

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada UD Mebel Sultan yang berlokasi di JL. Brigjend H. Hasan Basri RT.02 Desa Kandang Halang Kecamatan Amuntai Tengah Kab,Hulu Sungai Utara Provinsi Kalimantan Selatan.

B. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena permasalahan yang diteliti bersifat dinamis dan memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai aktivitas pemasaran di UD Mebel Sultan. Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam konteks ini, peneliti ingin mendeskripsikan secara menyeluruh bagaimana strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan oleh UD Mebel Sultan dan bagaimana strategi tersebut berupaya meningkatkan volume penjualan.

Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif ini dianggap paling tepat karena beberapa alasan utama:

1. Data Bersifat Deskriptif: Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, dan dokumen, bukan angka-angka statistik. Hal ini relevan dengan upaya peneliti dalam memotret strategi produk, harga, tempat, dan promosi melalui hasil wawancara dan observasi.
2. Kondisi Objek Alamiah: Peneliti terjun langsung ke lokasi UD Mebel Sultan di Kecamatan Amuntai Tengah untuk melihat realitas strategi pemasaran yang dijalankan tanpa adanya manipulasi dari pihak peneliti.
3. Fokus pada Proses: Penelitian ini lebih menekankan pada proses bagaimana strategi pemasaran tersebut dirancang dan hambatan-hambatan apa saja yang muncul di lapangan, daripada sekadar hasil akhir angka penjualan.

C. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pemilihan tipe ini disesuaikan dengan tujuan utama penelitian, yaitu untuk menggambarkan secara mendalam dan sistematis mengenai strategi pemasaran yang dijalankan oleh UD Mebel Sultan dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Tipe penelitian deskriptif kualitatif ini bersifat interpretatif dan eksploratif, di mana peneliti berupaya menggali makna di balik tindakan manajerial yang diambil oleh pemilik usaha dalam menghadapi tantangan bisnis. Hal ini mencakup analisis mendalam terhadap faktor-faktor penyebab fluktuasi volume penjualan, baik yang bersumber dari hambatan internal perusahaan maupun tekanan eksternal dari para pesaing. Dengan tipe penelitian ini, data yang dikumpulkan tidak hanya berhenti pada apa yang tampak secara

fisik, tetapi juga mengeksplorasi alasan-alasan strategis di balik kebijakan pemasaran tersebut. Hasil akhir dari tipe penelitian ini akan menyajikan sebuah laporan naratif yang mendalam, rinci, dan faktual yang dapat dijadikan landasan kuat untuk merumuskan rekomendasi strategi peningkatan penjualan bagi UD Mebel Sultan.

D. Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua jenis utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara, yang dalam hal ini mencakup informasi mengenai strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dijalankan, kondisi riil operasional usaha, serta hambatan-hambatan yang dihadapi dalam upaya meningkatkan penjualan. Data primer diperoleh melalui proses wawancara mendalam kepada narasumber serta observasi langsung terhadap aktivitas bisnis di UD Mebel Sultan. Sementara itu, data sekunder berfungsi sebagai data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara atau dokumen yang sudah ada. Data sekunder ini mencakup dokumen profil perusahaan, struktur organisasi, catatan transaksi atau nota penjualan yang diizinkan oleh pemilik, serta literatur pendukung seperti buku-buku manajemen pemasaran dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan objek penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk menentukan informan. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan atau kriteria tertentu agar informasi yang diperoleh memiliki kredibilitas dan kedalaman yang memadai sesuai dengan

tujuan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah pihak yang memahami secara mendalam mengenai operasional bisnis, kebijakan perusahaan, serta kondisi penjualan di UD Mebel Sultan. Berdasarkan kriteria tersebut, informan yang dipilih meliputi:

1. Informan Kunci (*Key Informant*): Pemilik UD Mebel Sultan, karena memiliki otoritas penuh dan pengetahuan mendalam mengenai sejarah usaha, kebijakan harga, pengadaan barang, hingga strategi promosi.
2. Informan Utama: Pelanggan UD Mebel Sultan, untuk memvalidasi informasi mengenai pelayanan dan kualitas produk secara nyata di lapangan.
3. Informan Pendukung: Karyawan UD Mebel Sultan (jika diperlukan), untuk memberikan data tambahan mengenai aktivitas operasional harian dan interaksi langsung dengan konsumen.

E. Desain Operasional Penelitian

Tabel 3.1

**Desain Operasional Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya
Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD Mebel Sultan Di Kecamatan
Amuntai Tengah**

Variabel	Teori	Indikator	Informan / Sumber Data
Strategi Pemasaran (<i>Marketing Mix 4P</i>)	Konsep <i>Marketing Mix 4P</i> menurut Kotler (2016).	1. Produk (<i>Product</i>): Kualitas bahan, keragaman desain, dan keunggulan fitur.	Informan Kunci: Pemilik UD Mebel Sultan.

