BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif-analisis. Menurut (Sugiono: 2014) adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Penelitian ini dilakukan di Lesoeng Butik & Batik Ponorogo, dengan harapan bisa mendekripsikan strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan batik dan faktor-faktor penting dalam strategi pemasaran batik di Lesoeng Butik & Batik Ponorogo.

3.2 Jenis Data

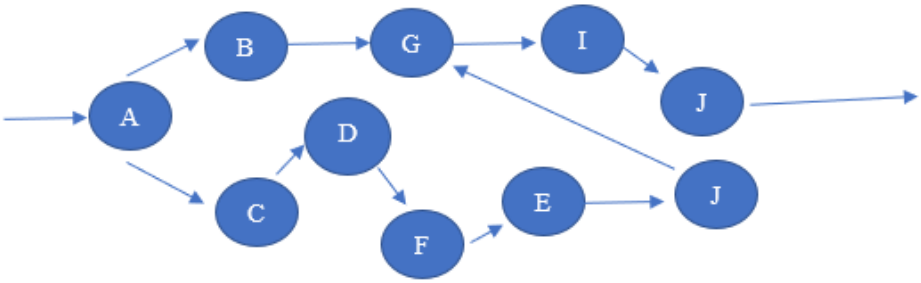
Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini data primer dan data skunder. Data primer diperoleh dari sumber langsung, pemilik Lesoeng Butik & Batik Ponorogo, terutama menggali strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan batik dan faktor-faktor penting dalam strategi pemasaran batik di Lesoeng Butik & Batik Ponorogo. Juga data skunder terkait dengan data-data perkembangan pemasaran batik dari tiga (3) tahun terakhir.

3.3 Pemilihan Informan

Untuk menetukan informan dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik *purposive sampling dan snowball sampling*. Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang penulis harapkan, atau mungkin informan sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. Dalam teknik purpose sampling peneliti memilih subyek penelitian dengan tujuan untuk menentukan informan kunci (*key informan*) yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan secara sengaja tanpa dibuat-buat untuk mendapatkan kekuatan akurasinya.

Teknik pengambilan sampel sumber data dalam penelitian kualitatif yang bersifat purposive dan snowball (Sugiono, 2014) dapat digambarkan seperti di bawah ini:



Gambar 2

Proses Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball

Berdasarkan gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti telah merencanakan A sebagai orang pertama yaitu sumber data. Informal awal ini sebaiknya dipilih orang yang bisa “membukakan pintu” untuk mengenali keseluruhan medan secara luas (mereka yang tergolong gatekeeper/ penjaga gawang dan knowledgeable informan/ informan yang cerdas). Selanjutnya oleh A di sarankan ke B dan C. Dari B dan C belum memperoleh data yang lengkap, maka peneliti ke F dan G. Dari F dan G belum memperoleh data yang akurat, maka

peneliti pergi ke E, selanjutnya ke H dan ke G, ke I dan terakhir ke J. Setelah J data sudah jenuh, sehingga sampel sumber data sudah mencukupi, dan tidak perlu menambah sampel yang baru.

Dalam penelitian dengan judul Faktor-Faktor Penting dalam Strategi Pemasaran Batik di Lesoeng Butik & Batik Ponorogo yang dianggap mengetahui adalah **pemilik (*owner*) dan sekaligus manajer** perusahaan tersebut dari sejarah berdirinya, perkembangannya dan tentunya terkait dengan strategi pemasarannya. Kemudian untuk melengkapi informasi/ data tersebut dilakukan wawancara kepada karyawan atau orang yang dipercaya memahami detail dari strategi pemasaran perusahaan tersebut. Begitu seterusnya hingga dianggap jenuh atau menjawab dari tujuan penelitian ini.

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lesoeng Butik & Batik Ponorogo. Sedangkan rencana penellitian akan dilakukan pada bulan Januari-Mei 2022.

