BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis penelitian

Pendekatan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif serta jenis yang dipakai adalah analisis wacana dengan format desain deskriptif. Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini mempelajari masalah-masalah dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, serta tata cara yang berlaku dalam perusahaan serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan serta pengaruh dari suatu fenomena.[34]

Berdasarkan peneilitian tersebut di atas peneliti berharap mendapatkan data penelitian yang bersifat deskriptif interpretatif sehingga peneliti dapa menganalisis dan menelaah lebih dekat, mendalam, mengakar dan menyeluruh, untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai Strategi *retailing mix* Reny Swalayan-ku Sidoarjo.

B. Lokasi penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini adalah Reny Swalayan-ku yang beralamat di Jl. Brigjen Katamso Sidoarjo Jawa Timur.

[34] Moh Nazir, 2005, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Bogor, hal. 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder, diantaranya adalah :

a.) Data Primer

Data ini merupakan data yang dikumpulkan dari lapangn dengan melakukan *dept interview* kepada beberapa infoman kunci atau subjek penelitian yang terkait dengan perihal *strategi retailing mix* yang dijalankan oleh perusahaan Reny Swalayan-ku.

b.) Data Sekunder

Data sekunder ini adalah data yang digunakan untuk mendukung informasi primer yang diperoleh baik dari dokumen, maupun dari observasi langsung ke lapangan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam peneltian ini adalah sebagai berikut :

a.) Sumber Data Informan

Sumber data ini diambil melalui proses wawancara dengan pihak Kepala toko atau Manager Marketing perusahaan yang mengetahui produk, harga produk, promosi dan penentuan atau pemilihan lokasi yang strategis, dan salah satu karyawan perusahaan yang mengetahui tentang pelayanan dan fasilitas fisik atau suasana dalam toko (*store atmospere*) yang terkait dengan strategi *retail mix* yang dijalankan oleh perusahaan.

b.) Sumber Data Dokumentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber data dokumentasi diambil dari data-data perusahaan, dan observasi lapangan mengenai kegiatan pemasaran ritel yang dilakukan oleh manajemen perusahaan Reny Swalayan-ku.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Pada tahap ini peneliti akan menjelaskan secara singkat mengenai proses awal penelitian sampai akhir penelitian. Dibagi menjadi tiga tahap, sebagai berikut :

a) Tahap Pra Penelitian

Pada tahap pertama sebelum peneliti terjun kelapangan untuk mencari informasi adalah tahap pembuatan atau penulisan proposal. Proposal penelitian ini berisi rancangan atau rencana yang disusun oleh seorang peneliti untuk melakukan penelitian.[35]

b) Tahap Penelitian

Tahap selanjutnya adalah mencari atau menggali informasi ke perusahaan Reny Swalayan-ku yang digunakan peneliti untuk melakukan proses penelitian dalam kaitanya tentang *strategi retailing mix* Reny Swalayan-ku.

c) Tahap Pengumpulan Data

Tahap yang terakhir ini adalah proses pengumpulan data-data yang sudah digali sebelumnya kemudian di analisis dan disimpulkan dalam satu data yang disebut dengan data skripsi.

[35] Tim Penyusun Jurusan Manajemen Dakwah, 2012, *Panduan Penelitian Skripsi Manajemen Dakwah*, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Surabaya, hal. 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. Sebagai berikut :

a) Wawancara

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau yang diwawancarai, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Wawancara yang pertama adalah dengan ibu Fatimah merupakan staff pembelian produk, beliau bekerja di Reny swalayan-ku selama kurang lebih 14 tahun, tempat tinggal beliau di Jl. Brigjen Katamso, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, wawancara yang kedua dengan Ibu Widya Astuti selaku owner dari Reny Swalayan-ku, wawancara yang ketiga dengan Bapak Yoko selaku staf pembelian produk, wawancara yang keempat dengan Bapak Agus Subagio selaku staf gudang wawancara yang kelima yaitu dengan staf kepala pramuniaga Ibu Shanty dan wawancara yang terakhir dengan Mbak Evita Sari selaku pramuniaga reny swalayan-ku. Untuk mengetahui informasi mengenai data sebagai berikut: 1). *Merchandising* (Produk atau Barang yang ditawarkan), 2). Harga (*Price Tactics*) 3). Promosi, 4). Personalia (Pelayanan pelanggan dan penjualan Pribadi), 5. Lokasi (Site dan Lokasi Perdagangan), dan 6). Fasilitas Fisik (*Atmospere*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi data yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi bisa berbentuk dokumen publik ataupun dokumen privat melalui buku-buku, makalah-makalah dan rekaman yang berhubungan dengan judul penelitian. Di antaranya data-datanya sebagai berikut: 1). Produk (Keluasaan dan kedalaman Produk), 2). Harga, dan Personalia (Pelayanan pelanggan dan penjualan pribadi).

c) Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra lainya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Karena itu, observasi adalaha kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatanya dan pencatatan sistematis fenomena-fenomena yang diselediki.[36] Data mengenai observasi sebagai berikut: 1). Suasana toko (Store atmospere), 2). Letak Toko dan 3). Media promosi (periklanan dan lain-lain).

F. Teknik Validitas Data

Metode validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah kombinasi beragam sumber data, tenaga peneliti, teori dan teknik metodologis dalam suatu penelitian atas gejala sosial. Triangulasi

[36] Sutrisna Hadi, 1989, *Metodologi Research*, Andi Offset, 1989, Yogyakarta, cet ke-19, hal. 139.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperlukan karena setiap teknik memiliki kelemahan serta keunggulannya tersendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan triangulasi sumber (triangulasi data) dalam pemeriksaan keabsahan data. Triangulasi data adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari beragam sumber data. Berikut langkah-langkah triangulasi data yaitu :

a) Mencari data dengan dari banyak sumber informan, yaitu orang yang terlibat langsung dengan objek kajian,
b) Triangulasi pengumpulan data dari banyak sumber informan.
c) Triangulasi metode, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan bermacam-macam metode pengumpulan data (Observasi, interview, studi dokumentasi, focus group).
d) Triangulasi teori, dilakukan dengan cara mengkaji berbagai teori relevan, sehingga dalam hal ini tidak digunakan teori tunggal akan tetapi dengan teori jamak.[37]

G. Teknik Analisa Data

Peneliti menggunakan analisis deskriptif interpretatif, peneliti akan menginterpretasi data untuk memperoleh arti dan makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yang sedang dilakukan. Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan cara meninjau hasil penelitian secara kritis dengan teori yang relevan dan informasi akurat yang diperoleh dari lapangan.[38]

[37] Suwadi Endraswara, 2006, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan*, Pustaka Widyatam, Yogyakarta, hal. 110.
[38] Lexy J dan Moleong, 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung, hal. 151.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam hal ini peneliti akan menggunakan langkah-langkah seperti yang di kemukakan oleh Tesc yang dikutip oleh Crashwell, langkah-langkah tersebut akan peniliti uraikan sebagai berikut:

1) Memahami catatan secara keseluruhan dengan teliti.
2) Memilih satu dokumen yang paling menarik, yang singkat, mempelajari dokumen tersebut dan memikirkan pokoknya.
3) Membuat daftar seluruh topik, mengelompokkan topik-topik yang sejenis, selanjutnya peneliti memasukkan topik-topik tersebut kedalam kolom-kolom topik penting, topik unik dan sisanya.
4) Menyingkat topik-topik tersebut menjadi kode dan menulis kode tersebut. Skema awal ini untuk melihat apakah muncul kategori dan kode baru.
5) Mencari kata yang paling deskriptif untuk topik-topik tersebut, lalu mengubah topik tersebut kedalam kategori-kategori.
6) Membuat keputusan akhir tentang singkatan setiap kategori dan mengurutkan kode-kode tersebut menurut abjad.
7) Mengumpulkan materi data setiap kategori dalam satu tempat dan melakukan analisis awal.
8) Yang terakhir jika perlu, peneliti akan mengkodekan kembali data yang sudah ada.[39]

[39] John W dan Craswell, 2003, *Research Design Qualitative & Quantitative Approach*, KIK Press, Jakarta, hal. 148-149.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id