

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Dalam rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode study kasus. Kegunaan pendekatan kualitatif yaitu untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan suatu data yang mendalam dan suatu data yang mengandung makna. Makna merupakan data yang sesungguhnya dan dibalik data yang terlihat terdapat nilai atau disebut juga data yang pasti (Sugiyono, 2017b). Oleh karena itu penelitian kualitatif menekankan pada generalisasi, tetapi lebih kepada penekanan makna. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bermaksud untuk mengungkapkan data dan informasi sebanyak mungkin tentang strategi pemasaran oleh pelaku *frozen food*.

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti menggunakan teknik analisis data *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Gioia, Coerley, 2012). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah informan yang dalam penelitian ini berjumlah 2 orang dengan karakteristik: pemilik usaha *Frozen food*. Sumber data sekunder yang digunakan adalah berupa buku, jurnal dan situs *website*, yang selanjutnya teknik pengumpulan data dengan cara melakukan *in-depth interview* dengan informan.

**Tabel 3.1 Rancangan penelitian**

<b>Tahapan Penelitian Gioia, Corley, Hamilton (2012)</b>	<b>Tahapan Pada Penelitian ini</b>
1. <i>Research Design</i>	1. Pendefinisian pertanyaan penelitian
	2. Pemilihan kasus
	3. Penetapan informan dan protokol pengumpulan 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 adanya strategi pemasaran pada pelaku usaha dibidang <i>frozen food</i> b. <i>Axial Coding</i> Analisis pembentukan adanya strategi pemasaran pada <i>frozen food</i> : komponen dan sub komponen. c. <i>Selective Coding</i> Analisis pembentukan komponen inti terkait bagaimana strategi pemasaran pada <i>frozen food</i>

### 3.2 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini riset kualitatif tidak bertujuan untuk membuat generalisasi hasil penelitian. Hasil riset kualitatif bersifat kontekstual dan kasuistik yang hanya berlaku pada waktu dan tempat tertentu sewaktu riset dilakukan. Menurut (Shah & Corley, 2006) “*Researchers might choose samples in which they expect to support the emergent theory or samples in which they expect to refine and extend the emergent theory*” yang artinya

peneliti dapat memilih sampel yang diharapkan untuk mendukung teori yang muncul atau memilih sampel yang diharapkan untuk memperbaiki teori atau memperluas teori baru. Sampel pada penelitian kualitatif diharapkan dapat menjadi kunci jawaban untuk penelitian yang dilakukan. Sampel pada penelitian kualitatif disebut informan atau subjek riset, yaitu orang-orang yang diwawancarai atau diobservasi sesuai dengan tujuan dilakukannya sebuah riset. Informan dalam penelitian kualitatif disebut sebagai subjek dan bukan obyek karena informan dianggap aktif mengkonstruksi realitas, bukan sekedar obyek yang hanya mengisi kuesioner (R Kriyantono, 2013). Sumber data atau informan dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria yaitu pemilik usaha dibidang *frozen food* yang sudah berjalan satu tahun atau lebih. Pembatasan informan tersebut karena pelaku usaha dapat memberikan jawaban yang bisa dipertanggung jawabkan dan sesuai dengan pertanyaan yang diajukan untuk penelitian serta informasi yang diberikan cukup jelas, sehingga dapat memiliki pemahaman yang baik terkait pertanyaan yang diajukan peneliti. Selain itu pemilihan informan dapat dipilih dari rekomendasi informan pertama (*snowball sampling*) yang memungkinkan peneliti mendapatkan data secara jelas terkait informan lainnya yang dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman dalam memasarkan produk *frozen food*.

### **3.3 Teknik pengumpul data**

Dalam pengumpulan data yang akurat, dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu :

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dengan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapat, pengalaman yang dirasakan, ide-ide dari informan. Informan dari penelitian ini adalah pelaku usaha *frozen food*. Pelaksanaan dan data hasil wawancara direkam, dicatat kedalam note, dan di transkripkan untuk menghindari bias dari peneliti. Peneliti juga menggunakan pedoman saat wawancara yang berguna untuk memeriksa setiap data apabila data tersebut tidak relevan dan kemungkinan terjadi pengulangan data dari pertanyaan yang telah dinyatakan atau dibahas. Jenis-jenis data pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yang saling berkaitan, yaitu :

- a. Pertanyaan tentang apa alasan mengapa memilih usaha *frozen food* ?
- b. Bagaimana cara memasarkan produk *frozen food* tersebut ?
- c. Bagaimana strategi dalam mempertahankan usaha *frozen food* ?