Variabel	Teori	Indikator	Informan / Sumber Data
		2. Harga (<i>Price</i>): Kebijakan harga, sistem diskon, dan metode pembayaran. 3. Tempat (<i>Place</i>): Aksesibilitas lokasi toko dan layanan pengiriman barang. 4. Promosi (<i>Promotion</i>): Jenis Ragam Media Promosi Konvensional, Tingkat Adopsi dan Profesionalisme Promosi Digital (<i>Digital Branding</i>) dan Efektivitas Jangkauan Pasar.	Informan Utama: pelanggan. Informan Pendukung: Karyawan.
Volume Penjualan	Teori hasil akhir aktivitas penjualan dalam periode tertentu.	1. Jumlah unit produk yang terjual secara konsisten. 2. Ketercapaian target penjualan tahunan. 3. Peningkatan jumlah pelanggan baru dan pembelian berulang (<i>repeat order</i>).	Informan Kunci: Pemilik UD Mebel Sultan. Informan Utama: Pelanggan. Dokumentasi: Catatan transaksi atau nota penjualan.

Sumber: data diolah, 2026

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian ini, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Untuk memperoleh data yang akurat mengenai strategi pemasaran dan volume penjualan pada UD Mebel Sultan, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

1. Observasi

Peneliti melakukan observasi partisipatif pasif, di mana peneliti datang ke lokasi UD Mebel Sultan di Kecamatan Amuntai Tengah untuk mengamati secara langsung aktivitas pelayanan dan pemasaran tanpa terlibat dalam aktivitas bisnis tersebut. Observasi ini difokuskan pada pengamatan terhadap kondisi fisik produk mebel yang dipajang di *showroom*, penataan tata letak (*layout*) toko, cara karyawan atau pemilik berinteraksi dengan calon pembeli, serta melihat langsung lokasi usaha untuk menilai aksesibilitas bagi pelanggan. Melalui observasi ini, peneliti dapat memperoleh gambaran riil mengenai implementasi strategi tempat dan produk yang tidak terungkap melalui kata-kata.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara terstruktur dan mendalam kepada informan kunci, yaitu Pemilik UD Mebel Sultan. Teknik ini digunakan untuk menggali informasi secara terbuka mengenai latar belakang pengambilan keputusan strategi bauran pemasaran, kebijakan penetapan harga, hambatan-hambatan yang dirasakan dalam persaingan dengan toko

mebel lain, serta upaya-upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan. Peneliti menggunakan pedoman wawancara agar pembicaraan tetap fokus pada variabel bauran pemasaran, namun tetap memberikan keleluasaan bagi informan untuk memberikan penjelasan secara mendalam dan subjektif.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber-sumber tertulis atau arsip yang relevan guna mendukung keabsahan data primer. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengumpulan dokumen yang berkaitan dengan profil UD Mebel Sultan, struktur organisasi, foto-foto produk dan suasana toko, serta catatan atau nota transaksi penjualan pada periode tertentu yang diizinkan oleh pemilik sebagai bukti nyata adanya fluktuasi volume penjualan. Dokumentasi ini berfungsi sebagai alat pembuktian yang autentik atas fenomena masalah yang telah dipaparkan pada bab pendahuluan, sekaligus memperkuat analisis strategi yang akan dirumuskan.

G. Uji Kredibilitas Data

Uji kredibilitas data atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan agar data yang dihasilkan memiliki derajat kepercayaan yang tinggi dan tidak bersifat subjektif dari sudut pandang peneliti semata. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik utama untuk menguji kredibilitas data, yaitu triangulasi teknik dan *member check*.

1. Triangulasi Teknik

Peneliti menerapkan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Dalam praktiknya di UD Mebel Sultan, peneliti akan membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan pemilik mengenai strategi promosi, kemudian mengeceknya kembali melalui observasi langsung terhadap aktivitas promosi yang ada di lapangan, serta memperkuatnya dengan bukti dokumentasi berupa foto produk atau catatan penjualan. Jika hasil dari ketiga teknik tersebut memberikan informasi yang selaras mengenai implementasi bauran pemasaran, maka data tersebut dapat dinyatakan kredibel dan valid secara kualitatif.

2. *Member Check*

Member check merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kembali kepada pemberi data atau informan kunci. Setelah melakukan wawancara dan menyusun draf hasil penelitian, peneliti akan menunjukkan kembali transkrip wawancara dan poin-poin temuan mengenai strategi pemasaran kepada Pemilik UD Mebel Sultan. Tujuan dari proses ini adalah untuk mengonfirmasi apakah data yang dituliskan oleh peneliti sudah sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan. Langkah ini sangat krusial untuk menghindari salah tafsir atau kekeliruan dalam menangkap maksud dari narasumber, sehingga kesimpulan yang diambil dalam karya tulis ilmiah ini benar-benar mencerminkan realitas objektif yang terjadi pada UD Mebel Sultan.