

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan sebuah pendekatan dengan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu metode yang bertujuan menghasilkan data deskriptif yang terdiri dari kata-kata tertulis atau lisan dari objek yang diamati selama proses penelitian¹. Metode pendekatan kualitatif yang digunakan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang menurut Dedy Mulyana mencakup pengamatan langsung terhadap fenomena atau kejadian yang sebenarnya², dan data yang dihasilkan bersumber dari orang-orang atau objek yang menjadi fokus penelitian. Metode ini menekankan pemahaman mendalam terhadap konteks sosial, budaya, dan psikologis yang melingkupi objek penelitian.

Metode kualitatif dengan jenis penelitian *field research*, peneliti secara aktif terlibat dalam proses pengumpulan data, baik melalui wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara mendalam untuk memahami berbagai dimensi dan konteks dari fenomena yang diteliti. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami makna, persepsi, dan pengalaman subjek penelitian, sehingga memungkinkan peneliti untuk menjelaskan dan menginterpretasikan fenomena dengan lebih baik³.

¹ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan* (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), 158.

² Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya)* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 160.

³ Sandu Sitoyo and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 11.

Metode ini penelitian dilakukan di Rumah Industri Batik Gedog H.M.Sholeh yang bertempat di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Pendekatan ini menggunakan tiga metode yaitu melalui metode wawancara seputar informasi Industri Batik H.M.Sholeh dan peran *branding image* pada produk dalam meningkatkan volume penjualan, metode observasi secara berjangka, dan metode dokumentasi. Metode ini memungkinkan bagi peneliti agar mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi *branding image* batik gedog dari sudut pandang owner, kepala pegawai, dan konsumen.

B. Kehadiran Peneliti

Penelitian ini yang menggunakan pendekatan kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan dianggap penting dan diperlukan secara maksimal. Peneliti dianggap sebagai elemen utama dalam proses penangkapan makna, pengumpulan data, analisis, penafsiran data, dan sebagai pendorong utama dalam menghasilkan hasil penelitian⁴. Dengan demikian, peneliti memiliki peran krusial dalam memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Peneliti hadir di lapangan sebanyak 4 kali kunjungan. Yaitu pertama pada tanggal 08 September 2024 untuk observasi dan wawancara kepada kepala pegawai. Yang kedua pada tanggal 27 Desember 2024 kepada owner Batik Gedog H.M.Sholeh. Yang ketiga pada tanggal 28 Desember 2024 di toko batik Pusat. Dan tanggal 29 Desember 2024 di toko cabang yang berada di pusat Kota Tuban. Pengumpulan data ini dilakukan dengan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi. Untuk mendapatkan paparan data dan temuan pada

⁴ Husain Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta : Bumi Aksara, 1998) 90

penelitian di Batik Gedog H.M.Sholeh. kemudian tanggal 4-5 Januari 2025 peneliti melakukan wawancara dengan konsumen langganan di Batik Gedog H.M.Sholeh.

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah di rumah industri Batik H.M.Sholeh yang bertempat di Dsn. Jarorejo, RT 1, RW 1, Desa Jarorejo, Kec. Kerek, Kab. Tuban. yang sangat strategis berada ditengah-tengah kecamatan dan sering dikunjungi untuk pelatihan batik baik bagi siswa siswi ataupun Masyarakat umum. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 27 Desember 2024 sampai dengan 29 Desember 2024, dan dilanjut pada tanggal 4-5 Januari 2025

D. Sumber Data

Penelitian, data merupakan elemen penting yang memberikan informasi detail tentang objek penelitian. Data memungkinkan peneliti untuk memahami, menganalisis, dan menarik kesimpulan berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Dalam penelitian kualitatif, sumber data utamanya adalah kata-kata dan tindakan, sedangkan dokumen dan sumber lain berfungsi sebagai data tambahan⁵.

Data dikelompokkan menjadi 2 kelompok, yaitu data primer dan data sekunder⁶:

⁵ Eko Haryono, "Article Template : E-Journal an-Nuur : The Journal of Islamic Studies Petunjuk Penulisan Artikel Jurnal Online , An-Nuur Institut Agama Islam (IAI) Al Muhammad Cepu," 2020.

