

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Indra Jaya (Jaya, 2019) metode penelitian adalah sesuatu yang akan menjadi hal atau bahan perhatian dari penelitian yang akan dilakukan. Pendapat lainnya mengemukakan bahwa objek penelitian merupakan persoalan yang akan diambil atau dijadikan titik perhatian dari penelitian yang kemudian akan diteliti untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan (Fitrah & Lutfiyah, 2017).

Objek penelitian ini adalah penerapan strategi digital marketing dari produk fermentasi gastronomi unggulan di desa Cisambeng dan subjek dalam penelitian ini adalah *Nona Helix* (sembilan mata air yang terdiri dari pengusaha, pemerintah, pekerja, pemasok, pakar, pemerhati, penikmat, lembaga swadaya masyarakat, dan teknologi informasi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digital marketing yang tepat untuk produk fermentasi gastronomi unggulan di desa Cisambeng Kabupaten Majalengka.

3.2 Jenis dan Metode Penelitian

Metode dalam penelitian yaitu metode kualitatif. Penelitian kuantitatif dan kualitatif memiliki perbedaan dalam masalah penelitian (research question). Penelitian kuantitatif menekankan pada pertanyaan — *what, do, does, is, dan are,*” sedangkan penelitian kualitatif menekankan perhatian pada pertanyaan “*how dan why*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar ilmiah dengan maksud dengan menafsirkan fenomena dimana peneliti menjadi instrumen kuncinya (Albi Anggito & Setiawan, 2018).

Data yang diperoleh merupakan hasil wawancara, dokumentasi dan kuesioner selama penulis melakukan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan strategi digital marketing pada produk fermentasi di Desa Cisambeng.

3.3 Operasional Instrumen Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa variabel yang akan di teliti dan berhubungan satu sama lainnya.

Tabel 3. 1 Operasional Instrumen Penelitian

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
Gastronomi	Gastronomi adalah seni dalam kuliner dan cara memasak selain itu juga termasuk didalamnya perilaku manusia dalam memilih bahan baku, mencicipi, merasakan, menghidangkan masakan dan mengalami pengalaman konsumsi serta mencari, meneliti, mempelajarinya lalu menulis tentang pangan dan segala hal yang berkaitan didalamnya dengan etika, etiket dan gizi manusia di setiap bangsa (Bangun & Turgarini, 2021).	Filosofi, sejarah, tradisi dan sosial	Mengetahui filosofi, sejarah tradisi dan sosial dan juga belajar mengenai kandungan gizi pada makanan khas daerah tertentu menambah ilmu wisatawan atau masyarakat tentang asal mula suatu makanan.
		Kandungan Gizi	
		Pengalaman unik	Mencari pengalaman unik yang didapatkan dan juga belajar mengenai etika dan etiket dapat merasakan tradisi dan budaya di suatu daerah.
		Etika dan etiket	
		Mencicipi	Mencicipi dan menghidangkan makanan membuat wisatawan belajar cara menghidangkan dan mencoba makanan khas yang telah dibuat.
		Menghidangkan	

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		Memasak/ kuliner	Mengetahui cara atau proses memasak dan bahan baku yang digunakan memberi ilmu pada wisatawan atau masyarakat
		Bahan baku	mengenai pengolahan mulai dari bahan mentah menjadi bahan jadi atau suatu hidangan.
		Meneliti dan menulis makanan (Turgarini, 2018)	
Gatronomi/ produk Unggulan	Produk unggulan merupakan produk potensial yang dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan SDA dan SDM lokal yang beorientasi pasar dan dapat bersaing di pasaran.	Aspek pasar dan pemasaran	Untuk memastikan komoditas yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan baik.
		Aspek teknik dan produksi	Untuk menentukan kapasitas produksi daerah sekaligus pengendalian kualitas hasil produksi.
		Aspek sosial ekonomi dan lingkungan	Untuk menentukan daya dukung sumber daya ekonomi daerah serta kaitannya dengan lingkungan.
		Aspek manajemen dan legalitas	Untuk menjamin kelancaran proses produksi komoditas unggulan.

