

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat & Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Jepang Ci'Jose, sebuah kedai makanan khas Jepang yang berlokasi di Jl. Minangkabau Dalam No.6, RT.1/RW.14, Menteng Atas, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12960. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu sekitar dua bulan, dimulai sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian. Dari periode tersebut, satu bulan digunakan untuk pengumpulan data, dan satu bulan berikutnya digunakan untuk pengolahan data wawancara, termasuk penyusunan skripsi dan proses bimbingan. Estimasi pelaksanaan dari Bulan Januari sampai dengan Mei 2024 dengan melakukan wawancara secara *offline*.

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Bulan Penelitian																							
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4
1	Seminar Proposal Skripsi																								
2	Perbaikan Proposal Skripsi																								
3	Persetujuan Penelitian																								
4	Penyusunan Pertanyaan Wawancara																								
5	Pelaksanaan Wawancara																								
6	Pengolahan Data Wawancara																								
7	Penyusunan Hasil Data Wawancara																								
8	Bimbingan dan Perbaikan																								
9	Presentasi Hasil Penelitian																								

Sumber : Diolah oleh Peneliti

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif sebagai metode pendekatannya. Menurut Murdiyanto (2020) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dibandingkan generalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan kemanusiaan dari perspektif subjek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara langsung dengan pelanggan Warung Jepang Ci'Jose serta melakukan observasi langsung terkait strategi promosi yang dilakukan Warung tersebut. Wawancara dan observasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan berdasarkan pertanyaan yang telah dikembangkan berdasarkan teori yang ada. Selain data primer, penulis juga menggunakan data sekunder sebagai pendukung dalam penelitian ini. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti instansi-instansi, perpustakaan, dan pihak lainnya. Fokus dalam penelitian ini adalah untuk secara sistematis menggambarkan fakta dan karakteristik strategi promosi yang dilakukan Warung Jepang Ci'Jose.

Menurut Creswell (2014) metode penelitian studi kasus merupakan strategi penelitian yang bertujuan untuk memahami secara mendalam suatu hal, baik individu, kelompok, atau situasi. Strategi ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi secara lengkap dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Penelitian ini secara sistematis menggunakan pendekatan studi kasus jenis multi kasus yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan berbagai informasi dari narasumber pelanggan Warung Jepang Ci'Jose. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menemukan penemuan yang beragam berdasarkan pengalaman masing-masing pelanggan Warung Jepang Ci'Jose.

C. Sumber Data

Data adalah koleksi informasi atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2022) terdapat dua jenis data berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui metode penelitian seperti wawancara, observasi, atau eksperimen. Sementara itu, data sekunder merujuk pada informasi yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain atau ada sebelumnya, seperti laporan, jurnal, atau data statistik yang telah tersedia.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara langsung dengan pelanggan Warung Jepang Ci'Jose serta melakukan observasi langsung terkait strategi promosi yang dilakukan Warung Jepang Ci'Jose. Tujuan dari wawancara dan observasi ini adalah untuk

mendapatkan informasi yang relevan berdasarkan pertanyaan yang telah dikembangkan berdasarkan teori yang ada. Selain data primer, penulis juga menggunakan data sekunder sebagai pendukung dalam penelitian ini. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti instansi-instansi, perpustakaan, dan pihak lainnya. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berasal dari buku, jurnal, skripsi, serta referensi dari artikel, dan sebagainya.

D. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi tersebut. Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti. (Sugiyono, 2022), mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dalam pemilihan responden pada penelitian ini yaitu:

