

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan penelitian secara kualitatif deskriptif peneliti dapat memahami secara mendalam dan menyeluruh terhadap suatu fenomena yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui angka (Sugiyono, 2020). Dengan begitu, peneliti dapat menjelaskan mengenai strategi pemasaran terhadap suatu fenomena sesuai dengan fakta yang ada di lapangan dan bagaimana hal tersebut memengaruhi penjualan yang telah dialami oleh Tapai Mama Sanah di Gambut (Sinaga, 2023).

##### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi spesifik penelitian ini berada di desa Sungai Lakum, Kecamatan Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat produksi dan pemasaran Tapai Mama Sanah dan berdasarkan pertimbangan ketersediaan berbagai data dan informasi yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang beragam dan relevan dengan pembahasan mengenai strategi pemasaran dan peningkatan penjualan. Meskipun secara administrasi Lokasi penelitian ini berada di Kecamatan Kertak Hanyar, penggunaan istilah “di Gambut” pada judul penelitian ini merujuk pada identitas sosiokultural komoditas yang berada dalam Kawasan kluster sentra industri Tapai Gambut di Pematang Panjang.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang sedang diteliti. Berdasarkan (Sugiono, 2023), subjek dalam hal ini adalah pelaku usaha tapai mama Sanah, yang meliputi: pemilik usaha, karyawan, dan pihak yang terlibat dalam proses pemasaran serta distribusi produk. Untuk pelaku usaha dalam hal ini sudah ditentukan berdasarkan pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam usaha tapai.

Objek adalah fenomena atau aspek yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian. Untuk penelitian ini yang menjadi objeknya adalah pembahasan mengenai bauran pemasaran 7P Tapai Mama Sanah di Gambut yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

### **D. Data dan Sumber Data**

#### **1. Data**

Data adalah segala sesuatu yang berbentuk fakta, angka, kata, dan gambar yang diperoleh oleh seseorang dari hasil pengamatan atau pengukuran yang dijadikan sebagai bahan dalam analisis. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer.

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti yang berasal dari sumber pertama untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini dihasilkan dari wawancara terstruktur maupun hasil observasi dan deskripsi terkait bauran pemasaran 7P, persaingan pasar serta pengamatan pengalaman dan pendapat para pelaku usaha.

## 2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini diperoleh langsung oleh peneliti melalui wawancara mendalam terhadap informan yang terlibat langsung dengan usaha Tapai Mama Sanah. Adapun informan peneliti terdiri dari pemilik usaha, karyawan dan juga orang konsumen. Peneliti juga mempertimbangkan pelibatan informan eksternal, yaitu pihak di luar lingkup internal usaha seperti pedagang tapai lain di Gambut atau tokoh masyarakat setempat, untuk memperkaya perspektif mengenai posisi kompetitif Tapai Mama Sanah di tengah persaingan pasar. Namun, mengingat fokus penelitian ini adalah dinamika internal penerapan bauran pemasaran 7P pada satu unit usaha, pelibatan informan eksternal tidak dilakukan secara mendalam dan disarankan menjadi perluasan bagi penelitian selanjutnya yang bersifat komparatif antar-pelaku usaha tapai di Gambut.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiono (2023) teknik pengumpulan data adalah suatu metode yang mendefinisikan bagaimana peneliti mengumpulkan informasi, fakta, dan data yang relevan untuk mencapai tujuan penelitian. Dari teknik pengumpulan data ini kualitas data, validitas, dan akurasi akan diukur. Teknik-teknik pengumpulan data yang akan peneliti gunakan dalam studi ini melalui wawancara dan triangulasi.

Wawancara, dalam penelitian kualitatif adalah sumber data yang paling penting, di mana dalam wawancara peneliti dapat mengeksplorasi informasi

yang detail dari informan, bisa mengenai pengalaman, strategi bisnis dan persaingan pasar, sehingga peneliti dapat mengetahui lebih dalam tentang cara menginterpretasikan situasi dengan peristiwa yang terjadi.

Triangulasi digunakan untuk menguji kredibilitas data yang telah dikumpulkan. Penelitian ini secara spesifik menggunakan triangulasi sumber, yaitu teknik pengujian kredibilitas data dengan cara membandingkan dan mengecek ulang informasi yang diperoleh dari beberapa sumber data yang berbeda mengenai bauran pemasaran 7P dan peningkatan penjualan Tapai Mama Sanah. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Tapai Mama Sanah. Informasi yang disampaikan pemilik usaha mengenai strategi harga, produksi, dan distribusi diperiksa ulang melalui hasil wawancara karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pelayanan, kemudian dikonfirmasi kembali melalui sudut pandang konsumen sebagai pihak yang merasakan langsung produk dan pelayanan yang diberikan. Apabila terdapat kesesuaian informasi di antara ketiga sumber tersebut, data dinyatakan kredibel; sebaliknya, apabila terdapat perbedaan, peneliti melakukan penelusuran lebih lanjut untuk memastikan data yang paling mendekati kondisi riil di lapangan.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif memiliki pendekatan sistematis langkah demi langkah untuk memudahkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti (Andrian, 2021). Menurut

