

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kualitatif deskriptif. Menurut sugiyono (2017:17) pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat untuk meneliti kondisi ilmiah dengan peneliti sebagai instrument penelitian. . Dan menggunakan analisis swot untuk menyelesaikan penelitian ini. SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Masing-masing faktor ini penting untuk diperiksa agar dapat merencanakan pertumbuhan organisasi dengan baik.

B. Tahapan Penelitian

1. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini pada Toko Timbul yang berada di wilayah Bratasena, Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung 34596. Penelitian ini menganalisis penentuan strategi pemasaran yang efektif dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Peneliti memilih objek tersebut karena memiliki beberapa alasan antara lain:

- a. Belum ada penelitian strategi pemasaran pada toko timbul.
- b. Salah satu toko yang cukup besar di Bratasena yang mampu bersaing dengan toko koperasi.
- c. Toko timbul memiliki produk dan kebutuhan tambak yang cukup banyak.

2. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Toko Timbul yang berada di Bratasena, Tulang Bawang.

C. Sampel

Menurut sugiyono (2013), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Peneliti menggunakan metode *Non-Probability Sampling* yang merupakan sampel pilihan berdasarkan subjektivitas

peneliti dan tidak acak serta ditentukan oleh keahlian peneliti. Pemilihan sampel didasarkan kriteria yang terdiri pelanggan Toko Timbul, dimana peneliti mengambil 10 orang sampel dari populasi yang berada di Toko Timbul, Bratasena Adiwarna, Tulang Bawang.

1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bersaing. Faktor-faktor strategi internal antara lain:

- a. Manajemen
- b. Pemasaran
- c. Keuangan/Akuntansi
- d. Produk/Operasi
- e. Penelitian dan Pengembangan (Litbang)
- f. Operasi sistem informasi manajemen perusahaan

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Apabila lingkungan eksternal bertujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindari. Analisis lingkungan eksternal terdiri dari dua komponen pokok, yaitu:

- a. Analisis Lingkungan Makro
 - 1) Lingkungan demografi
 - 2) Lingkungan ekonomi
 - 3) Lingkungan alam
 - 4) Lingkungan teknologi
 - 5) Lingkungan politik
- b. Analisis lingkungan Mikro
 - 1) Pemasok
 - 2) Perantara pemasaran
 - 3) Lingkungan alam
 - 4) Pesaing
 - 5) Masyarakat

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti. Data primer dari penelitian ini diperoleh dari pemilik perusahaan Toko Timbul di Bratasena Adiwarna, Tulang Bawang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pemilik usaha. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari pihak Toko Timbul berupa data dokumen volume penjualan, pemasaran, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan data penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan dua studi, yaitu:

1) Studi Lapangan

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pimpinan Toko Timbul untuk mendapatkan informasi mengenai data-data penunjang penelitian.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap proses pemasaran dan promosi yang ada di Toko Timbul.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan strategi pemasaran dan volume penjualan.

E. Alat Analisis

Alat analisis pada penelitian ini digunakan untuk membantu peneliti menganalisis strategi bisnis yang telah diterapkan oleh pelaku usaha. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. SWOT

SWOT merupakan singkatan dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). SWOT merupakan alat analisis yang dikembangkan oleh Humphrey (2005) yang digunakan untuk mencari strategi terbaik dalam pengambilan keputusan berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan tantangan yang berasal dari faktor eksternal.

| | | |
|---|--|--|
| IFAS EFAS | S (Strength) Tentukan faktor2 kekuatan internal | W (Weakness) Tentukan faktor2 kelemahan internal |
| O (Opportunity) Tentukan faktor2 peluang eksternal | Strategi SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Strategi WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| T (Threat) Tentukan faktor2 ancaman eksternal | Strategi ST: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Strategi WT: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Gambar 3.1 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi (Nourlette dan Hati, 2017), diantaranya :

a. Strategi SO

Yaitu memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT untuk mencapai situasi mana mereka dapat melaksanakan strategi SO.