- a. Responden merupakan pelanggan Warung Jepang Ci'Jose;
- b. Responden yang telah berkunjung lebih dari (1) kali dalam 3 bulan terakhir;
- c. Responden berdomisili di wilayah Kota Jakarta Selatan;
- d. Responden bersedia diwawancarai.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 5-10 orang seperti yang diuraikan oleh Abdussamad (2020) Dalam penelitian kualitatif, tidak ada

batasan jumlah sampel yang pasti. Sampel penelitian kualitatif umumnya kecil, bahkan pada kasus tertentu hanya satu informan saja. Namun, ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan, yaitu kecukupan dan kesesuaian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kali ini, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi :

a) Observasi

Menurut Sugiyono (2022) observasi merupakan metode pengumpulan data dengan ciri khasnya sendiri jika dibandingkan dengan metode lain. Tujuan dari aktivitas observasi ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang nantinya dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan atau diagnosis. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati strategi promosi yang dilakukan Warung Jepang Ci'Jose dan mengunjungi langsung kedai Warung Jepang Ci'Jose. Selama proses observasi, seluruh kegiatan promosi yang dilakukan oleh Warung Jepang Ci'Jose akan dicatat secara rinci.

b) Wawancara

Menurut Sugiyono (2022) wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan studi awal dengan tujuan mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan konsumen dan pihak Warung Jepang Ci'Jose meliputi pemilik serta staf penjualan. Peneliti menyusun daftar pertanyaan

yang terkait dengan bauran promosi, dan dari jawaban yang diberikan oleh pihak Warung Jepang Ci'Jose, informasi tersebut akan dikembangkan menjadi pembahasan yang dapat dipahami. Penelitian ini menggunakan pendekatan wawancara semi-terstruktur, yang artinya peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, sesuai dengan yang dijelaskan oleh Sugiyono (2022). Adapun pertanyaan wawancara yang telah disusun penulis adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Daftar Pertanyaan Wawancara untuk pihak Warung Jepang Ci'Jose

No.	Elemen Promosi	Pertanyaan	Sumber Pertanyaan
1	Periklanan	Media Iklan apa saja yang pernah anda coba lakukan untuk memasarkan produk Warung Jepang Ci'Jose?	(Irwanto, 2022)
		Menurut Anda, media iklan apa yang paling efektif untuk menarik pelanggan ke Warung Jepang Ci'Jose? Mengapa?	
		Menurut Anda adakah kesulitan yang Anda hadapi dalam beriklan untuk Warung Jepang Ci'Jose?	
2	Promosi Penjualan	Promosi apa saja yang pernah anda coba lakukan untuk Warung Jepang Ci'Jose?	(Irwanto, 2022)
		Menurut Anda, jenis promosi apa yang paling efektif untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan Warung Jepang Ci'Jose?	
		Siapa target pelanggan yang Anda ingin tarik dengan program promosi?	

No.	Elemen Promosi	Pertanyaan	Sumber Pertanyaan
3	Penjualan Personal	Apakah Anda memiliki strategi khusus untuk membangun hubungan personal dengan pelanggan?	(Irwanto, 2022)
		Adakah hambatan yang Anda hadapi dalam menjalin hubungan personal dengan pelanggan?	
		Apakah Anda pernah meminta umpan balik dari pelanggan untuk meningkatkan layanan dan penjualan?	
4	Hubungan Masyarakat	Apakah Anda saat ini melakukan aktivitas yang bertujuan membangun citra positif Warung Jepang Ci'Jose di masyarakat? Jika ya, bisa Anda ceritakan contoh aktivitas yang Anda lakukan?	(Irwanto, 2022)
5	Pemasaran Langsung	Bagaimana cara Anda melakukan pemasaran langsung? (misalnya membagikan pamflet dan brosur, telemarketing, serta penjualan secara <i>door to door</i>)	(Irwanto, 2022)

Sumber : Irwanto (2022)

Dalam penelitian ini, wawancara juga dilakukan dengan konsumen Warung Jepang Ci'Jose agar mendapatkan dua sudut pandang yang berfungsi untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai suatu fenomena atau permasalahan. Peneliti menyusun daftar pertanyaan yang terkait dengan bauran promosi, dan dari jawaban yang diberikan oleh konsumen Warung Jepang Ci'Jose, informasi tersebut akan dikembangkan menjadi pembahasan yang dapat dipahami. Adapun pertanyaan wawancara yang telah disusun penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Konsumen

