

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan *field research* (penelitian lapangan), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara peneliti langsung turun ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan yang berkenaan dengan strategi *marketing* dalam meningkatkan minat konsumen.¹ Adapun sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu memberi gambaran tentang strategi *marketing* dalam meningkatkan minat konsumen. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang lebih banyak memanfaatkan dan mengumpulkan informasi secara mendalam terhadap fenomena yang diteliti.²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Jalan A.Yani KM 7,2 kompleks Mahligai, pemurus luar Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Bertempat di Cangkir Coffee, peneliti menggali permasalahan yang ada di dalamnya dan bersifat studi kasus mengenai strategi *marketing* yang dilakukan oleh cangkir coffee. Adapun alasan penulis memilih lokasi penelitian di Cangkir Coffee karena pada saat

¹Hery Koesnaedi, *Tips Trik Ampuh Menulis Skripsi Tesis dan Disertasi* (Yogyakarta: Araska Publisher, 2014), hlm.45.

²Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Renika Cipta, 2002), hlm. 246.

observasi awal peneliti menemukan masalah yang terjadi dilapangan, yaitu dimana cangkir coffee yang mempunyai tempat yang letaknya masih kurang strategis namun mempunyai pengunjung yang semakin banyak. Oleh karena itu peneliti tertarik memilih lokasi di cangkir coffee, dan ingin mengetahui bagaimana sebuah strategi *marketing* cangkir coffee dalam megembangkan usahanya dalam meningkatkan minat konsumen kabupaten Banjar.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta.³ Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang digali dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data skunder.

- a. Data primer adalah data langsung yang berupa fakta-fakta dan informasi data kepada pengumpul data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan produsen cangkir coffee Kabupaten Banjar data yang digali dalam penelitian ini terdiri atas: identitas informan meliputi (Nama, Umur, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan dan Alamat).
- b. Data sekunder dalah data yang tidak langsung yang diperoleh dari sumber tertulis yang berasal dari buku atau dokumen, skripsi terdahulu, internet dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian.⁴

³Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung PT. Jaya Subur, 2005), hlm.307.

⁴*Ibid.* hlm. 308.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini yaitu informan, orang yang dianggap penulis dapat memberikan keterangan langsung yang berkaitan dengan penelitian ini, informan dalam penelitian ini adalah pemilik cangkir coffee Kabupaten Banjar.

D. Teknik Pengumpulan Data

Tenik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik, yaitu:

1. Observasi, yaitu peneliti melakukan peninjauan langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.⁵ Dalam hal penelitian ini langsung terjun kelapangan untuk mengetahui strategi *marketing* yang dilakukan di cangkir coffee dalam meningkatkan minat konsumen. Teknik yang dilakukan peneliti menggunakan teknik observasi partisipasi pasif (*passive participation*), dalam hal ini peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁶
2. Wawancara, adalah bentuk percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengenai objek

⁵*Ibid.* hlm. 310.

⁶Sugiono, *Op. cit.*, hlm.317.

penelitian.⁷ Penelitian dalam kasus ini menggali mengenai bagaimana strategi *marketing* cangkir coffee dalam meningkatkan minat konsumen. Wawancara yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu wawancara mendalam, yaitu proses interaksi yang dilakukan oleh dua orang yang dilakukan oleh *interviewer* dan *interviewee* dimana memiliki hak yang sama dalam bertanya dan menjawab mengenai tujuan penelitian tetapi juga bisa mengemukakan ide, pengalaman, cerita dan tentang jati diri yang mengenai ketertarikan dalam memahami pengalaman hidup orang lain dan bagaimana orang tersebut mencapai nilai dari pengalamannya.⁸

3. Dokumentasi, yaitu suatu cara pengumpulan data-data yang menghasilkan data-data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.⁹

E. Teknik Pengolahan Data

1. Editing, yaitu penulis meneliti dan memeriksa kembali kelengkapan, kejelasan, dan kesempurnaan data yang diperoleh dari lapangan, sehingga didapat data yang valid.
2. Deskripsi, yaitu menguraian data dan menyusun kembali data yang telah ada terhimpun dalam uraian yang sistematis, memaparkan data strategi

⁷J. Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran* (Jakarta:PT.Rineka Cipta, 2003), hlm. 85.

