

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang suatu hal (Sugiyono, 2019). Objek pada penelitian ini ialah 7 Langit Kopi yang merupakan UMKM di industri *Food And Beverage* (FnB) dengan produk utama minuman kopi. 7 Langit Kopi terletak di Jl. Siliwangi No. 97, Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat. Lokasi usaha ini yang melatarbelakangi penelitian dalam menentukan objek penelitian ini yaitu banyaknya pesaing disekitar tempat usaha khususnya di Kecamatan Tawang. Ketatnya persaingan membuat 7 Langit Kopi membutuhkan strategi pemasaran agar dapat memenangkan pasar persaingan.

3.2. Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), metode penelitian adalah pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kualitatif adalah metode yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk menyelidiki kondisi objek penelitian secara alami. Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian menekankan pada generalisasi. Sedangkan menurut Fadli (2021), penelitian kualitatif adalah studi yang mengeksplorasi kualitas hubungan, aktivitas, situasi, atau berbagai materi. Dengan kata lain, penelitian kualitatif lebih fokus pada deskripsi menyeluruh yang dapat menjelaskan secara rinci mengenai kegiatan atau situasi yang sedang berlangsung, daripada membandingkan efek perlakuan tertentu atau menjelaskan sikap serta perilaku individu.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus (*case study*). Menurut Creswell (2014), penelitian studi kasus adalah pendekatan kualitatif yang menyelidiki kehidupan nyata, sistem terbatas kontemporer (kasus), atau berbagai sistem terbatas, melalui pengumpulan data yang mendetail dan mendalam. Proses ini melibatkan berbagai sumber informasi atau sumber majemuk (seperti pengamatan, wawancara, bahan audiovisual, dan dokumen berbagai laporan) untuk menyajikan deskripsi dan tema dari kasus yang diteliti.

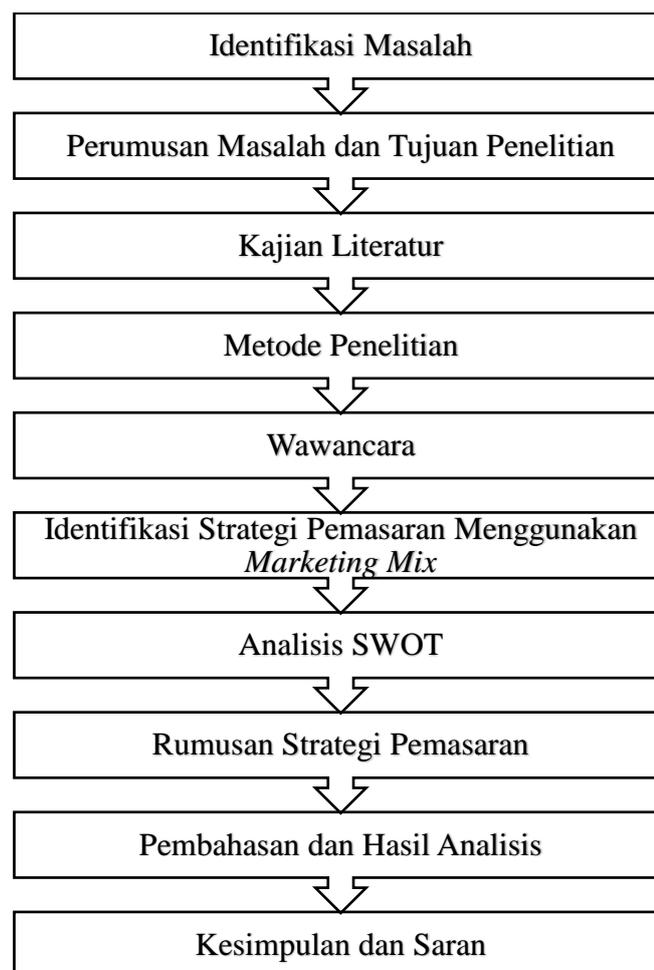
Penelitian kualitatif dengan metode studi kasus pada penelitian ini dimaksudkan untuk menyajikan informasi mengenai strategi pemasaran. Dengan menggunakan penelitian kualitatif peneliti akan menyajikan penelitian dalam bentuk deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena yang diteliti oleh peneliti.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan bahan acuan bagi peneliti untuk mencapai tujuan penelitiannya. Peneliti menggunakan desain penelitian studi kasus untuk mencapai tujuan penelitiannya. Menurut Sugiyono (2020), studi kasus adalah salah satu jenis penelitian kualitatif, peneliti melakukan eksplorasi mendalam terhadap program, kejadian, proses, atau aktivitas yang melibatkan satu atau lebih individu dalam konteks waktu dan aktivitas tertentu. Peneliti mengumpulkan data secara rinci dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data secara berkesinambungan. Sedangkan menurut Raharjo & Gudnato (2011), studi kasus adalah metode untuk memahami individu secara integratif dan komprehensif, dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai individu tersebut serta masalah yang dihadapinya, sehingga masalah dapat diselesaikan dan individu dapat mengalami perkembangan yang positif. Sesuatu dijadikan kasus umumnya karena adanya masalah, kesulitan, hambatan, atau penyimpangan, namun bisa juga dipilih sebagai kasus meskipun tidak ada masalah, bahkan karena keunggulan atau keberhasilannya.

