

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Sembako Mama Laila yang berlokasi di Jl. Brigjen H. Hasan Basri No.74 RT. 02, Desa Muara Tapus, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan. Pemilihan Lokasi ini didasarkan pada ketersediaan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, terutama terkait penerapan strategi pemasaran pada usaha ritel sembako. Dengan demikian, lokasi penelitian ini dianggap mampu memberikan data yang relevan dan mendukung tercapainya tujuan penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan memahami fenomena secara mendalam melalui data deskriptif (Creswell, 2014). Pendekatan ini memungkinkan peneliti mempelajari strategi pemasaran berdasarkan pengalaman langsung pelaku usaha dan pelanggan. Selain itu, pendekatan kualitatif bersifat fleksibel sehingga peneliti dapat menyesuaikan instrumen penelitian dengan kondisi lapangan. Melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, peneliti dapat menangkap makna, persepsi, serta praktik pemasaran yang dilakukan oleh pemilik toko. Dengan demikian, pendekatan ini sesuai untuk menggali penerapan *marketing mix* pada usaha ritel kecil seperti Toko Sembako Mama Laila.

C. Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat (Sugiyono, 2019). Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, tetapi memaparkan kondisi objek penelitian berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi yang diterapkan oleh Toko Sembako Mama Laila. Penelitian ini juga menggambarkan bagaimana strategi tersebut dijalankan dalam upaya meningkatkan daya saing usaha serta mendukung pencapaian penjualan.

Pendekatan deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi nyata melalui data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, penelitian ini menghasilkan deskripsi yang sesuai dengan fakta di lapangan.

D. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui wawancara dan observasi (Moleong, 2017). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari informan yang berhubungan langsung dengan kegiatan operasional Toko Sembako Mama Laila.

Teknik pengambilan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan memilih individu yang dianggap paling mengetahui informasi yang dibutuhkan peneliti. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pemilik usaha sebagai pengelola utama, suami pemilik yang telah membantu mengelola toko sejak awal berdiri selama kurang lebih 10 tahun, pelanggan tetap yang berbelanja minimal lima kali dalam sebulan, serta pelanggan umum yang berbelanja sekitar dua kali dalam sebulan. Informan tersebut dipilih karena terlibat langsung dalam pengelolaan usaha dan aktivitas pembelian sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian.

Informan penelitian terdiri dari:

1. Ibu Nordawati selaku pemilik usaha toko sembako Mama Laila
2. Bapak Ahmad Nuzuli selaku Suami dari ibu Nordawati yang juga membantu dalam menjalankan usaha toko sembako Mama Laila
3. Ibu Hartati selaku pelanggan tetap di toko sembako Mama Laila
4. Ibu Siti Fatimah selaku pelanggan umum di toko Sembako Mama Laila

Data primer memberikan gambaran langsung mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan serta kondisi nyata di lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau dari dokumen yang sudah tersedia sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini mencakup dokumen penjualan, catatan pembelian barang, arsip toko, serta literatur terkait seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan referensi lain yang relevan dengan strategi pemasaran dan usaha ritel. Data sekunder ini berfungsi mendukung, memperkaya, dan memperkuat temuan yang diperoleh dari data primer.

E. Desain Operasional Penelitian

Desain operasional penelitian digunakan untuk memetakan variabel, sub-variabel, indikator, dan informan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), desain operasional diperlukan agar fokus penelitian menjadi jelas dan proses pengumpulan data berjalan sesuai arah yang ditetapkan. Variabel utama dalam penelitian ini meliputi bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*), daya saing usaha, dan penjualan.

Bauran pemasaran sebagai variabel utama terdiri dari empat unsur. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler & Keller, 2016), meliputi kualitas, desain atau kemasan, variasi, merek, dan layanan. Harga merupakan nilai yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk, dengan indikator keterjangkauan dan kesesuaian harga dengan kualitas. Tempat atau distribusi berkaitan dengan kemudahan akses lokasi serta ketersediaan produk. Promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran untuk menarik minat beli konsumen melalui komunikasi dan daya tarik promosi. Selain itu, daya saing usaha berkaitan dengan kemampuan usaha bertahan dan bersaing di pasar,

sedangkan penjualan mencerminkan keberhasilan usaha dalam meningkatkan volume penjualan.

Setiap variabel dijabarkan ke dalam indikator yang diamati melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan informan terdiri dari pemilik toko, pelanggan tetap, dan pembeli umum yang memahami kondisi usaha. Untuk mempermudah pemahaman, desain operasional penelitian disajikan dalam bentuk tabel berikut :

Tabel 3.1
Desain Operasional Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 4P Menurut Kotler dan keller (2016)	a. <i>Product</i> (produk)	1. Kualitas produk 2. Desain (kemasan) 3. Variasi produk , 4. Merek (<i>Brand</i>) 5. Layanan
	b. <i>Price</i> (Harga)	1. .Keterjangkauan harga bagi pelanggan 2. Kesesuaian harga dengan kualitas
	c. <i>Place</i> (Tempat)	1. Kemudahan akses lokasi 2. Ketersediaan produk
	d. <i>Promotion</i> (Promosi)	1. Kegiatan komunikasi pemasaran 2. Daya Tarik promosi

Sumber: data diolah tahun 2026

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk memperoleh data yang lengkap dan mendalam. Penggunaan berbagai teknik ini bertujuan untuk meningkatkan keakuratan data melalui proses triangulasi (Creswell, 2014).