Miles, Huberman & Saldaña 2014), analisis kualitatif adalah proses interaktif dan siklikal yang terdiri dari beberapa komponen utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

1. Pengumpulan Data, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan ditranskripsikan ke dalam bentuk teks deskriptif untuk memfasilitasi analisis kualitatif.
2. Reduksi Data (analisi awal), adalah proses pemilihan, penyederhanaan, dan penyusunan data mentah menjadi bentuk yang lebih ringkas sehingga pola dan tema menjadi lebih jelas.
3. Triangulasi, digunakan untuk memeriksa keabsahan temuan melalui perbandingan sumber, metode, dan perspektif berbeda; langkah ini juga memperkaya data dan menegaskan makna yang muncul dari analisis.
4. Penyajian Data, dilakukan dalam bentuk narasi, tabel, atau visualisasi yang sistematis sehingga memudahkan dalam identifikasi hubungan antar tema dan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan.
5. Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan melibatkan pengujian konsistensi interpretasi terhadap data asli untuk memastikan konsistensi dan keandalan interpretasi yang menggambarkan makna dan hubungan antar variabel.

Guna menjawab rumusan masalah mengenai bauran pemasaran 7P yang efektif dan adaptif, penelitian ini memerlukan alat ukur yang jelas untuk menilai efektivitas, mengingat penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dan tidak menggunakan instrumen kuantitatif berskala. Alat ukur

yang digunakan adalah kerangka normatif teori bauran pemasaran 7P Kotler & Keller (2018) sebagai tolok ukur ideal, yang kemudian dibandingkan dengan kondisi riil di lapangan melalui hasil wawancara dan triangulasi sumber.

Setiap elemen 7P dinilai efektif apabila implementasinya di lapangan, sebagaimana dituturkan oleh pemilik usaha, karyawan, dan konsumen secara konsisten, telah memenuhi fungsi normatif elemen tersebut menurut teori, misalnya elemen *product* dinilai efektif apabila kualitas dan konsistensi rasa diakui secara seragam oleh ketiga sumber data. Sebaliknya, suatu elemen dinilai belum efektif apabila terdapat kesenjangan antara fungsi normatif teori dan kondisi riil, misalnya elemen *physical evidence* yang belum efektif karena ketiadaan sertifikasi halal dan label merek. Adapun aspek adaptif diukur dari kesesuaian elemen tersebut dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan pasar terkini, seperti pergeseran preferensi konsumen ke arah kemasan menarik, informasi halal, dan kemudahan pembelian daring sebagaimana telah diuraikan pada latar belakang. Dengan alat ukur ini, rumusan masalah penelitian terjawab secara eksplisit pada Bab IV dan V melalui pemetaan setiap elemen 7P ke dalam kategori efektif/belum efektif dan adaptif/belum adaptif, sebagaimana dirangkum pada tabel rekomendasi strategi 7P.

## **G. Tahapan Penelitian**

### **1. Tahap penelitian**

Tahap awal penelitian dimulai dari merumuskan masalah penelitian dengan cara yang lebih eksplisit dan rinci dengan mempertimbangkan undang-undang yang tersedia dan lingkaran literatur. Kemudian, tinjauan pustaka dilakukan untuk mengumpulkan teori dan penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan. Peneliti kemudian mengembangkan desain penelitian termasuk metode serta merancang instrumen untuk pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap ini memastikan bahwa penelitian memiliki kerangka kerja yang sistematis.

### **2. Tahap pengumpulan data**

Pada tahap ini, peneliti turun ke lapangan untuk mengumpulkan data primer menggunakan teknik wawancara mendalam,

### **3. Tahap pengolahan dan analisis data**

Data yang dikumpulkan diproses dengan mentranskripsikan wawancara yang direkam menjadi teks tertulis, mengklasifikasikan data menurut tema, dan memberi label pada data untuk memudahkan identifikasi.

### **4. Tahap penyusunan laporan penelitian**

Tahap akhir adalah menyusun laporan penelitian yang mencakup latar belakang, tinjauan pustaka, metodologi, hasil analisis, diskusi, kesimpulan, dan rekomendasi. Laporan ini menjadi dokumen resmi yang menggambarkan semua proses dan temuan penelitian dengan cara yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan. Laporan ini juga

dimaksudkan untuk menyajikan hasil penelitian kepada pihak terkait untuk dijadikan sebagai rasional dalam pengambilan keputusan atau penelitian lebih lanjut.