No.	Elemen Promosi	Pertanyaan	Sumber Pertanyaan
1	Periklanan	Sepengetahuan Anda, iklan apa saja yang dilakukan oleh Warung Jepang Ci'Jose baik itu iklan digital maupun tradisional?	(Irwanto, 2022)
		Bagaimana iklan Warung Jepang Ci'Jose menurut Anda? Apakah informatif dan mudah dipahami?	
		Menurut Anda dalam iklan tersebut hal apa yang membuat Anda tertarik untuk mengunjungi Warung Jepang Ci'Jose?	
2	Promosi Penjualan	Bagaimana tanggapan Anda tentang promo yang sedang dilakukan Warung Jepang Ci'Jose?	(Irwanto, 2022)
		Hal apa yang membuat Anda tertarik dengan promo yang dilakukan Warung Jepang Ci'Jose?	
		Menurut Anda apakah ada hal yang perlu dirubah atau ditingkatkan dari promo tersebut?	
3	Penjualan Personal	Bagaimana tanggapan Anda tentang interaksi yang dilakukan oleh staf penjualan Warung Jepang Ci'Jose?	(Irwanto, 2022)
		Bagaimana staf penjualan tersebut dalam memberikan informasi terkait menu yang Anda inginkan?	
		Apakah staf penjualan juga menawarkan langsung produk lainnya? Bagaimana tanggapan Anda?	
		Hal apa yang membuat Anda merasa puas dengan pelayanan	

No.	Elemen Promosi	Pertanyaan	Sumber Pertanyaan
		staf penjualan Warung Jepang Ci'Jose?	
4	Hubungan Masyarakat	Menurut Anda apakah kontribusi Warung Jepang Ci'Jose terhadap masyarakat sudah berhasil untuk mendapatkan citra positif?	(Irwanto, 2022)
5	Pemasaran Langsung	Bagaimana respon Anda ketika menerima penawaran secara langsung, serta melalui media <i>email</i> , telepon, dan SMS berupa promo dari Warung Jepang Ci'Jose?	(Irwanto, 2022)

Sumber : Irwanto (2022)

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengarsipan informasi tentang kejadian yang telah terjadi di masa lampau. Dalam bentuknya, dokumentasi dapat berupa gambar atau teks seperti sejarah atau hasil wawancara Sugiyono (2022). Penelitian ini menggunakan dokumentasi dengan cara mengambil foto-foto kegiatan yang terjadi selama observasi dan wawancara di kedai Warung Jepang Ci'Jose, juga mencakup dokumentasi produk yang dijual melalui Instagram serta elemen-elemen lain yang berperan dalam melengkapi data.

d) Triangulasi

Menurut Sugiyono (2022) teknik triangulasi dalam penelitian menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang sudah ada. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber digunakan untuk mendapatkan data dari berbagai sumber berbeda dengan teknik yang sama. Tujuannya untuk menguji kredibilitas data dengan mengeceknya melalui beberapa sumber.

F. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian, memastikan keabsahan data menjadi suatu aspek penting sebagai bentuk tanggung jawab untuk menjamin keandalan data yang dijelaskan oleh Sugiyono (2022). Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa langkah pemeriksaan yang dilakukan untuk menegaskan keabsahan data, antara lain:

a) Uji Kredibilitas

Uji Kredibilitas merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu yang dilaksanakan untuk mendapatkan kepercayaan terhadap hasil dari penelitian yang dilaksanakan.

b) Uji Transferabilitas

Uji Transferabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menunjukkan ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil.

c) Uji Dependabilitas

Uji Dependabilitas adalah suatu penelitian dikatakan reliable apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Uji ini dilakukan karena banyaknya peluang seorang peneliti mempunyai data tanpa turun ke lapangan secara langsung, maka penelitian ini tidak reliable atau dependable.

d) Uji Obyektivitas

Uji Obyektivitas merupakan pengujian hasil penelitian untuk dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Apabila hasil penelitian yang dilakukan