⁸Haris Herdiansyah, *wawancara, Observasi, dan Focus Grups* (Jakarta: PT Rajagrafindo Fersada,2013), hlm. 45.

marketing cangkir coffee dalam meningkatkan minat konsumen dan kendala yang dihadapi cangkir coffee Kabupten Banjar.

3. Matrikasi, yaitu dengan melakukan penyusunan secara ringkas ke dalam bentuk matriks terhadap data tentang strategi *marketing* cangkir coffee dan kendala yang dihadapi cangkir coffee, sehingga memudahkan dalam memahami dan menganalisis tentang strategi *marketing* dalam meningkatkan minat konsumen di cangkir coffee Kabupaten Banjar.

E. Teknik Analisi Data

Langkah-langkah dalam penelitian ini tahapan selanjutnya adalah analisis data, yaitu dengan menggunakan matriks SWOT, matriks internal dan matriks eksternal. Analisis matriks internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dan analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman perusahaan.

Penelitian mengenai matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O (*Strengths-Opportunity*), strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), strategi W-T (*Weakness-Threaths*), startegi S-T (*Strenghts-Threaths*).¹⁰ Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

¹⁰Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*,(Jakarta:PT.gramedia Pustaka Utama,2015),hlm.83.

Internal Eksternal	Strengt S Faktor Kekuatan	Weaknes W Faktor Kelemahan
Opportunit O Faktor Peluang	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threath T Faktor Ancaman	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Starategi W-T Ciptkan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber : Freddy Rangkuti,2015

Tabel 3.1: Matriks SWOT

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan matriks SWOT adalah :

1. Tentukan faktor-faktor peluang eksternal perusahaan
2. Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal perusahaan
3. Tentukan faktor-faktor kekuatan internal perusahaan
4. Tentukan faktor-faktor kelemahan internal perusahaan
5. Sesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O
6. Sesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O

7. Sesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T
8. Sesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T

G. Tahap Penelitian

1. Tahap Pendahuluan

- a. Penjajakan lokasi penelitian, peneliti melakukan penjajakan awal ke cangkir coffee tepatnya pada hari selasa tanggal 29 Agustus 2017 untuk mencari permasalahan yang ada.
- b. Membuat desain proposal, pada tahapan ini penulis mempelajari dengan seksama permasalahan yang akan diteliti, kemudian hasilnya dituangkan dalam sebuah proposal penelitian.
- c. Mengajukan desain proposal untuk dikonsultasikan kepada dosen panasehat akademik Ibu Pati Matu jahra, S.Ag.MSI untuk diadakan pengoreksian dan meminta persetujuan, kemudian diajukan ke Biro Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. Setelah penetapan judul dan dosen pembimbing dengan Nomor:B-695/Un.14/III.5/PP.00.9/03/2018 09 Maret 2018, dosen pemimbing I Ibu Pati Matu jahra, S.Ag.,MSI dan Dosen Pembimbing II Bapak Hariyanto, SE.,MM Maka dikonsultasikan kembali untuk diadakan perbaikan seperlunya, kemudian diseminarkan pada hari rabu tanggal 11 April 2018.

2. Tahapan Pengumpulan Data

Pada tahapan ini penulis terlebih dahulu mengurus surat riset untuk kemudian melakukan penelitian lapangan dengan mengumpulkan data yang ada dilapangan selama beberapa waktu yang diperlukan menggunakan teknik wawancara kepada produsen dan konsumen, sehingga diperoleh data dan informasi terkait dengan permasalahan yang diteliti penulis. Riset ini dilakukan dalam kurun waktu dua bulan mulai dari 7 Mei - 7 Juli 2018 yang dikeluarkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Tahapan Pengolahan dan Analisis Data

Tahap ini, data yang terkumpul diolah sesuai dengan teknik pengolahan data. Setelah itu menganalisis data yang sudah didapat dengan menggunakan analisis kualitatif, yang kesemuanya dituangkan dalam laporan penelitian pada bab IV. Kemudian data-data tersebut dianalisis secara kualitatif berdasarkan teknik pemasaran.

4. Tahapan Penyusunan Laporan Akhir

Tahapan terakhir ini dilakukan penulisan dan penyusunan hasil keseluruhan penelitian lapangan yang sesuai dengan kriteria penulisan skripsi dan kemudian dikonsultasikan dengan catatan konsultasi bimbingan skripsi kepada dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II, selanjutnya diadakan perbaikan dan penyempurnaan hingga dianggap sempurna dan menjadi sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang siap dimunaqasahkan dihadapan Tim Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.