

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan metodologi penelitian dalam melakukan penelitian analisis *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dalam rangka meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran di PT Gijutsu Digital Indonesia. Penjelasan didalam bab ini yaitu jenis penelitian dan metode yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam jenis penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Definisi dari Kirk dan Miller (1986:9) bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bertantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Begitu juga definisi dari David Williams (1995) menulis bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah.

Penelitian kualitatif menurut (Denzim dan Lincoln 1987) adalah penelitian yang menggunakan latar almiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Jenis penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan cara pengumpulan data berdasarkan apa yang diperoleh dan menafsirkan tentang fenomena yang terjadi.

### 3.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang benar untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti. Data yang diperoleh harus valid dan sesuai dengan apa yang terjadi pada subyek penelitian. Dalam teknik pengumpulan data harus adanya hubungan dengan metode lainnya agar data yang terkumpul dapat dijabarkan dan mudah untuk diteliti. Berikut pengertian jenis teknik pengumpulan data :

#### 1. Observasi

Menurut Sugiyono (2015:204) observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Apabila dilihat pada pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non partisipan. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non partisipan. Dalam melakukan observasi, peneliti memilih hal-hal yang diamati dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah proses meningkatkan daya saing melalui strategi pemasara di PT Gijutsu Digital Indonesia.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu *pewawancara* (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan *terwawancara* (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud menggunakan wawancara dalam teknik pengumpulan data ini seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1985:266), antara lain : mengkonstruksi mengenai

orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain.

Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan data-data yang sebelumnya belum ditemukan oleh peneliti seperti analisis segmantation, targeting dan positioning. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis segmentasi, targeting dan positioning.

### **3.3. Teknik Analisa Data**

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dihasilkan tema yang dapat dirumuskan menjadi hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Lexy. 2011) Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahap yaitu;

Pertama adalah pengumpulan data, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara (yang dilakukan kepada subyek penelitian) dan dokumentasi, untuk memperoleh data primer maupun data sekunder. Data yang dikumpulkan dalam tahap ini lebih berfokus pada data strategi pemasaran terhadap produk *smart home* di PT. Gijutsu Digital Indonesia.

Kedua adalah reduksi data, dalam tahap ini data yang telah diperoleh (data primer maupun data sekunder) yang berupa gambar, tabel-tabel, dan hasil wawancara akan diklasifikasikan, diidentifikasi, dipilih dan dipilah sedemikian rupa sehingga data akan terbagi menjadi beberapa jenis. Hasil dari wawancara dengan subyek penelitian (data primer) akan dipisahkan dengan data berupa dokumen (data sekunder) yang telah diperoleh sebelumnya.

Tahap ketiga adalah display data, pada tahap ini peneliti akan menganalisis, menguraikan, memahami dan menggambarkan kembali data-data, yang telah diperoleh dengan bahasa peneliti agar lebih mudah dipahami. Pada tahap ini data-data yang telah diperoleh telah tersusun ke dalam klasifikasi/kelompok masing-masing. Kemudian dipaparkan atau dideskripsikan, dan mencari korelasi atau hubungan dari kelompok-kelompok data sehingga nantinya diperoleh data baru yang merupakan hasil dari korelasi dan kompilasi dari kedua klasifikasi data sebelumnya.

Keempat dan yang terakhir adalah menyimpulkan atau membuat kesimpulan sementara dari keseluruhan data yang telah diperoleh, yaitu bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Gijutsu Digital Indonesia melalui analisis segmentasi, targeting dan positioning. Kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk laporan penelitian.