

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta, atau realita (Semiawan, 2010:2). Pengertian metode penelitian kualitatif juga dikemukakan oleh Mukhtar (2013:10), metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada suatu saat tertentu.

3.2 Subjek Penelitian

Hamidi (2010), menyatakan dalam beberapa penulisan karya tulis metodologi para peneliti menuliskan atau menyebutkan responden / informan adalah sebagai subjek penelitian, bukan objek penelitian. Subjek dari penelitian ini adalah pemilik ataupun manajer dari restoran seafood maupun restoran biasa yang dilihat mempunyai daya saing atau kesamaan dengan restoran Timika dan juga pemasok bahan baku restoran Timika sebagai acuan data eksternal. Peneliti akan mewawancarai owner dari restoran Timika sebagai sumber data internal yang akan dievaluasi kekurangan maupun kelebihan. Subjek penelitian ini kemudian diwawancarai, yang kemudian hasil wawancara tersebut akan diolah sebagai data untuk penelitian ini.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Observasi

Emzir (2011:39) mendefinisikan observasi dapat dibedakan berdasarkan peran peneliti, menjadi observasi partisipan dan observasi non-partisipan. Observasi partisipan adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti yang berperan sebagai anggota yang berperan serta dalam kehidupan masyarakat topik peneliti, Emzir (2011:39). Peneliti bermaksud untuk melakukan observasi terutama pada kondisi internal restoran berupa kekuatan dan kelemahan restoran yang akan menjadi data dalam analisis SWOT. Observasi dilakukan pada bulan maret 2013 dan bukti observasi adalah foto yang dilakukan peneliti dengan subjek penelitian.

3.3.2 Wawancara

Bungin (2011:100) menjelaskan, wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat. Sanusi (2011:105), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Penelitian ini akan menggunakan metode wawancara personal yang diartikan sebagai wawancara antara peneliti dengan responden informasi yang diarahkan oleh pewawancara untuk tujuan memperoleh informasi yang relevan Kuncoro, (2009:160). Ada tiga jenis wawancara Herdiansyah (2010:121), wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur dan wawancara tidak-terstruktur. Jenis wawancara yang digunakan peneliti

adalah wawancara semi terstruktur. Menurut Sarosa (2012:47) dalam wawancara semi terstruktur pihak wawancara pihak pewawancara sudah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan pemandu wawancara sebelum aktivitas wawancara dilaksanakan, peneliti perlu menelusuri lebih jauh suatu topik berdasarkan jawaban yang diberikan partisipan. Data yang dikumpulkan dari wawancara kepada narasumber mengenai cara pemasaran restoran seafood yang akan diolah lebih lanjut dalam analisis SWOT dan *marketing mix (4P's)*.

3.3.3 Dokumentasi

Dokumentasi diperlukan sebagai pelengkap informasi dalam menunjang penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti melakukan pengamatan data internal restoran yang ada, antara lain strategi pemasaran dan data penjualan restoran Timika dari Januari sampai Oktober 2013 serta menganalisis hasil rekaman yang telah diolah menjadi tulisan untuk membantu pengolahan strategi restoran kedepan. Data tersebut akan diamati oleh peneliti dan digunakan sebagai dasar analisis peneliti, kemudian dikaitkan dengan strategi pemasaran restoran Timika yang akan datang.

3.4 Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi dalam pengujian validitas dan reliabilitas. Validitas menunjukkan bahwa hasil dari suatu pengukuran menggambarkan segi atau aspek yang diukur. Reliabilitas berkenaan dengan tingkat ketetapan hasil pengukuran. Menurut Putra (2013:178) triangulasi adalah gabungan

atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Triangulasi mempunyai empat jenis triangulasi; triangulasi dalam hal teori adalah penggunaan *multiple* teori atau beberapa perspektif untuk menginterpretasi sejumlah data; triangulasi metodologi adalah penggunaan multimetode untuk mempelajari topik tunggal/kasus tunggal; triangulasi pengumpulan data adalah penggunaan lebih dari satu metode pengumpulan data dalam kasus tunggal; triangulasi *observer* adalah penggunaan lebih dari satu *observer* dalam satu kasus tunggal dalam rangka untuk mendapatkan kesepakatan intersubjektif antar-*observer*; dan triangulasi disiplin ilmu adalah penggabungan lebih dari satu disiplin ilmu yang bervariasi, tetapi dalam satu akar yang sama untuk menganalisis suatu kasus tunggal.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam penelitian kali ini. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat keterpercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, (Mukhtar ,2013:138). Triangulasi sumber atau pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah wawancara kepada sumber-sumber yang berbeda dan hasil wawancara akan membantu peneliti untuk mengolah keputusan strategi yang akan ditetapkan. Peneliti tidak menggunakan triangulasi metode karena peneliti tidak membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan data observasi. Peneliti tidak menggunakan triangulasi peneliti karena peneliti melakukan penelitian ini secara individual. Penelitian tidak menggunakan triangulasi teori karena peneliti

tidak membandingkan teori, hanya menggunakan penerapan teori SWOT dan *Marketing Mix (4P's)*. Pengumpulan data peneliti akan menggunakan alat bantu berupa handphone yang mempunyai aplikasi rekaman dan handphone tersebut mempunyai kondisi dengan baterai terisi penuh dan maksimal sehingga pada saat merekam tidak mengalami gangguan. Selain alat bantu, peneliti akan melihat kembali kondisi dari informan harus dalam keadaan sehat dan juga tidak dalam keadaan yang mendesak sehingga pengumpulan informasi bisa didapatkan secara maksimal.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Langkah-langkah dalam pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah :

1. Menentukan subjek penelitian yang akan diwawancarai peneliti untuk mendapatkan data eksternal
2. Menyusun daftar pertanyaan yang diperlukan mengenai unsur-unsur *marketing mix 4P's* dan SWOT
3. Melakukan wawancara dengan narasumber, peneliti akan menggunakan alat bantu perekam suara agar tidak ada informasi yang terlewat saat peneliti melakukan pencatatan ulang

3.6 Metode Analisis Data

Langkah-langkah metode analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Melakukan penelitian untuk masing-masing dari unsur-unsur *marketing mix* dan *SWOT*
2. Melakukan penilaian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman restoran menggunakan analisis evaluasi faktor *internal* dan *eksternal*
3. Menentukan posisi restoran berdasarkan kuadran SWOT
4. Menyusun strategi pemasaran restoran
5. Menyusun simpulan atas penelitian

Indikator dari Marketing Mix yang akan digunakan adalah :

1. Produk : Menu-menu yang disediakan di restoran
2. Harga : Harga yang sudah diberikan oleh restoran kepada masing-masing menu yang disediakan
3. Promosi : Promosi-promosi yang telah dilakukan oleh restoran dengan menggunakan media-media yang ada
4. Tempat : Tempat restoran berdiri berada ditempat yang strategis atau apa

Indikator evaluasi faktor internal dan eksternal :

1. Faktor internal : Kualitas produk, kuantitas produk, kualitas layanan, kegiatan pemasaran, lokasi pemasaran, harga produk.
2. Faktor eksternal : Selera konsumen, kebijakan pemerintah, loyalitas pelanggan, dominasi pemasok, dominasi pembeli, informasi produk oleh pembeli, pangsa pasar