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		Aspek keuangan (Kristiawan, 2021)	Untuk memastikan dukungan dana yang cukup bagi pelaksanaan proses produksi.
Digital Marketing	Digital marketing adalah upaya dalam mempromosikan produk atau merek dengan memanfaatkan media digital yang dapat menggapai konsumen secara efektif dan efisien (Lucyantoro & Rachmansyah, 2018).	<i>Website</i>	Merancang website perusahaan yang bertujuan agar konsumen mendapatkan informasi mengenai produk.
		<i>Search Engine Marketing</i>	<i>Search Engine Marketing</i> salah satu bagian penting dari website atau proses pengaturan konten dari website agar pengguna mudah menemukan konten yang mereka cari
		<i>Web Banner</i>	Membuat kotak untuk menarik konsumen di dalam website perusahaan.
		<i>Social Network</i>	Termasuk forum yang membahas topik-topik terkini
		<i>E-mail Marketing</i>	e-mail masih menjadi alat yang penting untuk kegiatan pemasaran digital yang bertujuan untuk menjaga hubungan konsumen atau calon konsumen yang mau menerima informasi lewat e-mail

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
		<i>Affiliate marketing and strategic partnership</i>	Kegiatan bekerja sama dengan perusahaan lain untuk memproduksi produk atau layanan.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan data yang didapatkan atau di kumpulkan secara langsung dari sumber datanya, data primer juga disebut sebagai data asli atau data baru yang bersifat *up to date* sedangkan sumber data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada seperti BPS, buku atau jurnal (Sandu Siyoto, 2015).

Penelitian ini menggunakan sumber data primer untuk menganalisis setiap variabelnya. Dalam penelitian ini data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek tempat penelitian dilakukan. Data primer di peroleh dari hasil wawancara mendalam dengan informan dan kuesioner yang dibagikan dan data sekunder diperoleh dari dokumentasi.

3.5 Populasi dan sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dengan karakteristik tertentu ada yang jumlahnya terhingga dan ada yang tak terhingga. Penelitian hanya dapat dilakukan pada populasi yang jumlahnya terhingga saja (Hartono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan wisatawan Kabupaten Majalengka.

Tabel 3. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Majalengka 2022

No	Nama Daerah Daya Tarik Wisata	Jumlah Kunjungan
1	Terasering Panyaweuyan	28.427
2	Paralayang	20.991
3	Waterboom Tirta Indah	38.454
4	Curug Muara Jaya	14.669
5	Situ Cipanten	74.015
6	Prabu Siliwangi	22.162
7	Talaga Herang	13.799
8	Buper Cibaringkeng	3.441
9	Sawiah	920
10	Cikadongdong	15.913
11	Curug Cipeuteuy	12.347
12	Jembar Waterpak	35.171
13	Talaga Pancar	5.793
14	Kebon Teh Cipasung	3.532
15	Buper Panten	3.905
16	Cadas Gantung	1.982
17	Bukit Merkuri	0
18	Taman Dinosaurus	16.752
19	Nyimas Cincin	1.951
20	Gunung Karang	1.837
21	Situ Sangiang	4.889
22	Buper Awi Lega	565
23	Curug Sawyer	176
24	Gunung Ciwaru	1.072
25	Curug Leles	1.665
26	Bukit Kanaga	2.247

No	Nama Daerah Daya Tarik Wisata	Jumlah Kunjungan
27	Batu Nyongclo	345
28	Bukit Pelangi	1.114
29	Terasering Ciboer	24.542
30	Cidewata	0
31	Buper Gunung Putri	159
32	Kolam Renang Khuzama	6.021
33	Kolam Renang Tawakal	2.763
34	Taman Air Rajawali	28.037
35	Kolam Renang Tohaga Indah	21.067
36	Water Boom Tirta Bima	2.851
37	Kids Fun Yogya	29.764
38	Games Master UD	29.568
Total		472.906

(Sumber: <http://data.majalengkakab.go.id/>, 2023)

