

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan dan wawancara di lapangan. Menurut Sugiono, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah di mana peneliti menjadi elemen kunci dalam proses penelitian.⁶⁷ Objek penelitian ini adalah peran analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel.

Penelitian ini disebut penelitian lapangan karena melibatkan pengumpulan data secara langsung di lapangan. Data dikumpulkan melalui metode observasi di Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel, dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik, Bapak Gilang Marindar, dan para karyawan yang bekerja di Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel.

B. Sumber Data

Dilihat dari asal sumber data, ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 9.

data sekunder yaitu :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber asli yang memberikan data langsung kepada peneliti mengenai masalah yang sedang diteliti dalam penelitian.⁶⁸ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah

1. Bapak Gilang Marindar, yang merupakan pemilik toko Malaka Apparel, juga berperan sebagai orang yang menentukan serta mengimplementasikan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk pakaian olahraga di Malaka Apparel
2. Beberapa pembeli pada toko pakaian olahraga Malaka Apparel
3. Karyawan Malaka Apparel

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh oleh peneliti melalui studi kepustakaan yang relevan dengan objek penelitian, seperti literatur yang terdapat dalam buku Manajemen Pemasaran, artikel, dan publikasi ilmiah lain yang terkait dengan topik penelitian ini, dengan tujuan untuk mendukung hasil penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada metode atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk menggali informasi dari sumber atau subjek penelitian. Penggunaan teknik ini menjadi suatu keharusan karena

⁶⁸ Muhammad Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm 57.

hasil dari teknik pengumpulan data ini akan menjadi dasar untuk merancang instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah alat atau perangkat yang akan digunakan oleh peneliti untuk menghimpun data-data yang diperlukan dalam penelitian.⁶⁹

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan cermat terhadap objek penelitian, dengan membuat catatan sistematis mengenai fakta-fakta yang diamati. Dalam penelitian ini, dilakukan observasi non-partisipan, yang mana peneliti hanya berperan sebagai pengamat dan tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas yang sedang dilakukan oleh pihak yang menjadi sumber informasi.⁷⁰ Dalam hal ini, peneliti mengamati kegiatan usaha yang dilakukan oleh toko pakaian olahraga Malaka Apparel

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan dialog langsung antara dua orang atau lebih dengan tujuan mendapatkan informasi secara rinci. Seringkali, peneliti

⁶⁹ Iryana and Risky Kawasati, "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif," *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sorong*

⁷⁰ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm 143.

menggunakan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan detail, serta untuk memperoleh data yang mungkin tidak bisa diperoleh melalui pengamatan.⁷¹ Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, di mana peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan pemilik Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel, yaitu Bapak Gilang Marindar, dan karyawan Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi lebih rinci mengenai strategi pemasaran dan promosi di Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel. Pertanyaan yang diajukan akan mencakup topik mengenai strategi pemasaran dan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan di Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel.

3. Dokumentasi

Dokumen merujuk pada catatan mengenai peristiwa yang telah terjadi di masa lampau. Jenis dokumen ini bisa berwujud teks tertulis atau gambar⁷². Melalui metode ini, diharapkan peneliti dapat mengumpulkan data terkait penerapan strategi pemasaran dan promosi, data penjualan, serta informasi lain yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.

⁷¹ Boedi dan Beni, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Bandung: CV Pusaka Setia, 2014), hlm 207.

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm 240.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merujuk pada perangkat atau sarana yang digunakan oleh peneliti untuk memudahkan dan meningkatkan kualitas pengumpulan data, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih teliti, komprehensif, dan terorganisir dengan baik, sehingga memudahkan proses analisis data.⁷³ Dalam penelitian kualitatif, instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, yang berperan sebagai elemen kunci dalam proses penelitian (key instrument). Sebelumnya, peneliti sebagai elemen kunci harus melewati tahap validasi untuk memastikan kualitas penelitian kualitatif yang baik. Proses validasi ini mencakup pemahaman yang kuat terhadap metode penelitian kualitatif, penguasaan yang baik terhadap bidang yang diteliti, serta persiapan akademik dan logistik yang memadai. Peneliti kualitatif yang berperan sebagai elemen kunci memiliki tanggung jawab dalam menentukan fokus penelitian, memilih sumber data, menganalisis data, menginterpretasi data, dan menyusun kesimpulan berdasarkan hasil penelitian.⁷⁴

E. Uji Kredibilitas Data

Kredibilitas data adalah usaha untuk memastikan keabsahan data dengan memverifikasi informasi yang diperoleh dari subjek penelitian. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa temuan penelitian sesuai

⁷³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), hlm 33.

