

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data ini dapat diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, dokumentasi pribadi, catatan, memo, atau sumber dokumentasi lainnya.⁵⁸

Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian di Merah Delima Bakery Kediri digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai berbagai aspek operasional dan konteks usaha tersebut. Bertujuan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan persepsi pemilik serta karyawan mengenai pengelolaan bisnis, tantangan yang dihadapi, serta strategi pemasaran yang diterapkan untuk menarik pelanggan. Ini memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan pertanyaan dan fokus penelitian sesuai dengan situasi yang berkembang di lapangan, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dan kontekstual.

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan Merah Delima Bakery Kediri untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan untuk menghadapi persaingan pasar. Melakukan observasi langsung di lokasi bakery untuk melihat interaksi antara pelanggan dan karyawan, serta bagaimana produk dipasarkan dan disajikan. Mengumpulkan dokumen-dokumen seperti brosur, laporan penjualan untuk menganalisis strategi pemasaran yang telah digunakan. Data

⁵⁸ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017),5.

kualitatif yang dikumpulkan dianalisis secara tematik dimana peneliti mengidentifikasi pola, tema dan kategori dari informasi yang diperoleh. Menggunakan analisis SWOT, peneliti menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Merah Delima Bakery Kediri dalam konteks persaingan pasar. Penelitian akan menghasilkan dekripsi yang mendalam tentang bagaimana Merah Delima Bakery mengimplementasikan strategi pemasarannya, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemasaran. Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan tentang efektivitas strategi yang diterapkan dalam menghadapi persaingan, serta rekomendasi untuk pengembangan strategi yang lebih baik di masa depan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah Toko Roti Merah Delima Bakery Kediri yang beralamat di Jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri. Alasan memilih lokasi penelitian di Toko Roti Merah Delima Bakery Kediri sebagai berikut:

1. Merah Delima Bakery terletak di pusat kota Kediri yang mudah diakses, berada di pinggir jalan raya yang ramai, sehingga memudahkan pelanggan untuk mengunjungi toko. Lokasi yang strategis ini berkontribusi pada visibilitas dan potensi penjualan yang lebih tinggi
2. Bakery ini menawarkan berbagai macam produk roti dengan variasi rasa yang beragam, termasuk manis, asin, dan hambar. Keberagaman produk ini menarik perhatian konsumen dan memberikan peluang untuk menganalisis preferensi pelanggan serta strategi pemasaran yang diterapkan

3. Toko ini menerapkan berbagai strategi pemasaran, termasuk promosi tradisional dan modern. Penelitian di lokasi ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis efektivitas strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan di pasar roti

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika UMKM di Indonesia, dan memilih Merah Delima Bakery memberikan peluang untuk menggali lebih dalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

C. Sumber Data

Sumber data utama pada penelitian kualitatif adalah tindakan dan istilah atau kata-kata, serta selebihnya adalah data tambahan berupa dokumen.⁵⁹ Berdasarkan sumbernya, data diklasifikasikan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Pengumpul data dapat menggunakan ini sebagai sumber data langsung. Sumber informasi utama penelitian ini adalah wawancara, peristiwa dan kegiatan serta dokumen mengenai bagaimana strategi yang digunakan Merah Delima Bakery Kediri untuk meningkatkan penjualan roti. Data primer ini tentu saja dikembangkan melalui wawancara mendalam dengan para informan kunci. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik bakery, karyawan, dan pelanggan untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai inovasi produk, strategi pemasaran, serta

⁵⁹ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 157.

pengalaman pelanggan. Wawancara ini memungkinkan peneliti untuk menggali pandangan subjektif dan pengalaman langsung dari informan.

Ada dua kelompok informan kunci atau responden. Yakni, pemilik Merah Delima Bakery Bapak H. M. Fauzan S.Ag, Bapak Addib Nasrulloh bagian wakil manajemen, Ibu Eni Musdalifah bagian administrasi dan keuangan, Bapak Ahmad Jauhari bagian produksi dan Bapak M. Misbakhur bagian marketing. Alasan memilih wawancara dengan pemilik toko roti Merah Delima Bakery Kediri adalah akses langsung kepada sumber informasi yang paling relevan dan berpengalaman mengenai operasional dan strategi bisnis bakery. Pemilik, Bapak Muhammad Fauzan S., memiliki pengetahuan mendalam tentang sejarah, visi, misi, serta inovasi produk yang diterapkan di bakery, yang tidak dapat ditemukan dalam dokumen atau sumber sekunder lainnya.