3.5.1 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga sampel yang diambil dapat mewakili atau representatif bagi populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Penulis menggunakan dua teknik sampling yaitu purposive sampling untuk responden wisatawan dan teknik snowball untuk wawancara kepada *nona helix* (sembilan mata air). *Snowball sampling* atau dikenal juga dengan istilah *network sampling* atau *chain sampling*, karena pengambilan sampel dapat menggunakan *network* atau jaringan yang ada seperti hubungan teman, kerja atau lainnya (I ketut Swarjana, 2022). Teknik sampel ini seperti bola salju yang menggelinding makin lama maka akan semakin besar. *Sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pemilihan sekelompok subjeknya didasarkan atas ciri-ciri yang dipandang ada kaitannya

dengan ciri-ciri populasi yang diketahui sebelumnya (I Putu Ade dan I Gusti Agung, 2018).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data adalah melalui wawancara mendalam, studi literatur dan studi dokumentasi dan kuesioner. Wawancara mendalam bermanfaat terhadap penelitian yang bertujuan untuk mencari informasi sedetail mungkin tentang pemahaman seseorang atau ingin mengetahui masalah baru secara mendalam. A. Muri Yusuf (Yusuf, 2017) mendefinisikan Wawancara sebagai berikut, “Wawancara merupakan komunikasi langsung yang dilakukan antara pewawancara dengan sumber informasi atau narasumber.

Studi literatur secara umum dapat dipahami dengan mempelajari buku yang berkaitan dengan masalah dalam objek penelitian. Peneliti dalam hal ini memanfaatkan studi literatur dengan mempelajari buku atau jurnal-jurnal yang dapat membantu dalam proses penelitian. Peneliti mencari buku dan jurnal yang berkaitan dengan strategi digital marketing, gastronomi dan produk fermentasi. Peneliti mempelajari buku dengan membaca terlebih dahulu kemudian mencatat hal yang penting dan dibutuhkan dalam penelitian. Studi literatur berfungsi dalam penelitian sebagai dasar acuan teoritis yang digunakan oleh peneliti.

Studi dokumentasi dapat mengumpulkan data berupa foto yang dapat digunakan peneliti sebagai alat untuk keperluan penelitian kualitatif. Menurut Mardawani studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif dengan mengamati dokumen yang dibuat oleh subjek itu sendiri atau orang lain mengenai subjek penelitian (Mardawani, 2020).

3.7 Triangulasi

Triangulasi pada dasarnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti saat mengumpulkan dan menganalisis data. Selain reduksi data peneliti juga menggunakan triangulasi untuk mengecek keabsahan suatu data yang dimana dapat diartikan bahwa triangulasi adalah suatu metode atau teknik untuk memeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dengan membandingkan hasil wawancara dengan objek penelitian. Teknik triangulasi yang

digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber didasarkan pada penggabungan informasi yang berbeda dari sumber yang berbeda, dipelajari pada waktu yang berbeda, di tempat yang berbeda, dan oleh orang yang berbeda (Denzim,2018).

3.8 Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif dimulai dengan pengumpulan data dan setelah pengumpulan data dalam jangka waktu tertentu. Analisis data kualitatif bersifat jenuh atau stabil karena dilakukan secara interaktif dan periodik hingga tuntas

3.8.1 Teknik Analisis Data Gambaran Sosial & Wilayah dan Gastronomi

1. Reduksi data

Reduksi data adalah salah satu langkah yang dilakukan untuk merangkum hasil penelitian yang didapatkan di lapangan yang dianggap hal utama atau penting bagi penulis. Reduksi data bertujuan untuk memberikan kemudahan pengumpulan data bagi peneliti sehingga mendapatkan gambaran yang lebih rinci.

2. Display data

Display data merupakan salah satu langkah untuk memberikan gambaran secara lengkap atau utuh dari hasil data yang sudah dikumpulkan sebelumnya.