⁷⁴ Dkk Fitria Widiyani Roosinda, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), hlm 77.

dengan realitas dan dengan apa yang subjek penelitian sebenarnya alami. Kriteria kredibilitas digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan oleh peneliti memiliki nilai kebenaran yang tinggi, yang bermanfaat baik bagi pembaca maupun subjek penelitian.⁷⁵

Pengujian keabsahan data melibatkan penerapan teknik triangulasi sumber, di mana peneliti menggunakan beragam metode pengumpulan data untuk menggali informasi dari sumber yang sama.⁷⁶ Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan pengumpulan data dokumen secara bersamaan dari sumber yang sama. Triangulasi sumber ini bertujuan untuk memastikan kebenaran data dengan mendapatkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda, meskipun dengan teknik pengumpulan data yang serupa. Dengan demikian, teknik yang digunakan untuk menjamin keabsahan data adalah triangulasi sumber, yang melibatkan perbandingan data yang diperoleh melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses pengorganisasian dan penyusunan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Tujuan utamanya adalah untuk menyusun informasi secara sistematis, menguraikan data, mengidentifikasi pola, dan menyimpulkan hasil agar dapat dipahami dan

⁷⁵ Nawawi, *Metode Penelitian Fiqh Dan Ekonomi Syariah* (Malang: Madani Media, 2019), hlm 127.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm 241.

diberikan kepada pihak lain. Menurut Miles and Huberman, analisis data kualitatif melibatkan kegiatan interaktif yang berlangsung secara kontinu hingga data tersebut sudah mencapai tingkat kejenuhan. Dalam konteks ini, beberapa kegiatan yang dilakukan dalam analisis data melibatkan pembuatan matriks IFAS, matriks EFAS, Diagram SWOT dan matriks SWOT.

1. Matriks IFAS

Matriks IFAS digunakan untuk evaluasi peran faktor-faktor internal dalam suatu perusahaan. Matriks ini memberikan gambaran mengenai kondisi internal perusahaan dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan, yang diukur melalui rating dan bobot tertentu. Dengan kata lain, Matriks IFAS membantu dalam menilai sejauh mana faktor-faktor internal tersebut berpengaruh pada kinerja perusahaan.⁷⁷ untuk merangkum faktor-faktor strategis internal tersebut dalam konteks kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) perusahaan. Tahapannya melibatkan:

- I. Identifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan pada kolom 1
- II. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis

⁷⁷ Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, hlm 33.

perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).

- III. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- IV. Hitunglah hasil perkalian antara bobot dan rating masing-masing faktor untuk mendapatkan skornya.
- V. Jumlahkan total score masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.⁷⁸

2. Matrik EFAS

Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi peran faktor-faktor eksternal dalam suatu perusahaan. Matriks ini memberikan gambaran tentang kondisi eksternal perusahaan, mencakup identifikasi peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot dan rating

⁷⁸ Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, hlm 24.

tertentu. Dengan kata lain, Matriks EFAS membantu dalam menilai sejauh mana faktor-faktor eksternal tersebut dapat memengaruhi kinerja perusahaan.⁷⁹ Ada lima langkah dalam menyusun matriks faktor strategi eksternal, yaitu:

- I. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- II. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- III. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1(respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- IV. Kalikan masing-masing, bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- V. Jumlahkan semua score untuk mendapatkan total score perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Dalam matriks EFAS, nilai total skor tertinggi adalah 4,0 dan yang terendah adalah 1,0. Total skor 4,0 menandakan bahwa

⁷⁹ Ibid., hlm 34.

perusahaan secara luar biasa merespons peluang yang ada dan berhasil menghindari ancaman di pasar industri. Sementara total skor 1,0 menunjukkan bahwa strategi perusahaan tidak efektif dalam memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman eksternal.⁸⁰

3. Diagram SWOT

Diagram SWOT adalah suatu alat yang digunakan untuk merinci faktor-faktor strategis suatu perusahaan. Dengan jelas, matriks ini mengilustrasikan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan.⁸¹ Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

I. Kuadran 1

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

II. Kuadran 2

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus

⁸⁰ Ibid., hlm 25.

⁸¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia, 2009), hlm 31.

diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

III. Kuadran 3

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih besar.

IV. Kuadran 4

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dari luar dan kelemahan internal.⁸²

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah suatu alat yang digunakan untuk merinci faktor-faktor strategis suatu perusahaan. Dengan jelas, matriks ini mengilustrasikan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan, adapun penjelasannya yaitu :

- 1) (Kekuatan, Peluang atau S,O) artinya perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan peluang yang bisa

⁸² Ibid., hlm 26.

memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik baiknya

- 2) Kekuatan, Ancaman atau S,T) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal manajemen, sistem pemasaran maupun kemampuan financial untuk mengatasi ancaman.
- 3) (Kelemahan, Peluang atau W,O) artinya perusahaan membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.(Kelemahan, Ancaman atau W,T) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.⁸³

G. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian

waktu yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian ini dari mulai penyusunan usulan penelitian hingga sidang skripsi.

⁸³ Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus Dan Solusi*, hlm 274.

No	Kegiatan	Tahun 2023-2024					
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1.	SK Judul						
2.	Penyusunan Usulan Penelitian						
3.	Seminar Proposal Penelitian						
4.	Pelaksanaan Penelitian: a. Pengumpulan data b. Pengolahan data c. Analisis data						
5.	Pelaporan: a. Penyusunan laporan b. Laporan hasil skripsi						
6.	Sidang Skripsi						

Tabel 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

2. Tempat penelitian

Lokasi yang menjadi subjek penelitian ini adalah Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel yang berlokasi di Jl. Karang Kandri RT/RW

01/11, Desa Cimanggu, Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Cilacap. Alasan peneliti memilih Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel sebagai objek penelitian adalah untuk menginvestigasi implementasi strategi pemasaran dan promosi di toko tersebut serta untuk menganalisis tingkat efektivitas strategi pemasaran dan promosi dengan pendekatan pemasaran syariah dan promosi Islami. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi landasan strategi dalam meningkatkan penjualan Toko Pakaian Olahraga Malaka Apparel di Cilacap.