BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode ini berfungsi sebagai panduan atau langkah-langkah sistematis yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Dengan memilih metode yang sesuai, peneliti dapat mengumpulkan data secara efisien, melakukan analisis secara akurat, serta menyusun laporan penelitian secara terstruktur dan jelas. Menurut Sugiyono (2019:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Nasir dalam Rukajat (2018:69) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara realistis, nyata, dan kekinian. Dalam prosesnya, penelitian ini bertujuan menyusun uraian, gambar, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan tepat mengenai fakta, ciri, serta hubungan antar fenomena yang dikaji. Sementara itu, menurut Jonata dalam Fiantika *et al.* (2022:88) dijelaskan bahwa penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan menggambarkan atau menjelaskan suatu permasalahan. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan populasi atau fenomena secara akurat dan sistematis. Jenis penelitian ini menjawab pertanyaan mengenai apa, di mana, kapan, dan bagaimana, tetapi tidak untuk menjawab pertanyaan "mengapa".

Pendekatan Penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang lebih berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti, Menurut Sugiyono (2019:18) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Prinsip penelitian kualitatif bersifat naturalistik atau alamiah. Disebut naturalistik karena situasi lapangan penelitian bersifat "natural" atau wajar, sebagaimana adanya, tanpa dimanipulasi, diatur dengan eksperimen atau test. Penelitian ini tidak menguji suatu hipotesis, akan tetapi hanya ingin mengetahui keadaan variabel secara lepas, tidak menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya secara sistematik, oleh karena itu metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Jadi penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang menggambarkan fenomena melalui deskripsi menggunakan kalimat dan bahasa yang bersifat alamiah.

1.1.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana atau strategi yang disiapkan sebelum memulai penelitian untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ini mencakup langkah-langkah yang akan diambil untuk mengumpulkan dan menganalisis data,

serta cara data tersebut akan dijelaskan. Desain penelitian harus sesuai dengan pertanyaan penelitian yang diajukan dan metode yang akan digunakan.

Desain penelitian menurut Hasibuan dalam Fauzi, et al. (2025:39) adalah pedoman dalam melakukan aktifitas penelitian meliputi penentuan instrumen pengambilan data, sampel, proses pengumpulan data dan juga proses analisa data. Pada penelitian ini, desain penelitian yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain dalam studi ini data dikumpulkan dari berbagai sumber.

Stadi kasus pada prinsipnya menggambarkan suatu fenomena yang ada pada masa tertentu. Menurut Stake dalam Fiantika, et al (2022:115) menjelaskan bahwa studi kasas adalah proses pembelajaran tentang kasus dan hasil dari Pembelajaran yang dialami oleh seseorang.

Crowe dalam Fiantika, et. al. (2011:89) menyarankan sejumlah tahapan yang harus dilalui oleh peneliti ketika merencanakan dan memiliki studi kasus sebagai tipe penelitian kualitatif. Tahapan yang harus ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Penulisan Temuan
2. Interpretasi Data
3. Analisis Data
4. Pengumpulan Data
5. Pemilihan Kasus
6. Definisi Kasus

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang komprehensif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji objek penelitian secara menyeluruh dengan memperhatikan berbagai aspek yang saling berkaitan, baik dari segi kondisi, proses, maupun konteks yang melingkupinya. Melalui desain penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang sistematis dan terstruktur mengenai langkah-langkah penelitian yang dilakukan. Adapun desain penelitian dengan pendekatan studi kasus yang komprehensif disajikan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1
Desain Penelitian

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Parameter

3.3.1 Definisi Parameter

Parameter adalah karakteristik atau sifat yang dapat diukur atau diobservasi dalam suatu populasi atau sampel. Dalam konteks statistika,

parameter sering digunakan untuk menggambarkan populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian dan analisis data, parameter digunakan untuk membuat estimasi tentang populasi berdasarkan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Proses ini dikenal sebagai inferensi statistik, di mana informasi yang diperoleh dari sampel digunakan untuk memperkirakan parameter populasi yang tidak dapat diukur secara langsung. Arikunto dalam Rizal Mohammad Safii (2020:50) menjelaskan bahwa parameter penelitian adalah suatu nilai atau kondisi yang dijadikan schagai tolak ukur dalam menentukan 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 kebenarannya masih diragukan.