Alat yang digunakan peneliti dalam melakukan wawancara adalah:

- a. *Handphone*: digunakan oleh peneliti untuk mengambil dokumen seperti foto dan merekam percakapan peneliti dengan informan pada saat wawancara berlangsung.
- b. *Note* kecil (buku catatan kecil): digunakan peneliti untuk mencatat poin-poin utama yang akan ditanyakan peneliti kepada informan, sekaligus digunakan untuk memudahkan penulisan kembali setiap jawaban yang diperoleh dari informan.

## 2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan baik yang dilakukan individu ataupun kelompok tertentu, tanpa melakukan adanya pertanyaan atau komunikasi langsung pada individu yang diteliti. Peneliti melakukan pengamatan ini agar mendapat gambaran yang jelas tentang kenyataan dan kondisi yang sesungguhnya, selanjutnya membuat catatan-catatan hasil pengamatan tersebut.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi non partisipan dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam kehidupan informan, melainkan hanya sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2017b). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah meneliti tentang strategi pemasaran oleh pelaku usaha *frozen food*. Peneliti memilih hal-hal yang diamati dalam observasi dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 3. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen dapat berbentuk gambar, tulisan atau karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2017a) . Dalam penelitian ini dokumen diperoleh dari informan berupa foto instagram dan facebook pemilik usaha *frozen food* sebagai bukti penjualan yang dimiliki oleh informan. Dokumen berupa foto tersebut dapat membantu peneliti untuk membuktikan bahwa informan benar adanya sebagai pelaku usaha *frozen food*. Peneliti juga menggunakan dokumen berupa jurnal yang relevan dengan penelitian ini untuk memperkuat data yang telah didapatkan.

### **3.4 Keabsahan Data**

1. Triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*) dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau penulisan pribadi dan gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.
2. Triangulasi teori, hasil dari penelitian kualitatif dari sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi tersebut kemudian dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk

menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

### 3.5 Trustworthines

Menurut Lincoln dan Guba (1985) dalam Danim (2012), tingkat kepercayaan hasil penelitian dapat dicapai jika peneliti berpegang pada empat prinsip, yaitu: derajat kepercayaan (*creadibility*), ketergantungan (*dependability*), keteralihan (*transferability*), dan kepastian (*confirmability*).

1. *Credibility* (Derajat Kepercayaan) Uji kredibilitas data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, melakukan referensi, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat. Dalam penelitian ini uji kredibilitas telah dilakukan dengan meningkatkan kredibilitas peneliti, melalui latihan-latihan yang telah dilakukan dengan para pakar penelitian kualitatif dalam hal ini adalah pembimbing. Latihan yang dilakukan diantaranya adalah latihan wawancara dan latihan observasi. Peningkatan ketekunan dalam penelitian dilakukan dengan selalu meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri dalam melakukan wawancara dan melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Diskusi dengan teman sejawat dalam hal ini dengan koordinator perkesmas dan pembimbing. Dilakukan referensi, penggunaan bahan referensi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah adanya pendukung untuk

membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti misalnya rekaman wawancara.

2. *Transferability* atau validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel itu diambil (Moleong, 2017). Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya termasuk penelusuran literatur hingga membuat dan melaporkan hasil penelitian secara rinci, jelas dan sistematis
3. *Confirmability* adalah objektivitas atau netralitas data, dimana tercapai persetujuan antara dua orang atau lebih tentang relevansi dan arti data. Penelitian dikatakan objektif bila telah disepakati informan. Peneliti telah melakukan *confirmability* dengan menunjukkan hasil yang telah dibuat pada informan dan pembimbing untuk mendapatkan saran dan komentar
4. *Dependability* disebut juga reliabilitas, adalah kestabilan data dari waktu ke waktu. Salah satu tehnik untuk mencapai *dependability* adalah dengan melibatkan suatu penelaahan data dan literatur yang mendukung secara menyeluruh dan detail oleh seorang penelaah eksternal (Polit & Beck, 2006). Penelaah eksternal yang telah dilibatkan dalam penelitian ini adalah para pembimbing selama melakukan penelitian ini.

### **3.6 Teknik Analisis data**

Analisis data kualitatif dilakukan dengan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*, yang dimulai dengan *open coding* untuk mengidentifikasi



konsep yang sesuai kenyataan dengan data dan mengelompokkannya menjadi beberapa kategori (Gioia, Coerley, 2012). *Open coding*, analisis pembuktian adanya pelaku usaha dibidang *frozen food* melalui proses interpretif dengan memecah-mecah data menjadi dimensi komponen pembentuk. *Axial coding* dilakukan untuk mengetahui pembentukan alasan memilih usaha dibidang *frozen food* (Gioia, Coerley, 2012). *Axial coding* dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha *frozen food* yang telah didapat pada *open coding* sebelumnya. *Selective coding* adalah proses interaksi antar komponen dan sub komponen (sub alasan) usaha mempertahankan bisnis *frozen food* (Gioia, Coerley, 2012).