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab secara langsung dengan informan. Moleong (2017) menyatakan bahwa wawancara digunakan untuk menggali informasi secara mendalam terkait pengalaman, pandangan, dan aktivitas yang dilakukan oleh subjek penelitian.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik toko sembako Mama Laila dan pelanggan untuk memperoleh informasi mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan, kondisi usaha, serta pengalaman berbelanja pelanggan. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar peneliti tetap memiliki pedoman, namun tetap fleksibel dalam menggali informasi.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian di lapangan. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa observasi digunakan untuk memperoleh data yang lebih akurat karena peneliti melihat langsung kondisi nyata yang terjadi.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati kondisi fisik toko, penataan produk, interaksi antara penjual dan pembeli, serta aktivitas operasional sehari-hari. Observasi membantu peneliti memahami situasi nyata yang tidak selalu dapat diperoleh melalui wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen atau arsip yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini, dokumentasi meliputi foto kegiatan toko, serta dokumen lain yang mendukung analisis penelitian. Data dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil temuan dan memberikan bukti yang lebih objektif.

Penggunaan ketiga teknik tersebut dilakukan secara bersamaan sebagai bentuk triangulasi metode. Creswell (2014) menyatakan bahwa triangulasi dapat meningkatkan validitas data karena informasi diperoleh dari berbagai sumber dan teknik yang berbeda.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Model analisis ini bersifat siklus dan berlangsung secara terus-menerus sejak proses pengumpulan data hingga tahap penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara mendalam untuk memahami fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya terkait penerapan strategi bauran pemasaran pada Toko Sembako Mama Laila.

Model ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang sistematis dan terstruktur dalam mengolah data kualitatif, sehingga menghasilkan temuan

yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap awal dalam proses analisis data yang bertujuan untuk menyederhanakan dan memfokuskan data yang diperoleh dari lapangan. Miles, Huberman, dan Saldana (2014) menjelaskan bahwa reduksi data adalah proses seleksi, pemusatan perhatian, penyederhanaan, serta transformasi data mentah ke dalam bentuk yang lebih terorganisir.

Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan cara menyeleksi hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang tidak berkaitan akan disisihkan, sedangkan data yang penting akan dikelompokkan berdasarkan tema, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

Proses reduksi juga melibatkan kegiatan pengkodean (*coding*), yaitu pemberian tanda atau kategori tertentu pada data agar memudahkan peneliti dalam mengelompokkan informasi. Dengan reduksi data, peneliti dapat menghindari penumpukan informasi yang tidak relevan dan lebih fokus pada aspek yang mendukung tujuan penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap lanjutan setelah proses reduksi data. Tahap ini bertujuan untuk menyusun data dalam bentuk yang sistematis sehingga mudah dipahami dan dianalisis lebih lanjut. Sugiyono

(2019) menyatakan bahwa penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk narasi, tabel, bagan, atau gambar.

Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif yang menggambarkan kondisi nyata di lapangan dengan menghubungkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga membentuk informasi yang utuh. Penyajian data juga membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola, hubungan antar variabel, serta kecenderungan yang muncul, sehingga memudahkan pemahaman terhadap penerapan strategi bauran pemasaran dalam usaha tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisis data. Miles, Huberman, dan Saldana (2014) menyatakan bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif bersifat sementara pada tahap awal, namun akan semakin kuat seiring dengan bertambahnya data dan proses verifikasi yang dilakukan secara terus-menerus.

Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah disajikan untuk menemukan makna, pola, serta hubungan antar temuan penelitian. Peneliti kemudian merumuskan hasil analisis yang menjawab fokus penelitian mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Toko Sembako Mama Laila.

Selain itu, proses verifikasi juga dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan benar-benar didukung oleh data yang valid.

Verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan data dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian.

Dengan menggunakan model analisis interaktif ini, peneliti dapat menghasilkan temuan yang lebih mendalam, sistematis, dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Analisis ini juga memungkinkan peneliti untuk memahami secara komprehensif bagaimana strategi bauran pemasaran diterapkan dalam upaya meningkatkan daya saing dan penjualan.

H. Uji Kredibilitas Data

Uji kredibilitas data dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian kualitatif, kredibilitas data sangat penting karena berkaitan dengan keabsahan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai upaya untuk meningkatkan keakuratan dan validitas data. Patton (2002) menyatakan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber, teknik, dan waktu.

Adapun bentuk triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini,

peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik toko, pelanggan, serta dokumen yang tersedia.

Tujuan dari triangulasi sumber adalah untuk melihat konsistensi informasi yang diberikan oleh masing-masing informan. Apabila data yang diperoleh menunjukkan kesamaan, maka data tersebut dianggap memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Data hasil wawancara akan dibandingkan dengan hasil observasi di lapangan serta didukung oleh data dokumentasi. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa informasi yang diperoleh tidak hanya berdasarkan satu metode saja, tetapi didukung oleh berbagai teknik yang berbeda.

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk melihat konsistensi informasi yang diperoleh. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa waktu pengumpulan data dapat memengaruhi hasil penelitian, sehingga perlu dilakukan pengecekan ulang pada waktu yang berbeda.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dan observasi lebih dari satu kali pada waktu yang berbeda untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat stabil dan tidak berubah secara signifikan.

Melalui penerapan ketiga jenis triangulasi tersebut, peneliti dapat meningkatkan kredibilitas data sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid, akurat, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, temuan penelitian diharapkan mampu mencerminkan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