Sesuai dengan judul yang dikemukakan yaitu analisis *segmenting. targeting,* dan *petitioning* dalam meningkatkan penjualan, maka terdapat empat Parameter dalam penelitian ini yaitu :

1. *Segmenting*

Kotler dan Amstrong dalam Saparso (2021:207) mengemukakan bahwa *segmenting* adalah kegiatan membagi pasar yang luas menjadi terpetak-petak sesuai kebutuhan dan karakteristik konsumen. Tujuannya ialah supaya perusahaan bisa melahirkan produk yang memang dibutuhkan oleh mereka.

2. *Targeting*

Menurut Kotler dalam Saparso (2021:232) Pasar sasaran (*targeting*) adalah tindakan untuk mengevaluasi dan menyeleksi satu atau lebih segmen pasar yang hendak dimasuki.

3. *Positioning*

Menurut Kotler dalam Suhartini, et al. (2023:99) menjelaskan bahwa *positioning* adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas (dibandingkan para pesaing) di dalam benak pelanggan sasarannya.

4. Penjualan

Menurut Basu Swastha dalam Imaniar, et al. (2020:2) penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa parameter penelitian merupakan unsur penting yang digunakan sebagai tolok ukur dalam menganalisis dan mengkaji permasalahan penelitian secara sistematis. Dalam penelitian ini, parameter yang digunakan meliputi *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan penjualan, yang masing-masing memiliki peran saling berkaitan dalam upaya meningkatkan penjualan. Penetapan parameter tersebut didasarkan pada teori-teori yang relevan dan dikemukakan oleh para ahli, sehingga dapat menjadi landasan yang kuat dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. Dengan adanya parameter yang jelas, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai penerapan strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan.

3.3.2 Operasionalisasi Parameter

Operasionalisasi parameter disusun untuk menjelaskan bagaimana setiap parameter penelitian didefinisikan secara operasional sehingga dapat diukur dan

dianalisis secara sistematis. Melalui operasionalisasi parameter, konsep-konsep teoritis yang digunakan dalam penelitian diterjemahkan ke dalam indikator-indikator yang lebih konkret dan terukur, sehingga memudahkan proses pengumpulan serta analisis data. Adapun operasionalisasi parameter dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Parameter

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
Segmenting	Kegiatan membagi pasar yang luas menjadi terpetak petak sesuai kebutuhan dan karakteristik konsumen Tujuannya ialah supaya perusahaan bisa melahirkan produk yang memang dibutuhkan oleh mereka. Kotler dan Amstrong dalam Saparso (2021:207)	Geografik	a. Wilayah mana sajakah yang menjadi jangkauan pemasaran pada UMKM Thrifting Sir Vintage? b. Bagaimana cara menjangkau pelanggan di berbagai wilayah?	1. Pemilik Usaha (*Owner)* 2. *Co-Owner* 3. Admin Toko	a. Studi Kepustakaan b. Wawancara c. Observasi d. Dokumentasi e. Triangulasi	a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan kesimpulan
		Demografik	a. Apabila dilihat berdasarkan			

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
			karakteristik usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, segmen manakah yang dipilih untuk memasarkan produk UMKM Thrifting Sir Vintage ? b. Apa saja kesulitan yang dihadapi dalam memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai usia?			
		Psikografik	a. UMKM Thrifting Sir Vintage mengincar segmen yang memiliki gaya hidup seperti apa? b. Apa alasan utama memilihsegmen			

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
			dengan gaya hidup tersebut?			
		Perilaku	a. Bagaimana membagi kelompok pelanggan berdasarkan perilakunya? b. Bagaimana respon terhadap produk pada segmen yang dipilih?			
Targeting	Dalam mengevaluasi segmen pasar yang berbeda, perusahaan harus mempertimbangkan ukuran dan pertumbuhan segmen serta daya tarik struktural segmen, termasuk tingkat	Segmen Pasar	a. Bagaimanakah proses dalam menentukan target pasar? b. Segmen pasar mana yang menjadi fokus utama pemasaran?	1. Pemilik Usaha (*Owner)* 2. *Co-Owner* 3. Admin Toko	a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi d. Studi Kepustakaan	a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan kesimpulan
		Pertumbuhan Pasar	1. Bagaimana perkembangan permintaan produk Sir Vintage dalam beberapa tahun terakhir?			

