

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT GMK dalam upaya membangun brand awareness. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, dan strategi yang dijalankan oleh pihak internal perusahaan secara holistik. Melalui wawancara mendalam, observasi, serta analisis dokumentasi, peneliti dapat menangkap dinamika yang tidak dapat diukur secara kuantitatif namun penting dalam memahami keberhasilan atau tantangan strategi pemasaran yang digunakan. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau perilaku manusia dari perspektif partisipan secara mendalam dan kontekstual. Penelitian ini menekankan pada proses, makna, dan pemahaman subjektif, bukan pada pengukuran statistik. Data yang dikumpulkan biasanya bersifat deskriptif, seperti wawancara, observasi, dan dokumen, serta dianalisis secara tematik atau naratif. “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau fitur dari fenomena sosial.”³⁰

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus (*case study research*). Studi kasus dipilih karena fokus utama penelitian ini adalah

³⁰ Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta. Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment.”

satu entitas bisnis, yaitu PT GMK, yang dijadikan objek untuk dieksplorasi secara intensif dan mendalam. Penelitian studi kasus memungkinkan peneliti untuk melihat fenomena pemasaran dari berbagai sudut pandang, baik dari sisi internal perusahaan maupun respon pasar. Dengan cara ini, peneliti dapat menyajikan analisis dan kontekstual mengenai bagaimana strategi pemasaran PT GMK dijalankan, serta dampaknya terhadap peningkatan *brand awareness*.

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan langsung sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data. Kehadiran peneliti di lapangan memungkinkan interaksi langsung dengan subjek penelitian, baik melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, maupun studi dokumentasi. Karena sifat penelitian kualitatif yang subjektif dan kontekstual, peneliti dituntut untuk membangun hubungan yang baik dengan responden agar dapat menggali informasi secara mendalam dan autentik.³¹ Peneliti juga harus menjaga objektivitas, meskipun terlibat langsung. Hal ini dilakukan dengan cara reflektif, menjaga etika penelitian, serta mencatat data secara sistematis agar tidak bias. Posisi peneliti bisa sebagai pengamat luar (non-partisipan), pengamat yang terlibat (semi-partisipan), atau partisipan penuh tergantung pada pendekatan dan konteks penelitian.

³¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D."

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT Garuda Maxima Kanaka tepatnya di Kelurahan Singonegaran, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur. Pemilihan PT Garuda Maxima Kanaka di Kota Kediri sebagai Lokasi penelitian ini didasarkan pada fokus penelitian terhadap strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT GMK dalam membangun brand awareness di pasar lokal maupun regional. Kota Kediri dipilih karena merupakan pusat kegiatan bisnis yang cukup berkembang dan memiliki dinamika pasar yang kompetitif, sehingga relevan untuk mengkaji efektivitas strategi pemasaran dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM). Lokasi ini juga memudahkan peneliti untuk melakukan observasi langsung, wawancara, dan pengumpulan data lainnya secara mendalam

D. Data dan Sumber Data

Data pada penelitian merupakan fakta yang didasarkan pada hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti.³² Dalam penelitian kualitatif, sumber data utama meliputi tindakan, ucapan, serta informasi pendukung lainnya. Pada penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui teknik wawancara atau observasi.

2. Data Sekunder

³² Fadilla and Wulandari, "Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data."

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, yakni melalui media atau perantara, di mana data tersebut telah dikumpulkan dan dicatat sebelumnya oleh pihak lain.³³ Data sekunder ini adalah data yang diterima oleh peneliti melalui orang lain. Peneliti menelusuri konten-konten promosi yang telah dipublikasikan di akun media sosial PT GMK (seperti Instagram, TikTok, dan Facebook), serta mengamati ulasan pelanggan, jumlah pengikut, tingkat engagement, dan komentar yang relevan dengan citra merek. Selain itu, juga dianalisis penampilan produk di platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti memakai teknik pengumpulan data melalui metode-metode berikut ini:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung objek penelitian di lapangan secara sistematis. Dalam konteks penelitian kualitatif, observasi digunakan untuk memahami perilaku, aktivitas, serta situasi sosial yang sedang berlangsung, tanpa harus sepenuhnya mengandalkan penjelasan verbal dari subjek penelitian.³⁴ Pada penelitian ini, peneliti terjun langsung untuk mengamati bagaimana strategi pemasaran PT GMK

³³ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta. Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment."

³⁴ dalam Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV."

dijalankan, termasuk media promosi yang digunakan, interaksi dengan pelanggan, penataan produk, dan suasana kerja di lingkungan perusahaan. Observasi ini membantu peneliti menangkap data kontekstual yang mungkin tidak terungkap dalam wawancara.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan atau narasumber, untuk menggali informasi secara mendalam mengenai topik yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, wawancara bersifat terbuka dan fleksibel, sehingga memungkinkan peneliti mengeksplorasi pengalaman, pandangan, serta motivasi informan secara lebih luas dan kontekstual. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pihak internal PT GMK, yaitu Galih Nur Cahyo selaku Kepala Toko PT GMK dan Customer PT GMK. Tujuannya adalah untuk memperoleh data primer mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, persepsi mereka terhadap brand awareness, serta dampak strategi tersebut terhadap perkembangan bisnis.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menelaah, dan menganalisis dokumen atau arsip yang terkait dengan objek penelitian. Dokumen ini dapat berupa tulisan, gambar, rekaman, atau media digital yang memuat informasi penting mengenai kegiatan, peristiwa, atau kebijakan

yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen tertulis maupun visual yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran PT GMK, seperti:

- 1) Brosur, katalog, atau materi promosi lainnya.
- 2) Postingan media sosial dan ulasan dari pelanggan.