Dalam melakukan desain penelitian langkah pertama yang harus dipahami adalah permasalahan yang akan dicarikan solusi atau cara penyelesaiannya. Oleh

karena itu, tahap pertama adalah mencari masalah yang terjadi pada objek penelitian yang kemudian dijadikan sebagai judul penelitian. Setelah masalah ditemukan, selanjutnya adalah merumuskan masalah dan tujuan masalah dari penelitian. Setelah itu, hal yang dilakukan adalah mencari kajian literatur yang berkaitan dengan masalah atau judul penelitian. Selanjutnya, peneliti menentukan metode yang akan digunakan pada penelitian agar arah penelitian ini jelas sehingga tujuan penelitian tercapai dengan efisien. Setelah itu peneliti mulai untuk melakukan penelitian dengan wawancara untuk pengambilan data penelitian. Selanjutnya hasil wawancara tersebut diolah dan diidentifikasi dengan *marketing mix*. Kemudian, hasil identifikasi akan dianalisis dengan *tools* SWOT dan disajikan dalam bentuk rumusan strategi pemasaran. Jika rumusan strategi sudah selesai, terakhir akan ditutup dengan kesimpulan dan saran. Berikut merupakan rancangan desain pada penelitian ini:



Gambar 3. 1 Rancangan Desain Penelitian

3.3. Sumber dan Alat Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Dalam penelitian yang dilakukan, proses pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yaitu:

1. Data Primer

Pada penelitian ini, data primer yang didapat adalah hasil dari observasi, kuesioner, dan wawancara langsung kepada pemilik usaha 7 Langit Kopi dengan bahasan mengenai strategi pemasaran yang dilengkapi dengan catatan tertulis atau menggunakan alat bantu rekam (*handphone*).

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui pengumpulan informasi dari studi literatur seperti buku, artikel, dan sumber lainnya, serta dari jurnal dan laporan penelitian yang relevan dengan topik penelitian, yaitu strategi pemasaran.

3.3.2 Alat Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa alat atau metode yaitu observasi, wawancara langsung, studi literatur, dan dokumentasi.

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2019), observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang sedang diteliti. Pada penelitian ini, Observasi yang dilakukan adalah observasi natural, yaitu pengamatan yang dilakukan di lingkungan alami subjek tanpa adanya upaya untuk mengontrol atau merencanakan manipulasi terhadap perilaku subjek (Hasanah, 2017). Peneliti melakukan observasi dengan pengamatan secara langsung tanpa adanya pengaruh atau kontrol dari peneliti.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan beberapa pertanyaan yang sudah disiapkan untuk mendukung proses pengumpulan data penelitian (Nugrahani, 2014). Teknik kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mencari tahu skala ordinal dengan menentukan nominal nilai rating dari setiap masing-masing faktor yang sudah teridentifikasi sebelumnya oleh peneliti agar nantinya mengetahui nilai dari yang terkecil sampai yang terbesar. Pertanyaan yang diajukan

merupakan pertanyaan yang berada pada poin-poin dari faktor SWOT yang sudah diidentifikasi dan sudah disertai dengan jawaban dalam bentuk skala ordinal agar memudahkan responden untuk menjawab dan mengisi kuesioner yang sudah dibuat. Pada penelitian ini kuesioner akan diisi oleh pemilik usaha 7 Langit Kopi.

3. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti, serta ketika peneliti ingin memperoleh informasi yang lebih mendalam dari responden, terutama jika jumlah respondennya sedikit (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan pemilik 7 Langit Kopi. Peneliti melakukan wawancara secara terstruktur, yaitu melakukan wawancara dengan mempersiapkan pertanyaan terlebih dahulu sebelum melakukan wawancara (Sugiyono, 2019).

4. Studi Pustaka

Studi pustaka (*library research*) adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang relevan dengan penelitian (Adlini et al., 2022). Sumber literatur yang digunakan peneliti adalah buku, jurnal, artikel, e-book, dan penelitian terdahulu yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan.

5. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen-dokumen, baik yang berupa tulisan, gambar, maupun format elektronik (Sukmadinata, 2013). Dokumentasi yang diambil pada penelitian ini adalah rekaman audio melalui *handphone* dan foto saat wawancara yang dapat mendukung proses penelitian sebagai lampiran.

3.4. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis hasil identifikasi strategi pemasaran dibutuhkan alat bantu sebagai penunjang kebutuhan teknik analisis data. Pada penelitian ini alat bantu atau *tools* yang digunakan adalah analisis SWOT. Menurut Dyer et al. (2022), analisis SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk memahami

konteks organisasi dan membuat keputusan strategis berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diidentifikasi. Faktor analisis SWOT terbagi menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Fatimah (2020), faktor analisis SWOT adalah *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Dalam menganalisis SWOT terdapat tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan, yaitu Matriks IFAS EFAS, Matriks IE, Diagram SWOT, dan Matriks SWOT (Rangkuti, 2017).

3.5. Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian adalah seseorang atau beberapa orang yang memiliki pengalaman dan wawasan mendalam terkait objek yang diteliti sehingga dapat memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti. Penentuan pada partisipan penelitian kualitatif tidak berdasarkan banyaknya jumlah tetapi berdasarkan pada kesesuaian sampai tercapainya saturasi data, jumlah partisipan dianggap sudah bisa memenuhi apabila informasi yang didapatkan oleh peneliti telah mencapai saturasi data (Sugiyono, 2019). Partisipan pada penelitian ini adalah pemilik usaha 7 Langit Kopi yaitu Fakhri Irfan Fathin. Penelitian ini hanya memiliki satu partisipan karena sudah cukup dan sudah sesuai dengan kriteria yaitu dapat memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan peneliti. Hal ini sesuai dengan pendapat Martha & Kresno (2016), yaitu terdapat dua syarat untuk menentukan jumlah informasi atau partisipan yaitu kecukupan dan kesesuaian.

3.6. Waktu dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kedai 7 Langit Kopi yang berlokasi di Jl. Siliwangi No. 97, Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat. Waktu penelitian untuk datang ke lokasi dimulai dari tahapan wawancara dan dilakukan selama satu bulan dengan penjadwalan sebagai berikut:

1. Tahap Pertama (minggu 1), peneliti akan meminta izin kepada objek peneliti untuk melakukan wawancara dengan tujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
2. Tahap Kedua (minggu 2 dan 3), peneliti akan mengolah dan mengidentifikasi hasil wawancara dan mengimplementasikan kepada analisis yang sudah

ditentukan sebelumnya.

3. Tahap ketiga (minggu ke 4) , peneliti akan merumuskan hasil analisis strategi pemasaran dan akan memberikan hasil rumusan kepada pihak 7 Langit Kopi.