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
	persaingan, sebelum memilih segmen mana yang akan dilayani (Kotler & Armstrong, 2018).		2. Bagaimana potensi pasar Sir Vintage di masa depan?			
		Keunggulan bersaing atau daya tarik kompetitif	a. Apakah Sir Vintage memiliki ciri khas yang mudah dikenali oleh konsumen? b. Apakah pelayanan Sir Vintage menjadi alasan konsumen memilih produk ini?			
Positioning	*Positioning* adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi	Atribut Produk	a. Atribut apa yang paling penting untuk produk UMKM Thrifting Sir Vintage? b. Apa atribut produk yang sering mendapat umpan	1. Pemilik Usaha (*Owner)* 2. *Co-Owner* 3. Admin Toko	a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi d. Studi Kepustakaan	a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan kesimpulan

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
	yang khas dibandingkan para pesaing di dalam benak pelanggan sasarannya. Kotler dalam Suhartini, *et.al.* (2023:99)		balik positif dari pelanggan?			
		Keuntungan yang Dijanjikan	a. Bagaimana keuntungan atau nilai tambah diberikan Kepada konsumen? b. Bagaimana mengkomunikasikan Keuntungan yang dijanjikan kepada pelanggan?			
		Kualitas	a. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan? b. Bagaimana menangani umpan balik dari pelanggan terkait kualitas produk?			
		Harga	a. Bagaimana harga produk yang diterapkan?			

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
			b. Bagaimana harga produk UMKM Thrifting Sir Vintage Jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasar			
		Kesan yang Diinginkan	a. Bagaimana kesan yang diinginkan untuk produk UMKM Thrifting Sir Vintage ? b. Apa langkah-langkah yang diambil untuk menciptakan kesan positif yang kuat dipasar?			
Penjualan	Penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau Jasa antara	Volume Penjualan	a. Bagaimanakah tingkat penjualan pada UMKM Thrifting Sir Vintage ?	1. Pemilik Usaha (*Owner)* 2. *Co-Owner* 3. Admin Toko	a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi d. Studi Kepustakaan	a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
	penjual dan panbeli Basu Swastha dalam Imaniar,*et.al* (2014.246)		b. Apa faktor-faktor utama yang menurut anda menyebabkan kenaikan atau penurunan penjualan saat ini?			kesimpulan
		Laba	a. Apakah laba yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan? b. Apa langkah-langkah yang diambil jika laba yang dihasilkan tidak sesuai yang diharapkan?			
		Pertumbuhan Perusahaan	a. Bagaimana pertumbuhan UMKM Thrifting Sir Vintage ? b. Apa faktor utama yang mendorong pertumbuhan			

Variabel	Kosep Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	Narasumber	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
			perusahaan?			

Sumber: Data diolah peneliti

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data merupakan unsur penting dalam penelitian karena berkaitan langsung dengan kualitas dan keakuratan informasi yang digunakan dalam proses analisis. Penentuan sumber data yang tepat bertujuan untuk memperoleh data yang relevan, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini sumber data diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2019:49) Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.

Menurut Arikunto (2016:172) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui observasi, wawancara, atau kuesioner, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, laporan, buku, atau sumber tertulis lainnya yang telah tersedia sebelumnya.

Menurut Edi Riadi (2016:433) "Sumber Data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data". Pemilihan sumber data yang tepat sangat penting untuk memastikan keakuratan dan keandalan data yang digunakan dalam penelitian. Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut. Data primer diambil dari sumber pertama yang ada di lapangan. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan pemilik UMKM Thrifting Sir Vintage.

b. Sumber Data Sekunder

Data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua. Dilihat dari sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber data memegang peranan penting dalam menunjang kualitas dan keakuratan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder yang saling melengkapi. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui wawancara dengan pemilik UMKM Thrifting Sir Vintage, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, dan dokumen pendukung lainnya. Penggunaan kedua jenis sumber data tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang komprehensif, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga mendukung proses analisis dan penarikan kesimpulan penelitian secara ilmiah.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena berhubungan langsung dengan proses memperoleh informasi yang

dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Pemilihan teknik pengumpulan data yang tepat akan membantu peneliti mendapatkan data yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan studi lapangan. Menurut Sugiyono (2019:91) "Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data". Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui teknik sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan

   Menurut Sugiyono (2019:91) menjelaskan bahwa studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya. Selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan terlepas dari literatur-literatur ilmiah. Data diperoleh dengan cara mempelajari dan mengkaitkan literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi. Langkah ini dipakai sebagai landasan teoritis serta pedoman dalam menganalisa masalah.

b. Studi Lapangan

   Studi lapangan yaitu teknik mengumpulkan, meneliti dan menyeleksi data yang diperoleh secara langsung di lokasi penelitian.

   1. Observasi

      Menurut Nasution observasi adalah kondisi dimana dilakukannya pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami

konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan holistik. (Sugiyono, 2020)

2. Wawancara

   Menurut Estenberg dalam Sugiyono (2020:114) menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontribusikan makna dalam suatu topik tertentu. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Pertimbangan ini berupa pemilihan orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan.

