

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena implementasi strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada Minimarket Tiga Putri. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara komprehensif melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian serta memahami realitas berdasarkan perspektif pelaku usaha. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus karena penelitian ini berfokus pada satu objek, yaitu Minimarket Tiga Putri. Studi kasus digunakan untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan terperinci mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, bentuk persaingan bisnis yang dihadapi, serta peran pemilik usaha dalam mengelola dan mempertahankan eksistensi usaha di tengah menjamurnya ritel modern.

Peneliti dapat mengumpulkan data berupa kata-kata, tindakan, serta dokumen yang relevan untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti. Data yang terkumpul kemudian diolah sehingga menghasilkan deskripsi yang sistematis, mendalam, dan menyeluruh. Secara umum, data kualitatif berkaitan dengan pandangan, persepsi, serta pengalaman responden terhadap suatu objek atau peristiwa tertentu. Misalnya, data tersebut dapat berupa sikap setuju atau tidak setuju terhadap suatu kebijakan, tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap layanan, serta penilaian responden

mengenai kualitas layanan tersebut, apakah dinilai baik atau kurang baik.²²

B. Kehadiran Peneliti

Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Peran peneliti di lapangan sangat penting karena peneliti terlibat secara langsung dalam proses pengamatan dan penggalian informasi mengenai penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada Minimarket Tiga Putri. Peneliti melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian untuk melakukan observasi terhadap kegiatan pemasaran, sistem pelayanan, serta bentuk interaksi antara pemilik usaha dengan konsumen. Selain melakukan observasi, peneliti juga melaksanakan wawancara secara mendalam dengan pemilik minimarket dan pihak-pihak yang berkaitan guna memperoleh data yang lengkap dan sesuai dengan fokus penelitian.

Melalui keterlibatan langsung di lapangan, peneliti diharapkan mampu memahami kondisi sosial yang terjadi secara menyeluruh dan kontekstual. Interaksi yang intens dengan subjek penelitian memungkinkan peneliti menangkap makna di balik setiap tindakan dan keputusan yang diambil. Selain itu, pendekatan ini memberikan peluang untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam yang tidak dapat diperoleh hanya melalui kajian literatur. Oleh karena itu, keberadaan peneliti secara langsung di lapangan menjadi unsur yang sangat penting dalam menghasilkan data yang valid, akurat, dan relevan dengan tujuan penelitian.

²² Azharsyah Ibrahim. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2021), 87.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Minimarket Tiga Putri yang berlokasi di Desa Tambibendo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. Penentuan lokasi tersebut dilatarbelakangi oleh pertimbangan bahwa minimarket ini merupakan usaha ritel lokal yang mampu mempertahankan keberadaannya bahkan terus berkembang meskipun berada di tengah persaingan dengan ritel modern seperti Indomaret, Alfamart, dan ritel tradisional seperti Toko Madura.

D. Sumber Data

Kegiatan penelitian tidak dapat dipisahkan dari keberadaan data. Data merupakan bahan dasar informasi yang digunakan untuk memberikan gambaran secara jelas dan terperinci mengenai objek yang diteliti. Data adalah fakta yang dikumpulkan peneliti guna memecahkan permasalahan atau menjawab pertanyaan penelitian. Data tersebut dapat diperoleh dari beragam sumber dan dikumpulkan melalui berbagai teknik selama proses penelitian berlangsung.²³

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber aslinya. Jenis data ini sering disebut sebagai data baru atau data asli karena bersifat mutakhir (*up to date*). Untuk memperolehnya, peneliti harus melakukan pengumpulan data secara langsung di lapangan. Beberapa teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data primer antara lain wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari pemilik Minimarket Tiga

²³ *Ibid.*, 245.

