari tiga bagian utama, yaitu: pengkodean terbuka (*open coding*), pengkodean aksial (*axial coding*) dan pengkodean selektif (*selective coding*). Pengkodean terbuka (*open coding*) merupakan pendataan awal, dengan proses menguraikan, memeriksa, membandingkan, mengkonsepan dan mengkatagorikan data, yang selanjutnya menghasilkan suatu poros data yang dinamai pengkodean aksial. Sementara itu, pengkodean aksial (*axial coding*) merupakan prosedur penempatan data kembali dengan

cara-cara baru, dengan membuat kaitan antar katagori dan sub-katagori yang akan menghasilkan fenomena inti (*core phenomenon*). *Selective coding* (pengkodean terpilih) adalah pengkodean tahap akhir yang meliputi penelusuran (*scanning*) pada semua data dan kode-kode sebelumnya. Tahap terakhir ini dilakukan saat peneliti telah siap melakukan pengkodean terakhir, telah mengidentifikasi tema-tema utama