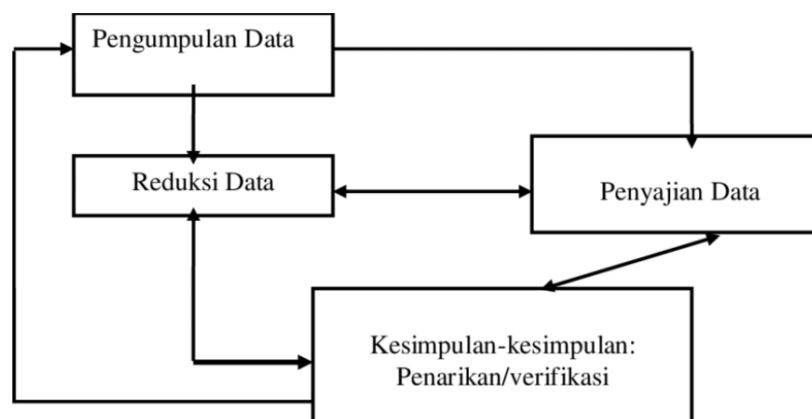
merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian ini dapat disebut telah memenuhi standar objektivitas.

Pengecekan keabsahan data dilakukan melalui pengamatan dengan menggunakan teknik yang mempertimbangkan ciri-ciri dan unsur-unsur situasi yang sangat relevan dengan isu yang sedang diteliti. Dengan cara ini, data yang disajikan akan memiliki relevansi dan dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

G. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2022) analisis data merupakan tahap yang melibatkan pencarian dan pengorganisasian data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini mencakup mengelompokkan data ke dalam kategori yang relevan, menguraikan data menjadi unit-unit yang spesifik, melakukan sintesis data, mengidentifikasi pola-pola, memilih informasi yang penting untuk penelitian lebih lanjut, serta menyusun kesimpulan yang dapat dimengerti dengan mudah oleh peneliti maupun pihak lain.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *interactive model*. Menurut Sugiyono (2022) teknik *interactive model* adalah proses analisis data kualitatif yang dilakukan secara dinamis dan berkelanjutan, hingga datanya mencapai titik jenuh. Proses ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.



Gambar 3.1
Komponen dalam analisis data interactive model

Sumber: Irwanto (2022)

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Menurut Sugiyono (2022) reduksi data adalah proses menyusun rangkuman, mengidentifikasi inti dari informasi yang relevan, dan memfokuskan pada elemen penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini meliputi mencari tema dan pola yang muncul dari data yang dikumpulkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan pengumpulan data lanjutan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan setelah data telah mengalami proses reduksi atau ringkasan. Data yang berasal dari hasil pengamatan, wawancara, dan dokumentasi dianalisis, kemudian dipresentasikan dalam bentuk catatan wawancara dan catatan dokumentasi. Data yang telah dipaparkan dalam format catatan wawancara dan catatan dokumentasi diberi label data untuk

pengorganisasian, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis dengan cepat dan efisien. Peneliti menyusun daftar awal label yang sesuai dengan panduan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setiap data yang telah diberi label dianalisis melalui proses refleksi dan dipresentasikan dalam bentuk teks.

3. Kesimpulan (*Conclusion*)

Tahap akhir dalam proses analisis data dalam model interaktif kualitatif adalah menyusun kesimpulan dari hasil verifikasi. Dengan merujuk pada data yang telah diolah dan disajikan, peneliti menyusun kesimpulan yang didukung oleh bukti yang kuat yang telah diperoleh selama proses pengumpulan data. Kesimpulan ini merupakan jawaban dari perumusan masalah dan pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti sejak awal.

Peneliti melakukan wawancara untuk mengumpulkan informasi tambahan yang dapat mendukung teori yang terdapat dalam buku. Dalam proses tersebut, peneliti memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen. Data tersebut kemudian digabungkan dengan teori yang ditemukan dalam buku-buku referensi dan jurnal. Dari analisis tersebut, penulis menyimpulkan bahwa penggunaan komunikasi yang efektif agar dapat menyampaikan informasi kepada konsumen.