Putri sebagai informan utama, serta pihak-pihak yang terlibat dalam operasional usaha, seperti karyawan dan konsumen. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam untuk menggali informasi terkait strategi pemasaran yang diterapkan dan persepsi para pelaku usaha terhadap persaingan bisnis. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung di lapangan guna memahami kondisi nyata operasional minimarket serta interaksi yang terjadi antara penjual dan konsumen. Dokumentasi turut digunakan sebagai pelengkap data, seperti pencatatan aktivitas usaha, foto, maupun dokumen terkait, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap, akurat, dan sesuai dengan kondisi di lapangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya. Peneliti berperan sebagai pihak kedua yang memanfaatkan data tersebut. Data ini biasanya sudah diolah dan dikumpulkan oleh pihak lain melalui beragam cara, baik untuk kepentingan komersial maupun nonkomersial. Contohnya, peneliti dapat menggunakan data statistik hasil penelitian yang dimuat dalam surat kabar atau majalah. Selain itu, data sekunder juga dapat bersumber dari lembaga resmi seperti Biro Pusat Statistik (BPS), serta dari buku, laporan, jurnal, dan sumber tertulis lainnya.²⁴

E. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat berbagai metode pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam sebuah penelitian. Metode pengumpulan data tersebut dapat diterapkan secara terpisah sesuai kebutuhan penelitian, tetapi juga dapat dikombinasikan dengan

²⁴ *Ibid.*, 246.

dua atau lebih metode sekaligus untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan komprehensif.

a. Wawancara

Peneliti menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan pemilik minimarket sebagai informan utama, serta karyawan dan konsumen sebagai informan pendukung. Teknik wawancara digunakan untuk menggali informasi secara lebih detail mengenai strategi pemasaran yang dijalankan, kendala yang dihadapi dalam persaingan bisnis, serta peran pemilik dalam mengelola usaha. Seluruh data wawancara direkam menggunakan alat rekam atas persetujuan informan, kemudian ditranskrip secara tertulis untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan metode analisis data.

b. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung realitas di lapangan tanpa hanya mengandalkan laporan verbal. Peneliti menggunakan jenis observasi *non-participant observation*. Peneliti datang ke Minimarket Tiga Putri, mengamati aktivitas, tetapi tidak terlibat langsung dalam operasional bisnis.²⁵ Dalam kegiatan ini, peneliti memperhatikan proses pemasaran, pola pelayanan kepada konsumen, tata letak dan penataan produk, interaksi antara pemilik maupun karyawan dengan pelanggan, serta kondisi persaingan dengan ritel lain yang berada di sekitar lokasi usaha. Melalui teknik observasi tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih konkret mengenai pelaksanaan strategi

²⁵ *Ibid.*, 268.

pemasaran yang dijalankan.

c. Dokumentasi

Selain observasi dan wawancara, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi dalam proses pengumpulan data. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai dokumen maupun arsip yang berhubungan dengan aktivitas usaha, seperti profil perusahaan, bukti kegiatan promosi, serta foto-foto yang diambil selama penelitian berlangsung. Di samping itu, peneliti juga memanfaatkan sumber pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, dan literatur lain yang relevan guna memperkuat dan melengkapi data penelitian.

F. Analisis Data

Dalam penerapannya, analisis data kualitatif umumnya mengkaji permasalahan secara konseptual dan tidak berorientasi pada data statistik atau angka-angka.²⁶ Analisis data kualitatif sendiri memiliki beberapa jenis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan mereduksi data yang diperoleh dari Minimarket Tiga Putri dengan cara merangkum hasil wawancara dengan pemilik dan konsumen. Peneliti akan memfokuskan data pada poin-poin yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan persaingan bisnis, sementara data yang tidak relevan akan disisihkan agar mempermudah analisis selanjutnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan reduksi data dengan cara menyaring seluruh hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh dari

²⁶ *Ibid.*, 304.