3.5 Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan batik dan faktor-faktor penting dalam strategi pemasaran batik di Lesoeng Butik & Batik Ponorogo,

3.5.1 Wawancara

Dengan menggunakan wawancara mendalam. Menurut (Moleong, 2005 : 186) wawancara mendalam (*In-depth Interview*) merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara

mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Ada beberapa pertanyaan kunci yang akan digali dan dikembangkan dalam penelitian ini, antara lain, yaitu:

Tabel 2: Daftar Pertanyaan

No	Daftar Pertanyaan	Informan	Keterangan
1	Bisa diceritakan berdirinya Lesoeng Butik & Batik ditengah kondisi yang tidak mudah ? Peluangan, tantangan, kendala, dll	Owner	Profil perusahaan & berdirinya serta perkembangannya
2	Strategi apa yang efektiv digunakan Lesoeng Butik & Batik dalam memasarkan batik di Ponorogo ? Faktor Product, Price, Promotion, Place, dan People ? Penjualan dalam 3 tahun terakhir.	Manajer	Faktor-Faktor Penting dalam Strategi Pemasaran Batik di Lesoeng Butik & Batik
3	Apa menurut Anda yang menarik dari Lesoeng Butik & Batik ? Faktor Product, Price, Promotion, Place, dan People ?	Konsumen/ pelanggan	Faktor-Faktor Penting dalam Strategi Pemasaran Batik di Lesoeng Butik & Batik

3.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi, terutama untuk mendapatkan data-data skunder terkait dengan dengan data-data perkembangan pemasaran batik dari tiga (3) tahun terakhir atau data lain yang relevan dan dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.5.3 Observasi

Dengan observasi, dimana peneliti hadir dan melakukan pengamatan terkait strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan batik dan faktor-faktor penting dalam strategi pemasaran batik di Lesoeng Butik & Batik Ponorogo dengan mencatat, mengambil gambar dan data lain yang dibutuhkan.

3.6 Metode Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif memiliki empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Untuk lebih jelas dalam setiap langkahnya, akan kita bahas bersama di bawah ini. Langkah-langkah tersebut sebagai berikut:

1) Reduksi Data

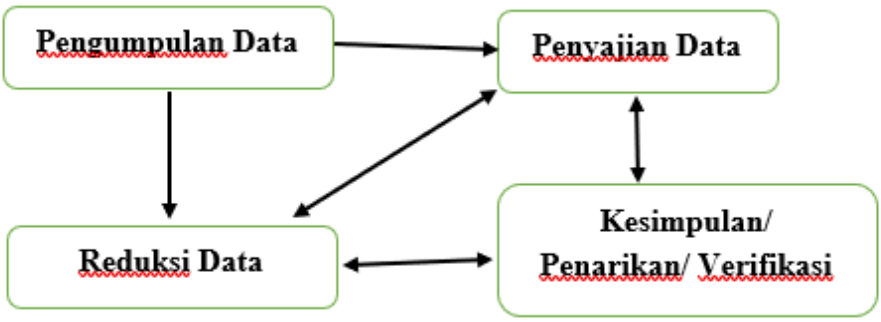
Reduksi data merupakan tahap dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data merupakan penyederhanaan, penggolongan, dan membuang yang tidak perlu data sedemikian rupa sehingga data tersebut dapat menghasilkan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Banyaknya jumlah data dan kompleksnya data, diperlukan analisis data melalui tahap reduksi. Tahap reduksi ini dilakukan untuk pemilihan relevan atau tidaknya data dengan tujuan akhir.

2) Display Data

Display data atau penyajian data juga merupakan tahap dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data merupakan kegiatan saat sekumpulan data disusun secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan menghasilkan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif bisa berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan ataupun bagan. Melalui penyajian data tersebut, maka nantinya data akan terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

3) Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap akhir dalam teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis hendak dicapai. Tahap ini bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan memungkinan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid, maka kesimpulan yang dihasilkan merupakan kesimpulan yang kredibel. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep dasar analisis tersebut lebih tepat dan obyektif. Secara sederhana terlihat berikut:



Gambar 3

Analisa Data Model Miles dan Huberman

(Sumber: Sugiyono, 2014)