b. Strategi WO

Bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

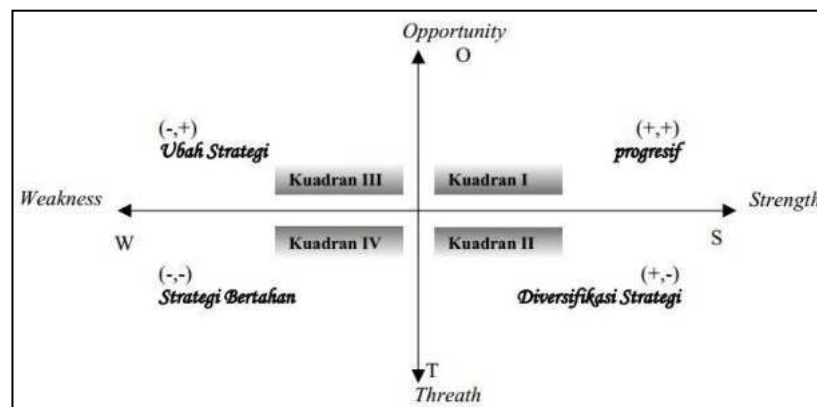
c. Strategi ST

Yaitu menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

d. Strategi WT

Merupakan taktik bertahan yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman

eksternal dan kelemahan internal benar- benar dalam posisi yang membahayakan.



Gambar 3.2 SWOT Kuadran

a. Kuadran I (Progresif)

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Situasi dimana bisnis tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam melakukan peningkatan. Bisnis tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

b. Kuadran II (Diversifikasi Strategi)

Berbagai ancaman dalam melakukan pelayanan tetapi bisnis masih memiliki kekuatan dari segi internal dan strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dalam melakukan kegiatan bisnis tersebut. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, bisnis ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

c. Kuadran III (Ubah Strategi)

Beberapa kendala atau kelemahan dari faktor eksternal agar bisa meminimalisirkan masalah dalam faktor internal

tersebut sehingga mendapatkan peluang yang lebih baik. Bisnis menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak bisnis menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal.

d. Kuadran IV (Strategi Bertahan)

Situasi ini sangat tidak menguntungkan, bisnis tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. *Reduction* data (Reduksi data) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal 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 melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
2. *Display* data (Penyajian data) Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, phi chard, pictogram dan sejenisnya. Dengan penyajian data tersebut, maka data akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.
3. *Conclusion Drawing/verification* Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap

pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) atas kehandalan (reabilitas). Derajat kepercayaan atau kebenaran suatu penilaian akan ditentukan oleh standar apa yang digunakan. Menurut Moleong (2017:324). Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.

b. Ketekunan / Keajegan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Kemudian ia menelaahnya secara rinci sampai pada suatu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh faktor yang sudah dipahami dengan cara yang biasa.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan validitas data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data itu. Ini merupakan cara paling populer dalam penelitian kualitatif. Dengan triangulasi ini, penulis mampu menarik kesimpulan yang mantap tidak hanya dari satu cara pandang, sehingga kebenaran data lebih bisa diterima.

d. Pengecekan Sejawat

Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan

sejawat. Usaha ini juga bisa dikatakan sebagai cara untuk mengecek persamaan dan perbedaan antara penulis dan rekan melalui diskusi dan tanya jawab agar dieliminir dan obyektivitas penulis dalam menghadapi data bisa diperkuat.

H. Tahap-Tahap Penelitian

a) Tahap pendahuluan atau persiapan

Tahap ini peneliti mulai mengumpul teori – teori yang berkaitan dengan strategi pemasaran penjualan pakan udang kebutuhan tambak pada toko timbul. Tahap ini dilakukan pula proses penyusunan proposal, seminar, sampai akhirnya disetujui oleh pembimbing.

b) Tahap pelaksanaan

Tahap ini dilakukan dengan cara pengumpulan data–data yang berkaitan dengan fokus penelitian dari lokasi penelitian dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

c) Tahap analisis data

Pada tahap ini penulis menyusun semua data yang telah terkumpul secara sistematis dan terperinci sehingga data tersebut mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain secara valid dan jelas.

d) Tahap pelaporan

Tahap ini merupakan tahap akhir dari penelitian yang penulislakukan. Tahap ini dilakukan dengan menulis hasil penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk skripsi.