⁶ Annisa Rizky Fadilla et al., "JURNAL PENELITIAN Volume 1 No 3 II Agustus 2023 E-ISSN : 2986-5573 (Online) Volume 1 No 3 II Agustus 2023 E-ISSN : 2986-5573 (Online) Page 34-46" 1, no. 3 (2023): 36.

- a. Data Primer adalah data adalah komponen penting dalam penelitian karena menawarkan pengetahuan mendalam tentang subjek penelitian. Data memungkinkan peneliti untuk memahami, mengevaluasi, dan membuat penilaian berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari beragam sumber.

Data primer dari Batik Gedog H.M.Sholeh adalah tentang peran branding image Batik Gedog H.M. Sholeh, diketahui bahwa strategi branding yang diterapkan sejak tahun 1993 membawa dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan. Usaha ini memanfaatkan elemen-elemen identitas merek seperti motif khas yang dipengaruhi oleh budaya Hindu, Cina, dan Islam, serta kualitas kain berbahan katun murni. Branding image ini didukung oleh promosi manual, pameran, dan pendekatan langsung ke pelanggan. Keunikan produk, seperti motif burung Phoenix dan dedaunan lung-lungan, serta teknik pembuatan tradisional, menjadi daya tarik utama yang membedakan Batik Gedog dari pesaing. Semua elemen ini memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan usaha dan menjadikan Batik Gedog sebagai ikon lokal yang bernilai budaya tinggi di Kabupaten Tuban.

- b. Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain selain peneliti, dan kemudian digunakan kembali oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Data sekunder umumnya tersedia dalam bentuk laporan, buku, artikel, statistik, atau dokumen lain yang telah diterbitkan sebelumnya, baik oleh pemerintah, lembaga riset, perusahaan, atau organisasi lain.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan upaya yang disengaja untuk memperoleh data yang diperlukan dengan melakukan proses yang terstruktur dan sistematis sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Disini penyusun menggunakan:

1. Metode Wawancara Dan *Interview*,

Wawancara adalah bentuk komunikasi verbal di mana dua orang atau lebih bertatap muka untuk melakukan proses tanya jawab secara langsung. Ini melibatkan kemampuan responden untuk mengartikulasikan pemikiran dan perasaan mereka dengan tepat dalam percakapan, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi atau keterangan langsung. Dalam konteks penelitian, wawancara merupakan metode yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data kualitatif melalui interaksi langsung dengan responden⁷.

Adapun beberapa responden yang dapat menjadi informan dari penelitian ini antara lain:

- a. Owner dari Batik Gedog H.M.Sholeh, sebagai informan untuk menjelaskan sejarah berdirinya Batik Gedog H.M.Sholeh, pengaruh *branding image* pada produk, dan strategi untuk peningkatan volume penjualan pada Batik Gedog H.M.Sholeh
- b. Kepala Pegawai Batik Gedog H.M.Sholeh, sebagai informan untuk mengetahui data pada volume penjualan pada Rumah Industri Batik Gedog

⁷ Cholid Narbuko dan Abu Ahmad, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Bumi Aksara, 2002) 83

H.M.Sholeh

- c. Beberapa konsumen, sebagai penilai dari kesan *branding image* yang diterapkan oleh Batik Gedog H.M.Sholeh.

2. Metode observasi

Proses observasi adalah kegiatan manusia yang didasarkan pada akal sehat. Karena pengamat melihat, mendengar, mencium, atau mendengarkan objek penelitian sebelum menarik kesimpulan berdasarkan pengamatannya⁸.

3. Metode dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non-insani yaitu benda-benda tertulis, buku-buku, majalah, catatan harian.

F. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara berkelanjutan, baik selama pengumpulan data maupun setelahnya. Proses ini sering kali bersifat iteratif dan reflektif, artinya peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan sambil tetap mengumpulkan data tambahan. Dengan kata lain, analisis berlangsung secara simultan⁹.

Dalam analisis data kualitatif, terdapat tiga jalur utama yang sering digunakan untuk menganalisis data¹⁰:

⁸ Ibid.

⁹ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, ed. Flora Maharani (Depok: PT. Kanisius, 2021), 3.