Sebagai wakil manajemen, Bapak Addib memiliki pandangan strategis tentang arah dan tujuan bisnis Merah Delima Bakery. Wawancara dengan dia dapat memberikan insight tentang visi dan misi perusahaan, serta bagaimana strategi bisnis diarahkan untuk mencapai target. Sebagai wakil manajemen, beliau pastinya memiliki gagasan tentang bagaimana kepuasan pelanggan diintegrasikan dalam strategi bisnis, yang sangat relevan untuk penelitian ini.

Ibu Eni memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola anggaran dan keuangan bakery. Wawancara dengan dia dapat memberikan informasi tentang bagaimana anggaran digunakan, strategi penghematan biaya, dan investasi yang dilakukan untuk meningkatkan bisnis. Informasi tentang

efisiensi operasional dan optimasi biaya juga dapat diperoleh dari wawancara dengan Ibu Eni, yang sangat berguna untuk analisis penelitian.

Bapak Ahmad memiliki pengetahuan mendalam tentang proses produksi roti di Merah Delima Bakery. Wawancara dengan dia dapat memberikan detail tentang bagaimana resep diikuti, teknologi yang digunakan, dan kontrol kualitas yang dilakukan selama proses produksi. Informasi tentang standar keselamatan yang dipegang teguh di dapur juga dapat diperoleh dari wawancara dengan Bapak Ahmad, yang sangat penting dalam industri makanan.

Bapak M. Misbakhur bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan promosi di Merah Delima Bakery. Wawancara dengan dia dapat memberikan informasi tentang bagaimana produk dipromosikan, kampanye iklan yang efektif, dan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial. Beliau memiliki analisis mendetail tentang profil pelanggan, preferensi belanja *online* vs *offline*, dan bagaimana merek diposisikan di pasar. Informasi tentang evaluasi kampanye promosi yang telah dilakukan juga dapat diperoleh dari wawancara dengan Bapak M., yang membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif.

Pemilihan wawancara dengan individu-individu ini memberikan penelitian kelebihan dalam menggali informasi yang lengkap dan mendalam tentang berbagai aspek operasional Merah Delima Bakery. Dengan demikian, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana bakery tersebut beroperasi dan bagaimana strategi-strategi yang digunakan untuk mencapai kesuksesan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur yang berkaitan dengan judul penelitian seperti buku, karya ilmiah, majalah dan informasi yang berkaitan dengan penelitian.⁶⁰ Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain. Dalam konteks penelitian di Toko Roti Merah Delima Bakery, data sekunder bisa mencakup buku, artikel, dan jurnal yang membahas tentang UMKM, industri makanan, dan pemasaran. Ini membantu peneliti memahami konteks yang lebih luas dan teori yang relevan dengan penelitian. Informasi statistik tentang industri roti dan kue di Indonesia, termasuk tren pasar, demografi pelanggan, dan kondisi ekonomi. Data ini bisa diambil dari badan pemerintah, lembaga riset, atau asosiasi industri. Dokumen internal dari Toko Roti Merah Delima Bakery, seperti laporan penjualan, catatan inventaris, dan strategi pemasaran yang telah diterapkan. Ini memberikan data tambahan untuk analisis.

D. Teknik Pengumpulan Data

Bagian terpenting dari penelitian adalah proses pengumpulan data karena inilah tujuan utamanya. Data ini bersumber langsung dari lokasi pengumpulan data penelitian dan kepustakaan.⁶¹

1. Observasi

Cara dilakukan dengan cara observasi ke tempat pengelolaan roti di Merah Delima Bakery Kediri. Peneliti melakukan pengamatan terkait

⁶⁰ Sugiyono, *Metodologi Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,.

⁶¹ Uhar Suharsaputra, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2015), 209.

kegiatan strategi pemasaran yang ada di sana, dan mencari permasalahan bisa diselidiki. Peneliti mengamati suasana toko, tata letak produk, proses produksi roti termasuk penggunaan bahan baku, teknik pembuatan, standar kebersihan yang diterapkan dan interaksi antara karyawan dan pelanggan. Ini memberikan gambaran tentang pengalaman pelanggan di bakery. Peneliti mencatat perilaku pelanggan, seperti jenis produk yang paling banyak dibeli, waktu puncak pengunjung, dan reaksi pelanggan terhadap pelayanan. Mengamati proses produksi roti dan kue untuk memahami standar kualitas dan inovasi yang diterapkan. Hal ini untuk memahami bagaimana strategi pemasaran 7P yang diterapkan di Merah Delima Bakery Kediri.

2. Wawancara

Data dikumpulkan dalam bentuk wawancara untuk menjawab permasalahan atau pertanyaan peneliti. Wawancara ini akan dilakukan dengan pemilik Merah Delima Bakery, karyawan Merah Delima Bakery Kediri. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pemilik atau manajer memberikan perspektif tentang visi, misi, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Ini juga mencakup pemahaman tentang tantangan yang dihadapi dalam persaingan pasar. Wawancara dengan karyawan dapat memberikan informasi tentang proses operasional sehari-hari, serta bagaimana mereka berkontribusi terhadap strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan. Melakukan wawancara dengan pelanggan dapat membantu peneliti memahami kepuasan pelanggan, preferensi produk, serta persepsi mereka terhadap merek Merah Delima Bakery. Wawancara

direkam (dengan izin) dan ditranskripsikan untuk analisis lebih lanjut. Tujuannya adalah menggali perspektif dan pengalaman langsung dari pemilik dan karyawan mengenai strategi pemasaran dan penerapan etika bisnis Islam. Mencari klarifikasi dan penjelasan mengenai praktik yang dilakukan di bakery.

3. Dokumentasi

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi permasalahan berkaitan dengan pengumpulan data berupa dokumentasi. Dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari internet, buku, dan jurnal- jurnal yang mendukung dalam penelitian ini. Peneliti mengumpulkan dokumen seperti laporan penjualan, catatan inventaris, dan strategi pemasaran yang telah diterapkan. Ini membantu memahami kinerja bisnis dan keputusan yang diambil. Peneliti menganalisis materi pemasaran seperti brosur, poster, dan konten media sosial untuk melihat bagaimana bakery mempromosikan produknya dan nilai-nilai yang diusung, termasuk etika bisnis Islam. Kemudian mengkaji literatur terkait etika bisnis Islam dan strategi pemasaran untuk memberikan konteks teoritis bagi penelitian. Tujuan dari dokumentasi menyediakan data yang dapat mendukung temuan dari observasi dan wawancara. Memperkuat analisis dengan informasi yang sudah ada dan relevan.

E. Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, sebaliknya segera melakukan analisis terhadap hasil dari pengumpulan data. Analisis data merupakan

langkah penting dalam penelitian.⁶² Teknik analisis data yang peneliti gunakan saat menulis penelitian ini antara lain.

Induktif yaitu penelitian yang diawali dengan pernyataan yang ada dilokasi penelitian atau fakta khusus mengarah pada suatu kesimpulan umum. Data dan fakta yang diperoleh dari observasi empiris dikumpulkan, dikelola dan diselidiki untuk memperoleh makna dalam bentuk pertanyaan umum dan kesimpulan.⁶³ Langkah-langkah analisis data deduktif

- a. Pengumpulan data spesifik, peneliti mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi konkret tentang praktik pemasaran di Merah Delima Bakery.
- b. Identifikasi pola, dari data yang terkumpul, peneliti mencari pola, tema, dan hubungan yang muncul. Misalnya, bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan berhubungan dengan nilai-nilai etika bisnis Islam.
- c. Pengembangan teori, berdasarkan pola yang ditemukan, peneliti mengembangkan generalisasi atau teori baru yang relevan dengan konteks penelitian, seperti bagaimana etika bisnis Islam memengaruhi keputusan pemasaran.

Tujuannya mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik pemasaran yang spesifik di Merah Delima Bakery. Menghasilkan teori atau rekomendasi baru berdasarkan data yang diperoleh, yang dapat bermanfaat bagi penelitian lebih lanjut di bidang ini

⁶² Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), 209.

⁶³ Nana Sudjana, *Tutunan Penyusunan Karya Tulis Ilmiah, Cet IV*, (Bandung: Sinar Baru Argrnsindo, 2004). 22.

F. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam melakukan sebuah pengecekan keabsahan data peneliti harus melakukan validasi data sebelum mengelolanya dalam bentuk laporan. Keabsahan data adalah kebenaran data yang diterima berupa catatan, kalimat, salinan. Reliabilitas digunakan untuk memeriksa hasil yang diperoleh untuk perbaikan atau kesalahan dalam memberikan data kepada peneliti. Beberapa pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk memverifikasi keakuratan data seperti:⁶⁴

1. Perpanjangan pengamatan.

Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk mendukung interaksi yang lebih erat antara informan, lebih terbuka dan saling percaya, sehingga informasi tidak disembunyikan dan peneliti dapat menerima data lengkap.⁶⁵ Proses ini membantu memperdalam dan memahami seubjek penelitian. Observasi dan wawancara membutuhkan waktu tidak sedikit untuk memperoleh data informasi yang valid dari lokasi penelitian. Untuk memastikan data yang diperoleh valid dan bisa dipertanggung jawabkan nantinya. Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk memastikan bahwa peneliti menghabiskan waktu yang cukup di lapangan untuk memahami konteks dan dinamika yang terjadi di Merah Delima Bakery. peneliti dengan cara ini dapat mengumpulkan data yang lebih valid dan mendalam.

2. Peningkatan ketekunan

⁶⁴ Djam'an Stori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013), 97.

⁶⁵ Ibid., 169.

Meningkatkan ketekunan berarti memperlihatkan faktor-faktor yang penting secara cermat, cepat, tepat, seksama, dan berkesinambungan.⁶⁶ Tingkatkan ketelitian peneliti dengan memeriksa ulang keakuratan data dan informasi. Melihat informasi dan wawasan yang didapatkan peneliti tentang topik yang diteliti dan menjadikannya lebih komprehensif. Peningkatan ketekunan mencakup usaha peneliti untuk lebih teliti dan cermat dalam mengumpulkan data. Peneliti berusaha untuk mencatat detail-detail penting selama observasi dan wawancara, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan representatif.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah verifikasi data dari pengembangan berbagai sumber dengan menggunakan beberapa teori dan pada waktu yang berbeda.⁶⁷ Proses triangulasi melibatkan verifikasi data dari sumber. Menguji validitas data anda digunakan. Penerapan triangulasi dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat dan holistik tentang strategi pemasaran yang diterapkan di Merah Delima Bakery.

Penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan cara: peneliti mengumpulkan data dari berbagai narasumber yaitu pemilik bakery, karyawan, dan pelanggan. Peneliti dapat membandingkan pandangan mereka mengenai strategi pemasaran dan etika bisnis. Data yang diperoleh melalui wawancara dibandingkan dengan hasil observasi dan dokumentasi, jika seorang karyawan menjelaskan proses produksi tertentu dalam

⁶⁶ Limas Dodi, *Metodelogi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 265.

⁶⁷ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 330.

wawancara, peneliti juga memverifikasi informasi tersebut melalui observasi langsung di lapangan. Pengumpulan data dilakukan pada waktu yang berbeda untuk melihat apakah hasilnya konsisten. Wawancara dilakukan pada pagi hari ketika pelanggan masih segar, kemudian diulang pada waktu lain untuk memastikan konsistensi jawaban.

Peneliti menerapkan triangulasi untuk memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya. Triangulasi melibatkan penggunaan berbagai metode atau sumber data untuk mengonfirmasi temuan penelitian. Jika terdapat perbedaan dalam jawaban atau observasi, peneliti dapat melakukan diskusi lebih lanjut dengan narasumber untuk mendapatkan klarifikasi. Diskusi ini tidak hanya membantu menjelaskan ketidaksesuaian, tetapi juga memberikan wawasan tambahan yang mungkin tidak terungkap sebelumnya. Selain itu, proses triangulasi dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian secara keseluruhan. Pendekatan ini sangat penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil didasarkan pada informasi yang komprehensif dan akurat.