Peneliti memilih informan yang benar-benar mengetahui tentang *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* pada UMKM Thrifting Sir Vintage, sehingga nantinya informasi yang diperoleh akan lebih akurat. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah:

Tabel 3.2
Informan Wawancara

No.	Informan	Jumlah Informan
1	Pemilik (*Owner)* UMKM Thrifting Sir Vintage	Satu Orang
2	*Co-owner*	Satu Orang
3	Admin Toko	Satu Orang
	Jumlah	Tiga Orang

Sumber: Hasil olah peneliti

3. Dokumentasi

   Menurut Sugiyono (2020:124) "Dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk

tulisan, gambar foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi."

4. Triangulasi

   Menurut Sugiyono (2019:91) "Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada."

   Terdapat beberapa jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber. triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber menguji kredibilitas data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, seperti wawancara, arsip, dan dokumen, untuk memastikan konsistensi dan mengurangi bias. Triangulasi teknik melibatkan penggunaan metode berbeda untuk mengumpulkan data dari sumber yang sama, seperti memverifikasi data observasi dengan wawancara, guna meningkatkan akurasi. Sementara triangulasi waktu mempertimbangkan dampak waktu dan situasi pada data, memastikan validitas dengan mengumpulkan informasi pada waktu berbeda. Dengan menggabungkan berbagai metode, sumber, dan waktu, triangulasi memperkuat hasil penelitian dan meningkatkan kredibilitas informasi. Peneliti dalam hal ini menggunakan triangulasi teknik. Dalam triangulasi teknik, peneliti mengumpulkan data yang saling berkaitan melalui observasi, wawancara, dan dokomentasi di UMKM Thrifting Sir Vintage.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara terencana dan sistematis melalui studi kepustakaan dan studi lapangan. Studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh landasan teoritis yang kuat melalui berbagai literatur ilmiah yang relevan, sedangkan studi lapangan dilakukan untuk mendapatkan data empiris secara langsung dari objek penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menjamin keabsahan dan kredibilitas data yang diperoleh, peneliti menggunakan triangulasi teknik, yaitu dengan mengombinasikan beberapa teknik pengumpulan data dari sumber yang sama. Penerapan berbagai teknik pengumpulan data tersebut diharapkan mampu menghasilkan data yang akurat, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga mendukung proses analisis dan penarikan kesimpulan penelitian secara ilmiah.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan penting dalam penelitian kualitatif, karena melalui proses ini data yang telah dikumpulkan dapat diolah dan diinterpretasikan secara sistematis sehingga menghasilkan informasi yang bermakna. Analisis data dilakukan untuk memahami fenomena yang diteliti secara mendalam serta menjawab rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, peneliti perlu menggunakan teknik analisis data yang tepat agar hasil penelitian yang diperoleh bersifat valid, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Menurut Sugiyono (2020:131) menjelaskan bahwa:

> Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi

dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020:133) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun langkah-langkah, sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

   Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan berhari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

   Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data, Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan

gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

   Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan menyajikan data (display data) maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing verification*)

   Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Proses penarikan kesimpulan terjadi setelah melakukan penelitian dengan mempertimbangkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, serta data awal yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan awal yang diajukan bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti yang kuat yang mendukung dalarn tahap pengumpulan data berikutnya.

Tahapan dalam analisis data tersebut saling terkait dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Analisis dilakukan secara terus-menerus dari awal hingga akhir penelitian untuk memahami bagaimana analisis strategi *segmenting targeting*, dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Thrifting Sir Vintage.

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian

3.6.1 Tempat Penelitian

Tempat dan waktu penelitian perlu ditetapkan untuk memberikan kejelasan mengenai lokasi serta periode pelaksanaan penelitian. Penentuan ini bertujuan agar proses penelitian dapat dilakukan secara terarah, sistematis, dan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Tempat penelitian adalah tempat dimana peneliti melaksanakan penelitian. Adapun lokasi penelitiannya adalah UMKM Thrifting Sir Vintage di Maleber yang berada di Jln. Kedung Panjang Kec. Maleber. Kabupaten Ciamis, JawaBarat.

3.6.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat pada tabel berikut.

Tabel 3.3
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2025 – 2026						
		Bulan						
		Ags	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1	Studi Kepustakaan	■	■					
2	Penjajagan		■	■	■			
3	Seminar Usulan Penelitian					■		
4	Revisi dan Perbaikan Usulan Penelitian					■		
5	Penelitian					■	■	

6	Penyusunan dan Bimbingan Skripsi							
7	Sidang Skripsi							