3. Kesimpulan data

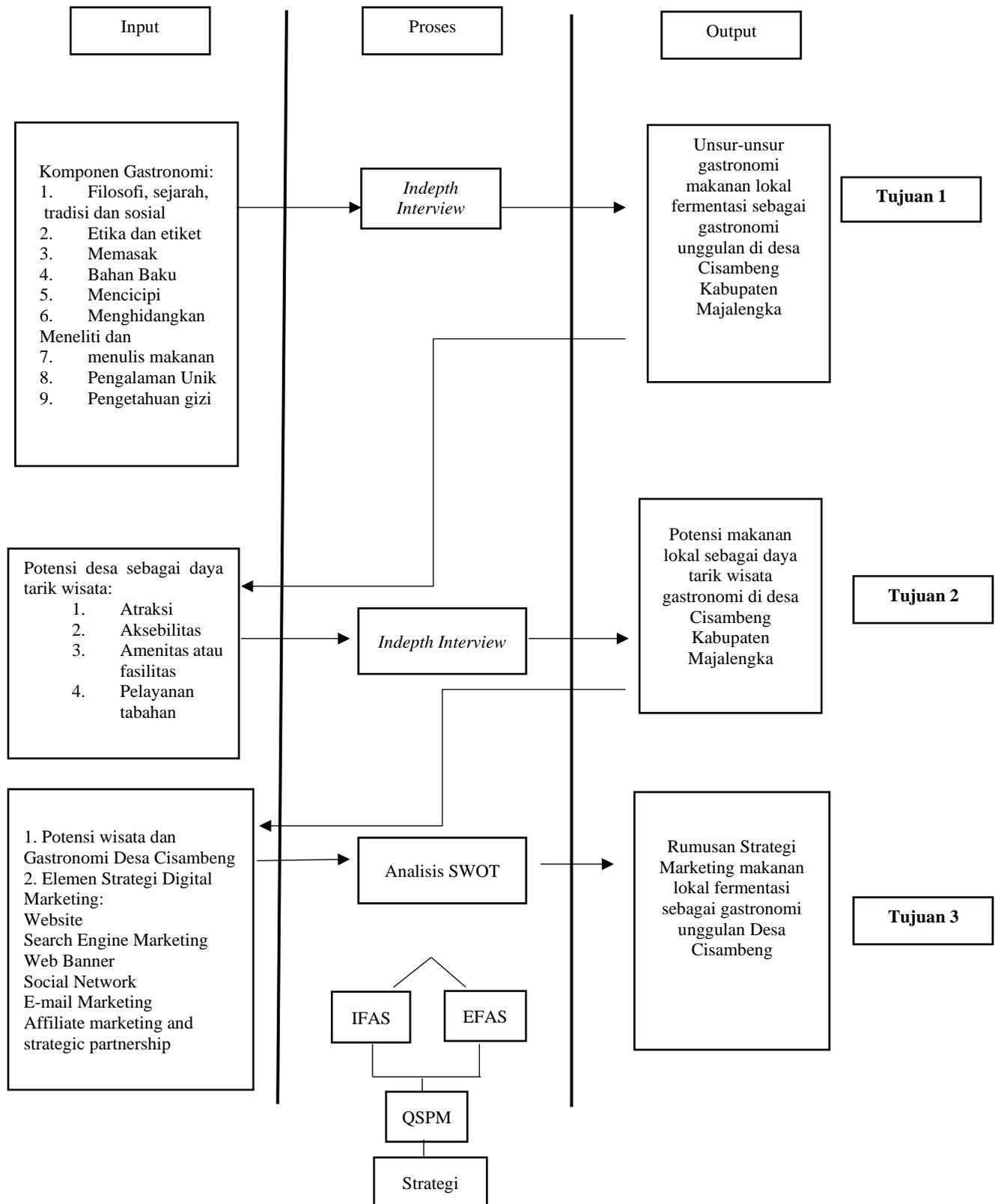
Data yang telah terkumpul secara rinci dan utuh kemudian dicari data yang penting yang kemudian akan mendapatkan makna dari data yang sudah didapatkan. Penyajian data selanjutnya disusun dalam bentuk uraian sesuai hasil yang diperoleh.

3.8.2 Teknik Analisis Data Strategi Marketing

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SWOT dimana analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

3.9 Diagram Alur Penelitian

Diagram alir penelitian ini dijadikan sebagai acuan jalannya penelitian yang dilakukan peneliti. Penelitian ini memiliki 3 tahapan yaitu pertama mengidentifikasi kondisi wilayah dan sosialnya agar dapat mengetahui ketersediaan bahan baku. Tahap kedua yaitu menganalisis faktor yang menyebabkan produk fermentasi tempe menjadi gastronomi unggulan yang dilakukan dengan metode wawancara mendalam. Tahap terakhir yaitu merumuskan bagaimana strategi digital marketing untuk produk fermentasi tempe sebagai gastronomi unggulan yang dilakukan dengan analisis SWOT. Sebagai acuan disajikan diagram alur sebagai berikut.



Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitian

(Sumber: Data diolah Penulis, 2023)