¹⁰ Ivanovich Agusta, "Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif 1," 2023, 10.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksi data yang muncul dari hasil pengumpulan data. Dalam tahap ini, peneliti melakukan penyaringan terhadap informasi yang relevan untuk tujuan penelitian dan mengabaikan data yang tidak berkaitan. Proses ini penting untuk mengelola sejumlah besar data kualitatif (seperti transkrip wawancara, catatan lapangan) sehingga lebih mudah dianalisis.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk yang terstruktur dan terorganisir. Penyajian data dalam penelitian kualitatif biasanya menggunakan teks naratif, matriks, grafik, bagan, atau model. Tujuannya adalah untuk membantu peneliti dan pembaca memahami temuan dengan lebih jelas.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dari analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan ini tidak hanya diambil di akhir penelitian. Namun, kesimpulan sementara harus diverifikasi atau diuji dengan cara membandingkannya dengan data lain, mengulang pengamatan, atau melakukan triangulasi.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggung jawabkan Diperlukannya uji keabsahan data untuk penelitian ilmiah. Berikut ini uji Keabsahan data dapat dilakukan :

1. Keikutsertaan peneliti

Dalam penelitian, keterlibatan peneliti memiliki pengaruh yang signifikan dalam proses pengumpulan data, yang sering kali membutuhkan waktu yang cukup lama. Keterlibatan yang berkelanjutan ini bertujuan untuk membangun tingkat kepercayaan dari narasumber terhadap penelitian yang sedang berlangsung.

2. Ketekunan dalam pengamatan

Ketekunan dalam pengamatan dilakukan agar peneliti dapat mengidentifikasi elemen-elemen penting dari suatu permasalahan yang sedang diteliti dan kemudian fokus pada aspek-aspek yang lebih mendetail. Dalam konteks ini, peneliti meninjau ulang dan memeriksa secara cermat data pemasaran sebelumnya, sehingga dapat mengenali kesalahan serta kekurangan yang ada.

3. Triangulasi

Triangulasi dilakukan oleh peneliti dengan membandingkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menganalisis permasalahan tertentu, termasuk identifikasi persamaan dan perbedaan¹¹.

Dalam konteks ini, peneliti menerapkan 3 dari 4 metode triangulasi yaitu:

a. Triangulasi sumber

Cara ini dilakukan dengan membandingkan data hasil pengamatan dan hasil dari wawancara, jika dirasa ada perbedaan dari kedua data tersebut maka peneliti dapat menggali data dari sumber lain hingga mendapatkan

¹¹ M Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 320.

hasil data yang sama.

Misalnya peneliti mencari data peran *branding image* terhadap peningkatan volume penjualan Batik Gedog H.M.Sholeh, maka peneliti membandingkan jawaban dari hasil wawancara owner, karyawan, dan konsumen.

b. Triangulasi metode

Menggunakan cara pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan teknik beberapa pengumpulan data.

Misalnya, Misalnya data yang didapat melalui wawancara dengan owner dan karyawan tentang *branding image* yang dilakukan di Batik Gedog H.M.Sholeh, selanjutnya data tersebut dicek dengan metode observasi, kemudian peneliti mengecek keabsahannya dengan mewawancarai konsumen.

c. Triangulasi dengan teori

Cara yang dilakukan ialah mengecek kembali temuannya dengan membandingkan dengan sumber, metode dan teori. Misalnya data tentang *branding image* dalam peningkatan volume penjualan dibandingkan dengan teori-teori para ahli tentang volume penjualan.

H. Tahap-tahap Penelitian

Metode atau tindakan yang dilakukan dalam penelitian ini, secara umum, dibagi menjadi beberapa tahap yang didasarkan pada perspektif Moleong¹². Dari berbagai tahap tersebut salah 2 nya yaitu:

¹² Ibid.

1. Tahap Analisis Data

Karena data untuk penelitian kualitatif dikumpulkan di lapangan, maka analisis data dapat dilakukan di lapangan. diperoleh di lapangan. Data yang dikumpulkan seharusnya tidak terkontaminasi oleh faktor luar, seperti pemikiran peneliti. Tema dan rumusan masalah dapat diperoleh dari analisis data.

2. Tahap Penulisan Laporan

Kegiatan menyusun hasil laporan dari semua rangkaian aktivitas dalam mengumpulkan sebuah data sampai dengan memberikan data yang relevan.