

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam melaksanakan penelitian ini, agar penelitian lebih terarah, sistematis dan juga jelas, tentunya sangat diperlukan penyusunan metode-metode yang digunakan. Agar suatu penelitian lebih terarah dan sistematis, tentunya diperlukan suatu metode yang jelas, begitu juga penelitian ini, juga penyusun gunakan untuk memaparkan, mengkaji serta menganalisis data-data yang ada untuk diteliti.

A. Jenis Penelitian

Dalam membahas skripsi ini penyusun menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang dapat disebut sebagai penelitian empiris. Penelitian ini dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari sebagai suatu kasus dengan maksud untuk mencari kajian data empirik yang ditemukan dilapangan untuk kemudian dianalisis secara deskriptif dengan rujukan bahan pustaka (Supardi, 2005).

B. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif kualitatif*, yaitu dengan dilakukannya kegiatan penelitian lapangan yaitu dengan cara dilakukan wawancara langsung di tempat penelitian yang dapat menggambarkan implementasi/ aplikasi kegiatan manajemen pemasaran yang kemudian diformulasikan dan dianalisa melalui teori-teori yang relevan dengan masalah yang diangkat (Supardi, 2005).

C. Objek Penelitian

Penelitian ini membahas tentang Manajemen Pemasaran usaha di bidang kuliner yang dilakukan oleh peneliti pada sebuah usaha, yaitu Ayam Geprek Mbok Moro di Bantul Yogyakarta, tepatnya beralamat di perumahan gunung sempu rt 06 No. 166, Kasihan Bantul Yogyakarta.

D. Sumber Data Penelitian

Salah satu langkah yang dilakukan penulis dalam menyusun laporan penelitian ini adalah mengumpulkan data dari tempat yang diteliti, dikarenakan data tersebut merupakan salah satu unsur yang sangat penting sebagai masukan (*input*) dalam melakukan pengolahan data dan pembahasan dalam laporan ini.

Data yang diperlukan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Berdasarkan sumber data-data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Data *Primer* berupa pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian dalam bentuk wawancara kepada pihak manajemen yang berwenang menjelaskan tentang penerapan manajemen pemasarannya, yaitu *owner*, *CEO* dan konsumen (Sugiyono, 2005).
2. Data *Sekunder* adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui studi bahan-bahan kepustakaan yang perlu untuk mendukung data primer, merupakan dokumentasi baik dalam bentuk buku tentang manajemen pemasaran yang dikarang oleh beberapa ahli, jurnal ekonomi Islam, internet, maupun penelitian yang dilakukan orang lain dalam hal manajemen pemasaran (Sugiyono, 2005).

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa :

1. Wawancara/ Interview

Dalam penelitian ini digunakan wawancara mendalam yang mendasarkan pada kriteria teknis wawancara. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin, yakni pewawancara hanya membawa pedoman yang merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan. Wawancara tidak selalu dilakukan dalam situasi yang formal, namun juga dikembangkan pertanyaan-pertanyaan aksidental sesuai dengan alur pembicaraan. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung tentang Implementasi Kegiatan Manajemen Pemasaran pada usaha Ayam Geprek Mbok Moro.

2. Studi Pustaka

Salah satu jenis kegiatan yang dilakukan penulis dalam rangka pengumpulan bahan-bahan penelitian adalah dengan studi pustaka. Studi pustaka merupakan suatu studi dokumentasi dengan cara menelaah buku-buku, jurnal, maupun penelusuran dari internet dan literatur-literatur lain yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Juga dilengkapi

dengan pengumpulan data yaitu dengan cara dokumentasi yang berupa dokumendokumen terkait dengan Kegiatan Manajemen Pemasaran pada usaha Ayam Geprek Mbok Moro

F. Teknik dan Analisis Data

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan keadaan yang diamati (Burhan, 2007). Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu dengan cara memaparkan informasi-informasi faktual yang diperoleh dari usaha Ayam Geprek Mbok Moro, yang berhubungan dengan kegiatan Manajemen Pemasaran dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta fenomena yang diteliti (Nazir, 2003). Sehingga mendapatkan keadaan dan praktik yang berlangsung dalam operasional kegiatan usaha kemudian mengevaluasinya dengan berbagai teori yang berkaitan dengan pokok masalah dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis (Nazir, 2003):

1. Implementasi Kegiatan Manajemen Pemasaran

Analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara dan untuk menganalisis implementasi kegiatan Manajemen Pemasaran yang digunakan pada usaha Ayam Geprek Mbok Moro, sehingga dapat diketahui bagaimana implementasi kegiatan Manajemen Pemasarannya.

2. Implementasi prinsip Ekonomi Islam

Analisis deskriptif yang digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana penerapan prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan manajemen pemasaran. Dengan membandingkan fakta riil di lapangan dengan berbagai teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.