Dokumentasi ini berfungsi untuk mendukung data primer serta membantu dalam analisis strategi yang telah diterapkan perusahaan.

F. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri merupakan instrumen utama dalam proses pengumpulan data. Hal ini karena pendekatan kualitatif menuntut kepekaan peneliti dalam memahami konteks, makna, serta dinamika sosial yang terjadi di lapangan. Selain itu, peneliti juga dibantu oleh instrumen pendukung lain yang dirancang untuk memfasilitasi proses pengumpulan data secara sistematis dan terarah.³⁵

1. Peneliti sebagai Instrumen Kunci

Peneliti berperan aktif dalam melakukan wawancara, observasi, dan analisis data. Kepekaan peneliti terhadap ekspresi, lingkungan, dan konteks sosial sangat berpengaruh terhadap kualitas data yang diperoleh. Peneliti harus menjaga objektivitas, etika penelitian, serta keterbukaan terhadap informasi yang muncul selama proses penelitian.

³⁵ Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian."

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan sebagai alat bantu untuk mengarahkan proses wawancara agar tetap fokus pada tujuan penelitian. Pedoman ini berisi daftar pertanyaan terbuka yang fleksibel, memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam dari narasumber. Pertanyaan dapat disesuaikan berdasarkan respons dan situasi saat wawancara berlangsung.

3. Lembar Observasi

Instrumen ini digunakan untuk mencatat hasil pengamatan selama proses observasi. Lembar observasi dapat berisi indikator-indikator tertentu seperti bentuk promosi yang digunakan, aktivitas interaksi dengan pelanggan, tampilan produk, hingga respon pelanggan. Lembar ini dapat berbentuk catatan lapangan atau tabel pengamatan.

4. Checklist atau Daftar Dokumen

Dalam teknik dokumentasi, peneliti menggunakan daftar periksa (checklist) dokumen yang dibutuhkan seperti brosur, foto produk, tangkapan layar media sosial, laporan kegiatan, dan lain-lain. Checklist ini membantu memastikan kelengkapan data sekunder yang dikumpulkan.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, validitas data memegang peranan penting untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan benar-benar menggambarkan kondisi nyata di lapangan. Hal ini diperlukan agar temuan penelitian dapat dipercaya dan mencerminkan kenyataan secara akurat.

Untuk itu, peneliti melakukan teknik pengecekan keabsahan data dengan menggunakan kriteria yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba (1985), yaitu:³⁶

1. Kredibilitas (*Credibility*)

Kredibilitas menunjukkan sejauh mana data yang diperoleh dapat dipercaya dan mencerminkan kenyataan.

2. Transferabilitas (*Transferability*)

Transferabilitas berkaitan dengan sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan dalam konteks lain. Peneliti menjamin transferabilitas dengan menyajikan deskripsi yang mendetail mengenai konteks penelitian, termasuk latar belakang PT GMK, strategi pemasaran yang dilakukan, dan lingkungan sosial ekonomi di Kediri.

3. Dependabilitas (*Dependability*)

Dependabilitas menunjukkan sejauh mana proses penelitian dapat ditelusuri dan diulang oleh peneliti lain dengan hasil yang konsisten. Untuk itu, peneliti mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis, termasuk langkah-langkah pengumpulan dan analisis data.

4. Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Konfirmabilitas berkaitan dengan objektivitas data, yakni sejauh mana data dan interpretasi hasil penelitian bebas dari bias peneliti. Peneliti memastikan konfirmabilitas dengan menyimpan jejak audit (audit trail) berupa transkrip wawancara, catatan observasi, serta

³⁶ Risnita, "Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian."

dokumentasi pendukung, sehingga dapat ditinjau kembali oleh pihak lain.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif ini, data dianalisis menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Model ini dipilih karena menyediakan alur yang sistematis sekaligus fleksibel dalam proses analisis data kualitatif, sehingga memudahkan peneliti untuk memahami makna yang terkandung dalam data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.³⁷

Menurut Miles, Huberman & Saldana (2014), terdapat tiga langkah utama dalam teknik analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi, dirangkum, dan difokuskan pada hal-hal yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu strategi pemasaran dan *brand awareness*.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah melalui proses reduksi disajikan dalam bentuk narasi, matriks, tabel, atau diagram. Penyajian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengenali pola, hubungan, serta kecenderungan yang terdapat antar data.

³⁷ Ridder, "Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebook 3 Rd Edition."

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan ini tidak bersifat final, tetapi terus diverifikasi selama proses pengumpulan data berlangsung. Peneliti mencari pola, hubungan sebab-akibat, atau makna yang tersembunyi dalam strategi pemasaran PT GMK, serta dampaknya terhadap peningkatan *brand awareness*.