Minimarket Tiga Putri.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui deskripsi naratif yang didukung dengan tabel atau bagan untuk menggambarkan hubungan antara strategi pemasaran yang diterapkan dalam menghadapi persaingan bisnis. Penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang telah melalui proses reduksi ke dalam bentuk deskripsi yang tersusun secara sistematis sehingga mudah dipahami. Data yang telah terstruktur tersebut selanjutnya dianalisis guna mengidentifikasi pola, keterkaitan, serta makna yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Minimarket Tiga Putri.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dalam penelitian adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Pada tahap awal, kesimpulan yang diperoleh masih bersifat sementara dan akan terus diuji serta diverifikasi sepanjang proses penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan. Kesimpulan awal yang dirumuskan akan diverifikasi kembali dengan cara mencocokkan hasil analisis terhadap data primer dan sekunder guna memastikan bahwa temuan mengenai Minimarket Tiga Putri bersifat objektif dan valid.²⁷

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan kriteria kredibilitas sehingga teknik yang diterapkan disesuaikan dengan upaya untuk

²⁷ *Ibid.*, 307.

menjamin tingkat kepercayaan data tersebut. Teknik yang digunakan antara lain:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mencocokkan dan membandingkan data yang diperoleh dari beberapa informan, seperti pemilik Minimarket Tiga Putri, karyawan, serta konsumen. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan tidak bersifat subjektif atau bias dari satu pihak saja. Melalui perbandingan tersebut, peneliti dapat menilai tingkat konsistensi dan keselarasan informasi terkait strategi pemasaran yang dijalankan serta situasi persaingan usaha yang dihadapi. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih valid, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara menguji dan membandingkan informasi yang diperoleh melalui berbagai metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setiap metode memiliki keunggulan masing-masing dalam menggali data, sehingga penggunaannya secara bersamaan dapat saling melengkapi kekurangan satu sama lain. Apabila hasil yang diperoleh dari ketiga metode tersebut menunjukkan adanya keselarasan, data tersebut dianggap memiliki tingkat kepercayaan dan kredibilitas yang lebih tinggi. Oleh karena itu, penggunaan triangulasi teknik memungkinkan peneliti memperoleh gambaran fenomena penelitian secara lebih komprehensif dan mendalam.

c. Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti melakukan perpanjangan waktu kehadiran di lokasi penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap kondisi dan

dinamika usaha. Kehadiran yang lebih lama memungkinkan peneliti untuk mengamati berbagai aktivitas dan perubahan yang terjadi secara lebih mendalam dan berulang. Melalui keterlibatan yang lebih intensif dan berkelanjutan, peneliti dapat menjalin hubungan yang lebih baik dengan informan serta meminimalkan potensi kekeliruan dalam menafsirkan data yang diperoleh. Dengan demikian, data yang dihasilkan mencerminkan kondisi nyata di lapangan.²⁸

H. Tahap-tahap Penelitian

Berikut rincian tahap-tahap penelitian kualitatif, yaitu sebagai berikut:

a. Tahap Prapenelitian

Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan meliputi penyusunan proposal, pengajuan judul penelitian, konsultasi dengan dosen pembimbing, serta pengurusan surat izin penelitian. Di samping itu, peneliti juga melakukan studi awal dan kajian literatur yang relevan dengan strategi pemasaran, persaingan usaha, serta etika bisnis Islam sebagai dasar teoritis dalam penelitian.

b. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Peneliti melakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi di lokasi penelitian. Pada tahap tersebut, peneliti berinteraksi langsung dengan para informan guna memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

c. Tahap Analisis Data

Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan, peneliti melanjutkan pada tahap analisis yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Proses analisis ini dilakukan secara berkelanjutan selama penelitian

²⁸ *Ibid.*, 310.

berlangsung. Data yang diperoleh dapat diolah secara terstruktur dan menghasilkan temuan yang sesuai dengan fokus penelitian.

d. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap akhir dalam penelitian ini adalah penyusunan laporan hasil penelitian dalam bentuk skripsi. Pada tahap tersebut, peneliti menyusun seluruh temuan penelitian secara sistematis sesuai dengan pedoman penulisan yang berlaku. Selanjutnya, peneliti melakukan perbaikan dan penyempurnaan berdasarkan masukan dari dosen pembimbing hingga karya ilmiah tersebut dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian.