

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Perspektif Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menemukan jawaban dari berbagai macam perumusan masalah yang ada. Fenomena yang terjadi pada Sentra Sepatu Cibaduyut tidak bisa dikategorikan sebagai masalah yang biasa saja, tetapi menjadi perhatian dan tujuan utama agar Sentra Sepatu Cibaduyut kembali terangkat di mata masyarakat. Bagaimana posisi Sentra Sepatu Cibaduyut saat ini akan menjelaskan apakah posisinya masih menjadi yang utama atau tidak di benak konsumen, hal ini dapat diketahui melalui pencarian data melalui wawancara mendalam mengenai Sentra Sepatu Cibaduyut. Seperti tempat pertama yang dipilih oleh seorang konsumen yang akan membuat sepatu berkualitas akan menunjukkan apakah Sentra Sepatu Cibaduyut masih berada pada pilihan utama atau tidak.

Program pemasaran yang digunakan oleh para pemilik usaha di Sentra Sepatu Cibaduyut jelas akan lebih menunjukkan apakah program yang digunakan terbukti memberikan keuntungan kepada pemilik dan pengrajin atau tidak. Karena sampai saat ini, hampir semua usaha yang ada di Sentra Sepatu Cibaduyut membuat sepatu dengan menggunakan merk lain sesuai pesanan. Padahal, mereka juga mempunyai

produk sendiri yang siap untuk dikenalkan pada masyarakat. Hanya saja tidak banyak dari para pemilik usaha merasa tidak yakin apa produknya dapat terjual secara sukses di dalam daerahnya sendiri. Untuk mengetahui hasil dari kesuksesannya ini, peneliti dapat mencari data melalui observasi dan wawancara pada konsumen dan masyarakat, apakah mereka mengetahui produk yang dihasilkan asli buatan Cibaduyut dan pemasaran yang dilakukan sudah menarik perhatian ataukah belum. Kebanyakan para pemilik usaha mampu untuk memasarkan produknya, hanya saja terkadang mereka tidak mengetahui bagaimana caranya agar pemasaran yang dilakukan mampu meningkatkan pendapatan sesuai dengan yang diharapkan. Banyak cara yang bisa digunakan dalam program pemasarannya, misalnya melalui media sosial, promosi pada wisatawan, pameran, dan lain sebagainya.

Upaya peneliti untuk meningkatkan efektifitas pemasaran tidak jauh dari tujuannya untuk mengembalikan Sentra Sepatu Cibaduyut di mata masyarakat dan peneliti menggunakan analisis SWOT dan diagram *fishbone* agar lebih memahami kondisi seperti apa yang terjadi pada lingkungan internal dan eksternal pada Sentra Sepatu Cibaduyut. Dalam upayanya untuk mengangkat kembali Sentra Sepatu Cibaduyut, peneliti menggunakan strategi reposisi (*repositioning*) dimana proses penempatan suatu merk atau produk di benak konsumen diulang kembali untuk meningkatkan pendapatan bagi pemilik usaha juga pengrajin.

Dalam proses mengangkat kembali posisi Sentra Sepatu Cibaduyut pastinya tidak akan selalu berjalan sesuai dengan harapan, tidak sedikit juga hambatan yang dilalui. Seperti pengembalian persepsi mengenai kualitas sepatu yang dihasilkan

jelek menjadi bagus kembali, hal ini perlu pengorbanan yang ekstra agar masyarakat kembali yakin bahwa kualitas yang dihasilkan terjamin. Selain itu, gaya hidup konsumen yang sudah semakin maju akan membuat batasan produk seperti apa dan berasal darimana yang cocok untuk digunakan. Hambatan ini menjadi fokus utama dalam penelitian agar reposisi bagi Sentra Sepatu Cibaduyut dapat berjalan dengan sukses dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh peneliti, pemilik usaha, pengrajin, pemerintah setempat, dan juga masyarakat yang sudah setia menggunakan produk Cibaduyut.

Program pemasaran setelah dilakukannya proses reposisi diharapkan dapat membantu para pemilik usaha dalam mencapai efektifitas dengan mengkonversikan seberapa banyak penjualan yang dilakukan dengan program pemasaran yang tepat.

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi, peneliti akan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sugiyono (2011:15) mengungkapkan bahwa :

“Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.”

Deskriptif menurut Sugiyono (2014:53) merupakan :

“Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).”

Tujuan dari peneliti memilih metode deskriptif kualitatif adalah agar peneliti dapat memecahkan masalah, memperoleh penjelasan secara mendalam mengenai penerapan teori yang sedang digunakan. Sehingga dalam pelaksanaannya, peneliti

mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai narasumber yang dapat menggeambarkan kasus secara detail, karena penelitian kualitatif ini lebih menekankan pada proses daripada hasil, menginterpretasikan data yang diperoleh dengan fakta yang tampak pada waktu penelitian sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang objek penelitian dengan tingkat validitas data yang tinggi dan menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang diperoleh di lapangan.

### **3.2 Tempat Penelitian**

Tempat penelitian yang dipilih adalah rumah produksi sepatu yang ada di kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut di Kabupaten Bandung Selatan, Bandung, Jawa Barat. Dipilihnya tempat ini karena sentra sepatu Cibaduyut masih memiliki potensial dalam memasarkan produknya, selain itu lokasi Cibaduyut yang strategis dapat ditempuh melalui jalan Bypass Bandung atau melalui jalan tol Moh. Toha dan juga lokasinya dekat dari Terminal Leuwi Panjang.

Serta beberapa kawasan wisata yang berada di Sentra Sepatu Cibaduyut untuk pengumpulan data pada wisatawan, masyarakat, dan juga konsumen.

### **3.3 Parameter Penelitian**

Parameter penelitian adalah suatu nilai atau kondisi yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam menemukan segala sesuatu untuk mengisi kekosongan atau kekurangan yang ada, menggali lebih dalam apa yang telah ada, mengembangkan dan memperluas, serta menguji kebenaran dari apa yang telah ada namun

keberhasilannya masih diragukan. Parameter ini menguraikan mengenai dua hal, yaitu mengenai definisi parameter dan operasionalisasi parameter penelitian.

### **3.3.1 Definisi Parameter**

Parameter adalah nilai, ukuran, kriteria, pembatasan, standar, tolak ukur, patokan yang saling terkait, dan mengembangkan sumber data yang berasal dari populasi dan dapat digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai karakter populasi dalam melakukan penelitian. Parameter dalam penelitian ini adalah mengenai “*Repositioning* Sentra Sepatu Cibaduyut dalam Upaya Meningkatkan Efektifitas Pemasaran (Studi pada Sentra Produksi Sepatu Cibaduyut)”

### **3.3.2 Operasionalisasi Parameter**

Walizer dan Weiner (Mushlihin, 2013) definisi operasional adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan bagaimana mengukur suatu variabel atau konsep definisi operasional tersebut membantu kita untuk mengklasifikasikan gejala di sekitar ke dalam kategori khusus dari variabel.

Operasionalisasi merupakan seperangkat petunjuk dan rumusan terhadap variabel yang akan diteliti yang meliputi hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Bersifat spesifik, rinci, tegas, dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel penelitian dan hal yang dianggap penting. Parameter adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari indikator masalah yang ada dalam setiap individu. lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Parameter Penelitian**

No	Rumusan Masalah	Parameter	Indikator	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Instrumen
1	Bagaimana <i>Positioning</i> saat ini pada sentra sepatu Cibaduyut	1. Atribut	a. Kemenarikan desain dibanding pesaing	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			b. Kemenarikan warna dibanding pesaing	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			c. Kualitas dibanding pesaing	Data Primer	Wawancara	Konsumen dan Pengrajin
			d. Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			e. Fitur menarik	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			f. Pelayanan dari pengrajin atau pemilik toko	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			g. Kemasan produk sepatu	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			h. Bahan yang digunakan	Data Primer	Wawancara	Konsumen dan Pengrajin
			i. Penggunaan merk	Data Primer	Wawancara	Konsumen dan Pengrajin
			j. Jaminan yang diberikan pengrajin	Data Primer	Wawancara	Konsumen
		k. Kelengkapan fungsi yang ditawarkan pada sepatu	Data Primer	Wawancara	Konsumen	
		2. Manfaat	a. Daya tahan	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			b. Kenyamanan	Data Primer	Wawancara	Konsumen
c. Kesesuaian dalam penggunaan sepatu	Data Primer		Wawancara	Konsumen		
d. Meningkatkan gaya hidup	Data Primer		Wawancara	Konsumen		
3. Pemakaian	a. Kesesuaian selera konsumen	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen		
	b. Ukuran yang tepat	Data Primer	Wawancara	Konsumen		

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Parameter Penelitian (Lanjutan)**

No	Rumusan Masalah	Parameter	Indikator	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Instrumen	
			c. Bahan yang digunakan	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen dan Pengrajin	
			d. Situasi dan kondisi selama pemakaian	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen	
			e. Nyaman dalam berbagai situasi	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen	
		4. Mutu / Harga	a. Kesesuaian harga dengan mutu di mata konsumen	Data Primer	Wawancara	Konsumen dan Pengrajin	
			b. Kesesuaian dalam situasi pemakaian	Data Primer	Wawancara	Konsumen	
			c. Kesesuaian dengan kenyamanan yang didapatkan	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen	
2	Bagaimana efektifitas sentra sepatu Cibaduyut saat ini	1. Volume penjualan	Banyaknya produk sepatu yang terjual di pasaran	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Pengrajin	
		2. Promosi yang dilakukan	Menarik minat pelanggan lama dan pelanggan baru	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen dan Pengrajin	
		3. Citra sepatu di mata konsumen	a. Kepercayaan konsumen		Data Primer	Wawancara	Konsumen
			b. Keunggulan		Data Primer dan Sekunder	Wawancara dan Observasi	Konsumen
		4. Kepuasan pelanggan	Memenuhi kebutuhan yang diberikan melalui sepatu yang digunakan		Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
	5. Loyalitas konsumen	a. Melakukan pembelian ulang		Data Primer	Wawancara	Konsumen	
		b. Merekomendasikan kepada keluarga, teman, sanak saudara		Data Primer	Wawancara	Konsumen	
		c. Tidak beralih pada produk lain		Data Primer	Wawancara	Konsumen	
3	Bagaimana kinerja <i>Positioning</i> sentra sepatu Cibaduyut saat ini	1. Citra pada sentra sepatu Cibaduyut	a. Kepercayaan konsumen b. Keunggulan dari sentra sepatu Cibaduyut	Data Primer Data Primer	Wawancara Wawancara	Konsumen Konsumen	

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Parameter Penelitian (Lanjutan)**

No	Rumusan Masalah	Parameter	Indikator	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Instrumen
			c. Pelayanan yang diberikan pengrajin atau pemilik toko	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
			d. Harga yang ditawarkan	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
			e. Resiko yang dialami setelah mengkonsumsi	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
			f. Kemudahan identifikasi sepatu	Data Primer dan Sekunder	Wawancara dan Observasi	Konsumen
			g. Membangun reputasi yang baik	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen dan Pengrajin
		2. Keputusan pembelian	a. Gaya hidup konsumen	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi dan Studi Pustaka	Pengrajin
			b. Kepercayaan konsumen	Data Primer	Wawancara	Konsumen
			c. Kualitas yang ditawarkan	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen dan Pengrajin
			d. Harga yang ditawarkan	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen dan Pengrajin
			e. Keyakinan atas pembelian	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
			f. Bertindak karena keunggulan yang ditawarkan	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
4	Bagaimana hambatan <i>repositioning</i> pada sentra sepatu Cibaduyut	1. Citra pada sentra sepatu Cibaduyut	a. Kesulitan dalam mengembalikan kepercayaan konsumen	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen dan Pengrajin
			b. Persepsi mengenai kualitas produk dan pelayanan yang buruk	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen dan Pengrajin
			c. Resiko yang didapatkan setelah pembelian	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen dan Pengrajin

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Parameter Penelitian (Lanjutan)**

No	Rumusan Masalah	Parameter	Indikator	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Instrumen
			d. Kesulitan dalam mengidentifikasi sepatu	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
		2. Keputusan pembelian	a. Gaya hidup konsumen berdasarkan pada globalisasi	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen
			b. Hilangnya kepercayaan konsumen	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Pengrajin
			c. Hilangnya keyakinan untuk melakukan pembelian	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Konsumen
		3. Pemasaran produk sepatu	a. Tidak ada pasar tersendiri di Kota Bandung	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen dan Pengrajin
			b. Pengrajin tidak melakukan pemasaran melalui sosial media	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen dan Pengrajin
5	Bagaimana <i>repositioning</i> berupaya dalam Efektifitas pemasaran	1. Tercapainya tujuan	a. Peningkatan penjualan	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Pengrajin
			b. Konsumen kembali percaya pada sentra sepatu Cibaduyut	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Konsumen dan Pengrajin
			c. Kepuasan konsumen terpenuhi	Data Primer dan Sekunder	Wawancara	Konsumen
			d. Konsumen menjadi loyal kembali	Data Primer	Wawancara	Konsumen dan Pengrajin
			e. Promosi yang digunakan meningkatkan pendapatan	Data Primer dan Sekunder	Wawancara	Konsumen dan Pengrajin
		2. Akumulasi biaya	a. Kesesuaian pengeluaran biaya produksi	Data Primer dan Sekunder	Wawancara, Observasi, dan Studi Pustaka	Pengrajin
			b. Biaya pemasaran yang minimal dengan cakupan yang luas dengan menggunakan media sosial	Data Primer	Wawancara dan Observasi	Pengrajin

Sumber : Analisis Peneliti, 2017

### **3.4 Sumber Data Penelitian**

Sumber data yang diperoleh peneliti dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Di bawah ini merupakan penjelasan dari kedua sumber data yang diperoleh.

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang berasal dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Dalam kajian penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan berbagai sumber informan seperti pengrajin, konsumen, dan seseorang yang ahli di bidangnya. Data primer ini didapatkan peneliti secara langsung, baik lisan maupun tertulis.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data penunjang yang dibutuhkan dalam penelitian yang berasal dari dokumen, literatur, jurnal, dan lain sebagainya. Data sekunder ini juga didapatkan dari observasi peneliti ke lapangan yang nantinya akan digunakan sebagai pelengkap komponen struktural yang diperoleh, misalnya dari jurnal atau penelitian lainnya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Sugiyono (2014) mengungkapkan terdapat empat macam teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi (gabungan). Di

bawah ini akan dijelaskan mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan.

1. Observasi Langsung

Observasi langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa adanya pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Manfaat dari observasi langsung ini peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, jadi akan diperoleh pandangan yang menyeluruh, dengan observasi akan diperoleh pengalaman langsung sehingga memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan induktif yang membuka keinginan penemuan atau *discovery*.

2. Wawancara

Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik ini digunakan dalam penelitian kualitatif dalam wawancara mendalam. Schumacher dalam Satori (2014;131) mengungkapkan bahwa wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah suatu proses mendapatkan informasi untuk kepentingan penelitian dengan cara dialog antara peneliti dengan narasumber atau informan.

3. Kuisisioner

Kuisisioner menurut Sugiyono (2014) merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner dapat berupa

pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

#### 4. Dokumentasi

Perolehan data kualitatif ini kebanyakan diperoleh dari sumber manusia atau *human resources*, melalui observasi dan wawancara, tapi terdapat pula sumber bukan manusia, diantaranya adalah dokumen, foto, dan bahan statistik.

#### 5. Triangulasi

Sugiyono (2011:330) triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

#### 6. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini dilakukan dengan cara mendatangi perpustakaan dan mencari buku literatur yang sesuai dengan masalah yang diangkat dan informasi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data yang diperoleh merupakan sumber informasi yang telah ditemukan oleh para ahli yang kompeten di bidangnya masing-masing sehingga relevan dengan pembahasan yang sedang diteliti dalam melakukan studi kepustakaan ini penulis berusaha mengumpulkan data sebagai berikut :

- a. Mempelajari konsep dan teori dari berbagai sumber yang berhubungan dan mendukung pada masalah yang sedang diteliti.
- b. Mempelajari materi kuliah dan bahan tertulis lainnya.

### 3.5.1 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data digunakan peneliti untuk mendapatkan data dari berbagai informan, adapun rancangan pedoman wawancara dalam pencarian data dan rancangan observasi disusun berdasarkan tingkat kebutuhan data dan informasi yang digunakan di dalam analisis penyusunan penelitian. Mengenai rancangan pedoman wawancara dalam pencarian data dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini.

**Tabel 3.2**  
**Rancangan Pedoman Wawancara dalam Pencarian Data**

No	Lingkungan	Kajian	Sumber Data
1	Faktor Eksternal	Produksi sepatu	Pengrajin
		Kepemilikan modal	Pengrajin dan Unit Pengembangan Teknis Sentra Sepatu Cibaduyut
		Produk China yang masuk ke Cibaduyut	Pemilik toko yang berada di Sentra Sepatu Cibaduyut
		Dukungan pemerintah	Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung
		Kepemilikan produksi sepatu	Pengrajin
2	Faktor Internal	Lokasi sentra sepatu Cibaduyut	Konsumen
		Penentuan harga	Pengrajin
		Proses produksi sepatu	Pengrajin
		Lokasi pabrik dan <i>layout</i> pabrik	Pengrajin
		Model sepatu yang dibuat dan proses pemesanannya	Pengrajin atau konsumen
Kualitas sepatu	Konsumen		

*Sumber : Analisis Peneliti, 2017*

Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, data yang akan di wawancara di lapangan adalah mengenai data yang terkait dengan lingkungan eksternal dan internal yang ada di sekitar sentra sepatu Cibaduyut.

### 3.6 Narasumber Penelitian

Narasumber atau informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah informan yang sengaja dipilih oleh peneliti yang diyakini bahwa narasumber tersebut merupakan narasumber yang benar-benar mengerti dan memahami situasi

internal dan eksternal pada sentra sepatu Cibaduyut dari dahulu hingga saat ini, beserta dengan fenomena yang terjadi di dalamnya. Adapun para informan tersebut disajikan pada tabel 3.3 di bawah ini.

**Tabel 3.3**  
**Narasumber Penelitian**

Narasumber	Banyaknya Narasumber yang di Wawancara
1. Pemilik usaha sepatu di Sentra Sepatu Cibaduyut	10 Narasumber
2. Pengrajin sepatu di Sentra Sepatu Cibaduyut	5 Narasumber pada setiap Usaha
3. Konsumen	25 Narasumber
4. Seorang ahli dalam bidang sepatu	2 Narasumber
5. Pemerintah Kota Bandung yang berada di industri perdagangan dan pihak yang bertanggung jawab terhadap Sentra Sepatu Cibaduyut	1 Narasumber

*Sumber : Hasil Analisis Peneliti, 2017*

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis secara kualitatif, dimana data bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh dan selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Dari hipotesis dicarikan data secara berulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah diterima atau tidak. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima maka hipotesis itu berkembang menjadi teori (Sugiyono, 2008).

Aktivitas yang ada dalam analisis data kualitatif adalah reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing* atau *verification* (Sugiyono, 2014:246).

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Merupakan proses pemilihan, pemusatan penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan selama penelitian berlangsung. Pada pelaksanaannya reduksi data dilakukan dengan

menggunakan analisis internal dan eksternal yang ada di lingkungan sekitar Sentra Sepatu Cibaduyut.

## 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Merupakan serangkaian informasi yang tersusun rapi dengan tujuan untuk menghasilkan tahapan penarikan kesimpulan. Penyajian data yang digunakan dalam penelitian adalah bentuk teks naratif yang disertai bagan dan tabel yang isinya berkaitan dengan penelitian dituangkan dalam analisis SWOT.

## 3. *Conclusion Drawing* atau *Verification*

Berdasarkan permulaan pengumpulan data, kemudian analisis kualitatif yang dimulai dengan mencari arti dari suatu hal, mencatat keteraturan, pola-pola kejelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Penelitian yang baik akan menghasilkan kesimpulan yang kompeten tergantung pada hasil pencatatan data lapangan serta analisis yang dilakukan.

Ketiga alur kegiatan sangat terkait dengan proses pengumpulan data yang menggunakan proses siklus, dalam hal ini peneliti bergerak di antara ketiga komponen tersebut sehingga peneliti dapat mengetahui strategi reposisi yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan demi kesejahteraan pemilik usaha dan pengrajin dengan program pemasaran yang efektif dan kembalinya citra Sentra Sepatu Cibaduyut di mata masyarakat.

### **3.7.1 Analisis Lingkungan Eksternal (*Opportunity dan Threats*)**

Sentra sepatu Cibaduyut diketahui oleh masyarakat karena dahulu memiliki kualitas produk sepatu yang bagus dengan harga yang tinggi. Selain dari kualitas dan harga, sentra sepatu Cibaduyut ini juga berada di lokasi yang strategis sehingga memudahkan konsumen dari dalam ataupun luar daerah, serta dari luar negara untuk lebih mudah menjangkaunya.

Dahulu sepatu Cibaduyut merupakan sepatu asli yang terbuat dari kulit asli binatang (sapi dan kambing) dan memiliki kualitas yang terbaik di jamannya, proses pembuatannya juga menghabiskan waktu satu bulan untuk membuat satu pasang sepatu, serta harga yang ditawarkan pun sesuai dengan kualitas yang diberikan para pengrajin. Kini hal itu sudah jarang dan hampir tidak dapat lagi ditemukan karena sudah tidak ada lagi yang sanggup membuat sepatu berkualitas dan asli buatan Cibaduyut ini. Pengrajin yang dulu membuatnya sekarang sudah tidak ada, bahkan penerusnya pun tidak ada. Hal ini sedikitnya membuat kecewa para konsumen dan tentunya sesama pengrajin yang ada di sentra sepatu Cibaduyut. Karena jika bukan dari kesadaran sendiri pada setiap keluarga, maka semakin berkurang lagi unit usaha yang ada di Cibaduyut, hal ini karena kebanyakan pemilik usaha merupakan generasi ke sekian dari sebelumnya.

Seiring dengan berjalannya waktu, sentra sepatu ini makin lama makin meredup. Ditambah dengan tidak adanya organisasi yang menampung aspirasi para pengrajin sepatu di Kota Bandung, hal ini membuat para pengrajin menjadi merasa kesulitan untuk memasarkan produk yang ada.

Adanya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) juga membuat pengrajin menjadi tidak dapat memasarkan sepatunya seperti dulu. Mereka hanya bisa menjadi pengrajin bagi merk sepatu lain karena kekurangna modal dan merasa tidak mampu lagi untuk bersaing bersama produk yang lain, ditambah dengan banyaknya produk sepatu China yang mengatasnamakan bahwa produk sepatu itu adalah asli buatan Cibaduyut. Kejadian ini membuat semakin mirisnya para pengrajin sepatu disana.

Produksi yang manual menjadi salah satu dari sekian faktor juga yang menjadikan ancaman bagi sentra sepatu Cibaduyut ini, karena para pengrajin tidak dapat memproduksi secara masal sehingga memakan waktu yang lama dalam proses pembuatannya. Tapi di sisi lain, hal ini membuat kualitas sepatu yang dibuat menjadi terjaga dan selalu terjamin. Hanya saja sekarang hal itu sudah menjadi sesuatu yang sia-sia, karena citra dari sentra sepatu Cibaduyut sudah rusak di mata konsumen akibat adanya produk China yang lebih murah dan lebih cepat dalam membuat sepatu yang banyak.

### **3.7.2 Analisis Lingkungan Internal (*Strengths* dan *Weakness*)**

Banyak masyarakat mengetahui bahwa kualitas sepatu yang dihasilkan oleh para pengrajin di Cibaduyut dapat terjamin karena produksinya secara manual dan ketelitian yang diperhatikan sehingga kualitas dari sepatu yang dibuatnya sudah pasti terjamin.

Keterampilan dari para pengrajin juga menjadi sebuah kekuatan yang diberikan kepada konsumen yang ada, walaupun desain sepatu yang dihasilkan termasuk standar dan tidak adanya variasi dari produk sepatu yang dihasilkan.

Harga yang ditawarkan oleh pengrajin juga biasanya lebih murah dibandingkan dengan harga yang ada di toko.

Semakin berkembangnya jaman, banyak para pengrajin yang mulai menghentikan produksinya. Hal ini karena upah yang diberikan termasuk sedikit dan dihitung berdasarkan pada berapa banyaknya sepatu yang berhasil dibuat oleh satu orang pengrajin dan sudah tidak adanya penerus pemilik pabrik sepatu di jamannya. Selain itu kurangnya modal yang dimiliki pengrajin untuk membuat sepatu menjadikannya rela untuk memenuhi pesanan sepatu dengan menggunakan merk lain, pengrajin hanya diberikan modal untuk membuat sepatu, sedangkan bahan baku, desain, kotak sepatu, dan merk pesanan harus dibuat langsung oleh pengrajin, maka semakin sedikit saja upah yang akan diberikan pada pengrajin.

### 3.7.3 Tabel Matrik SWOT

Berdasarkan pada analisis faktor eksternal dan internal pada sentra sepatu Cibaduyut yang dilakukan saat pra penelitian, peneliti menyajikan analisis faktor eksternal yaitu apa saja yang menjadi peluang dan ancaman di lingkungan Sentra Sepatu Cibaduyut akan pada tabel 3.4 di bawah ini.

**Tabel 3.4**  
**Analisis Faktor Eksternal**

Faktor Eksternal	Indikator
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	1. Lokasi yang strategis
	2. Banyaknya wisatawan dalam dan luar Negeri yang berkunjung ke Kota Bandung
Ancaman ( <i>Threats</i> )	1. Produksi manual sehingga memakan waktu yang lama dalam pembuatan
	2. Tidak adanya organisasi pengumpul pengrajin sepatu
	3. Tidak adanya penerus
	4. Kurangnya modal sehingga pengrajin kesulitan membuat sepatu
	5. Banyaknya produk China yang masuk ke sentra sepatu Cibaduyut
	6. Lingkungan sentra sepatu Cibaduyut yang berada di dalam gang

*Sumber : Hasil Wawancara dan Analisis Peneliti, 2017*

Selain dari tabel 3.4 yang menggambarkan mengenai faktor eksternal yang terjadi di lingkungan Sentra Sepatu Cibaduyut, tabel 3.5 di bawah ini akan menggambarkan mengenai faktor internal di lingkungan Sentra Sepatu Cibaduyut.

**Tabel 3.5**  
**Analisis Faktor Internal**

Faktor Internal	Indikator
Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	1. Harga yang ditawarkan lebih murah untuk konsumen yang membeli ke pengrajin langsung
	2. Keterampilan pengrajin yang tidak dapat diragukan dengan kualitas yang dihasilkan
	3. Produksi sepatu yang dibuat secara manual sehingga ketelitian dapat dijamin
	4. Kualitasnya terjamin dan dapat dipercaya
Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	1. Kurangnya pengrajin karena upah yang sedikit
	2. Lokasi pabrik sepatu yang sempit dan berada di gang
	3. Keterbatasan memproduksi sepatu karena kurangnya modal dan pengrajin
	4. Sepatu yang dibuat menggunakan merk dari pemesan sehingga konsumen tidak tahu bahwa produk yang bermerk ternyata buatan Cibaduyut
	5. Model sepatu yang dibuat terbatas
	6. <i>Layout</i> dalam pabrik yang tidak tersusun rapi dan terkesan berantakan

*Sumber : Hasil Wawancara dan Analisis Peneliti, 2017*

#### **3.7.4 Word Cloud Data Analysis**

*Word Cloud Data Analysis* merupakan salah satu teknik analisis data dalam penelitian kualitatif. *Word Cloud Data Analysis* merupakan sebuah sistem yang memunculkan visualisasi kata-kata dengan memberikan penekanan pada frekuensi kemunculan kata-kata dalam sebuah wacana tertulis. Untuk membuat word cloud, peneliti menggunakan program internet di [www.jasondavies.com/wordcloud/](http://www.jasondavies.com/wordcloud/). Pemakaian *Word Cloud Data Analysis* dalam menganalisis narasi hasil wawancara kepada konsumen mengenai gambaran karakteristik produk sepatu yang dapat menarik minat beli konsumen dapat memudahkan peneliti untuk menginterpretasikan hasilnya karena mampu memberikan gambaran mengenai garis besar isi narasi hasil wawancara dengan cepat. Analisis ini dilakukan untuk melihat unsur atribut apa saja yang dapat menarik minat beli konsumen melalui

visualisasi kata-kata yang muncul dan mendominasi *word cloud*. Ukuran huruf yang muncul di dalam *word cloud* digunakan untuk menunjukkan frekuensi kemunculan kata tersebut, semakin besar ukuran huruf maka semakin sering kata tersebut digunakan.

### 3.8 Pengujian Keabsahan Data

Sugiyono (2014:270) mengungkapkan bahwa tingkat keabsahan pada penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).

#### 1. Uji *Credibility* (Validitas Internal)

Sugiyono (2014:270) uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *membercheck*.

##### a. Perpanjangan Pengamatan

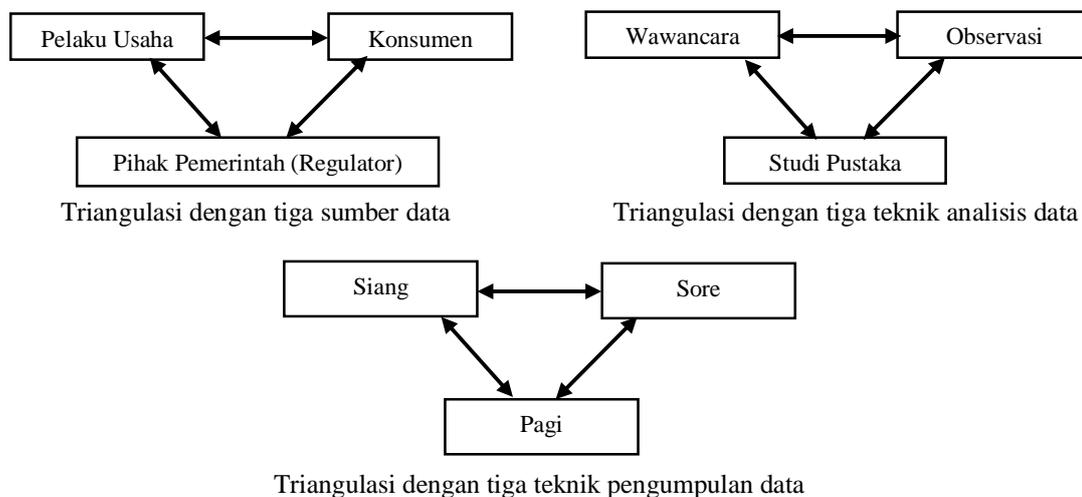
Peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Sehingga hubungan peneliti dengan narasumber tidak ada jarak dan semakin akrab, terbuka, saling mempercayai, dan tidak ada informasi yang disembunyikan lagi.

##### b. Meningkatkan Ketekunan

Peneliti melakukan pengamatan yang lebih cermat dan berkesinambungan, maka kepastian data dan urutan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

### c. Triangulasi

Triangulasi ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber informasi, cara yang digunakan dalam proses pengumpulan data, dan waktu yang dipakai untuk mengumpulkan dan melalui proses penulisan penelitian sehingga dijelaskan pada gambar di bawah ini.



**Gambar 3.1**  
**Triangulasi dengan Tiga Sumber Data, Teknik Analisis Data, dan Teknik Pengumpulan Data**

*Sumber : Analisis Peneliti, 2017*

### 2. *Transferability* (Validitas Eksternal)

Konsep validitas menyatakan bahwa generalisasi suatu penemuan dapat berlaku atau diterapkan pada semua konteks dalam populasi yang sama atas dasar penemuan yang diperoleh pada sampel yang secara representatif mewakili populasi (Moleong, 2011:324)

### 3. *Dependability* (Reliabilitas)

Reliabilitas ini dilakukan untuk menilai apakah proses kualitatif bermutu atau tidak dengan cara mengecek apakah penelitian sudah cukup hati-hati,

apakah peneliti membuat kesalahan dalam mengkonseptualisasikan rencana penelitiannya, pengumpulan data, dan penginterpretasiannya.

#### 4. *Confirmability* (Obyektifitas)

Uji ini dilaksanakan dengan menganalisa apakah hasil penelitian disepakati banyak orang atau tidak, karena penelitian dikatakan obyektif jika disepakati banyak orang.

### 3.9 Desain Penelitian

Moh. Nazir (2011:84) mengungkapkan bahwa :

“Desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode dan prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatan berupa pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.”

Desain penelitian ini umumnya terbagi menjadi tiga bentuk (Umar, 1999:36), yaitu :

“Penelitian Eksploratif adalah penelitian yang mencari ide atau hubungan yang baru. Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang mengurai sifat atau karakteristik dari suatu fenomena tertentu. Penelitian Eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.”

Dalam penelitian yang dilakukan mengenai *repositioning* pada Sentra Sepatu Cibaduyut dalam upaya meningkatkan efektifitas pemasaran, peneliti menggunakan desain penelitian agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan terkoordinir dengan mengacu pada langkah-langkah sebagai berikut :

1. Identifikasi kondisi yang dilihat dari data sekunder tentang perkembangan Sentra Sepatu Cibaduyut dengan melihat permasalahan utama yang terjadi dan permasalahan sampingannya juga.

2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungannya dengan penelitian sebelumnya.
3. Merumuskan masalah penelitian.
4. Memilih serta memberikan definisi terhadap parameter yang digunakan.
5. Mengumpulkan berbagai macam data yang didapatkan melalui wawancara dengan pengrajin, konsumen, atau bahkan dengan pihak pemerintahan yang bertanggung jawab dalam bidang perindustrian. Selain wawancara, peneliti melakukan observasi dengan melihat keadaan yang sebenarnya, serta melihat perkembangan Sentra Sepatu Cibaduyut melalui studi pustaka.
6. Menganalisa peluang yang akan dicapai di masa mendatang dengan melakukan wawancara dan observasi pada pembeli yang datang, perantara yang menjual, serta kebijakan pemerintah.
7. Melaporkan hasil dari penelitian yang di dalamnya termasuk pada proses penelitian, diskusi dan interpretasi data, serta mengajukan beberapa saran atau rekomendasi untuk memajukan Sentra Sepatu Cibaduyut.

Mengacu pada proses yang dilakukan tersebut, secara garis besar desain penelitian yang dilakukan terdiri dari beberapa langkah yang disajikan pada bentuk gambar 3.2

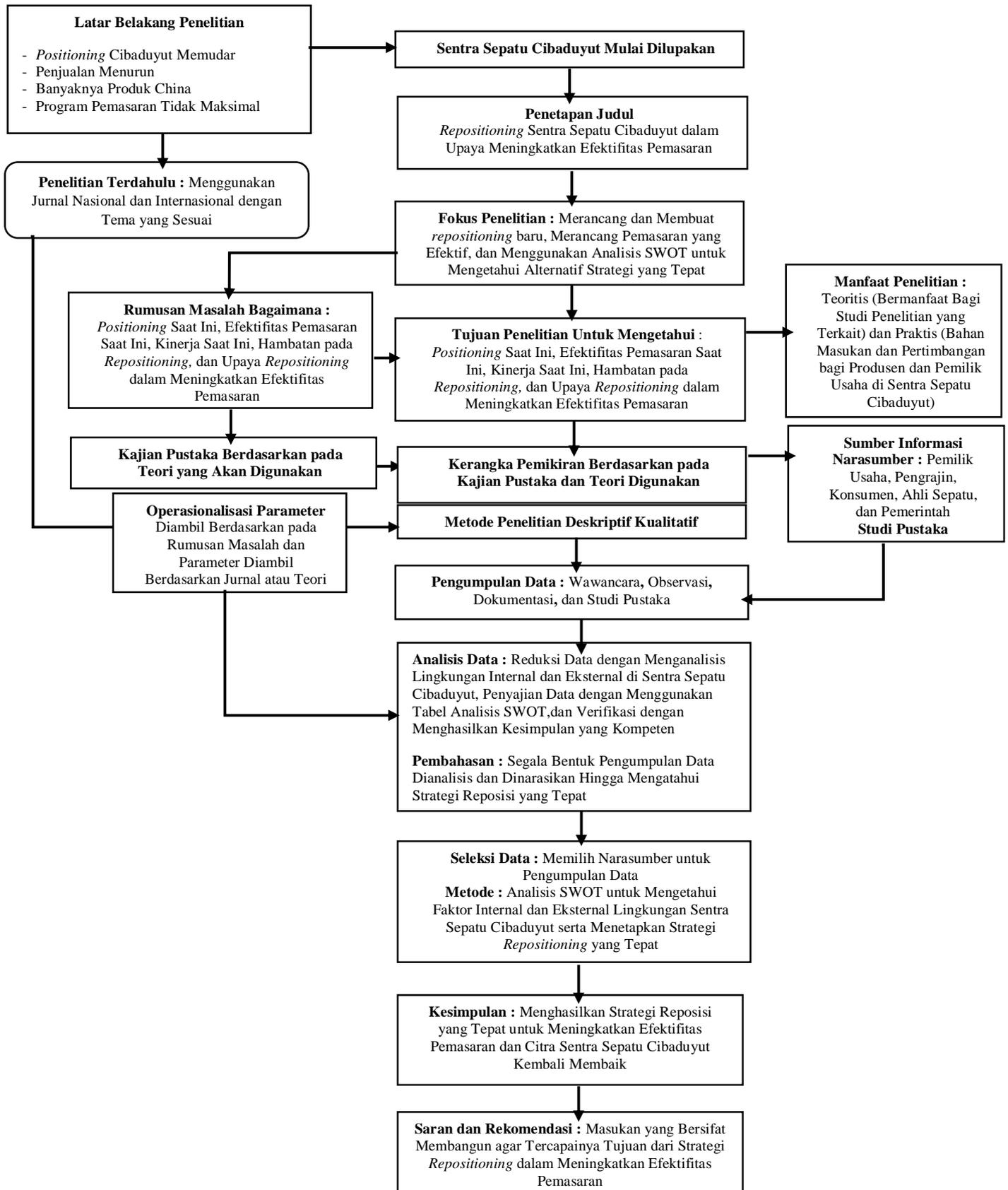
### **3.10 Skema Tahapan Penelitian**

Skema tahapan penelitian terbagi ke dalam tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap Perencanaan (Persiapan) biasanya ditulis dalam proposal atau rancangan penelitian, dimana langkah penelitian yang masuk pada tahap ini

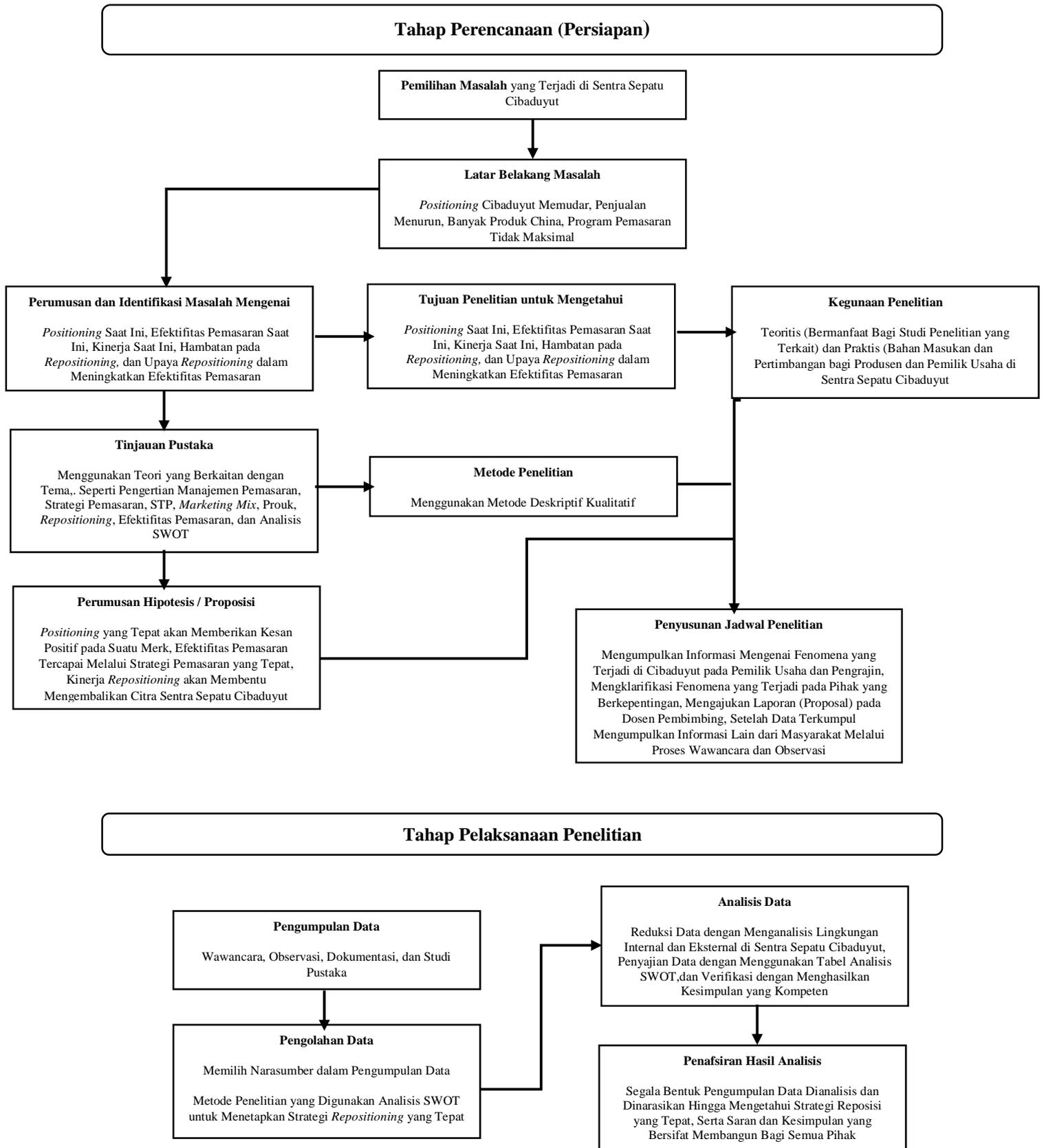
adalah Penentuan atau Pemilihan Masalah, Latar Belakang Masalah, Perumusan dan Identifikasi Masalah, Tinjauan Pustaka, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Perumusan Hipotesis, Metode Penelitian, dan Penyusunan Jadwal Penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian, terdapat empat langkah penelitian yang harus dilakukan, yaitu Pengumpulan Data, Pengolahan Data, Analisis Data, dan Penafsiran Hasil Analisis.
3. Tahap Penulisan Laporan Penelitian, harus memperhatikan hal yang berisi keseluruhan proses dan pengalaman penelitian dalam bentuk cerita, paparan, deskripsi naratif, kalimat disusun dengan jelas dan sederhana, tata bahasa, ejaan, dan sistematika penulisan berdasarkan pada peraturan yang ditentukan, dan lain sebagainya. Tahapan penelitian ini akan dijelaskan dalam gambar 3.3.



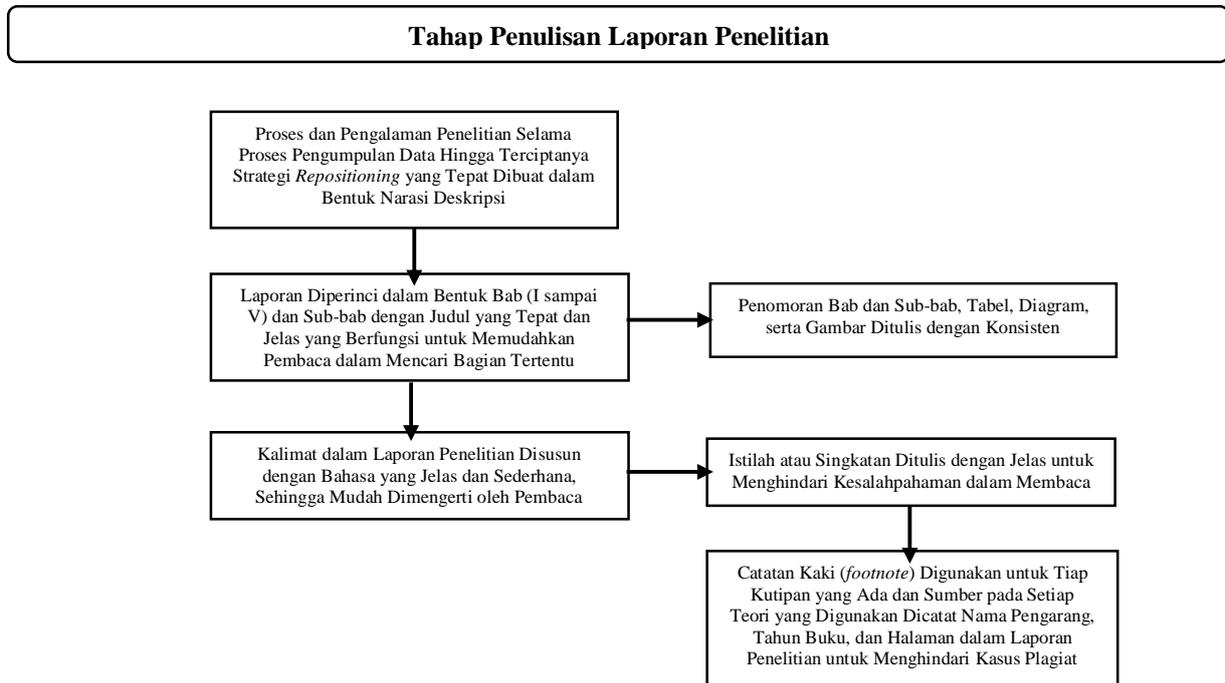
**Gambar 3.2 Desain Penelitian**

Sumber : Analisis Peneliti, 2017



**Gambar 3.3 Tahapan Penelitian**

Sumber : Analisis Peneliti, 2017



**Gambar 3.3 Tahapan Penelitian (Lanjutan)**

*Sumber : Analisis Peneliti, 2017*