

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis dan pendekatan penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang memberikan gambaran sebuah fenomena kemudian diuraikan/dijelaskan sesuai dengan data dan fakta serta bersifat subjektif. Dalam melakukan sebuah penelitian metode memiliki suatu peran yang sangat penting untuk merumuskan, menganalisa dan memecahkan masalah yang diteliti. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrument, yaitu Peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas. sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Makna adalah data yang sebenarnya, data pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak, Sugiyono (2016:8). Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian dengan mengutamakan penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji, atau diukur dengan setepat-tepatnya dengan data yang berupa data deskriptif.

#### **B. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Dalam Penjualan Mobil *Second* Pada *Showroom* Langgeng Motor Metro Melalui Media Sosial. Lokasi penelitian ini dilakukan di *Showroom* Langgeng Motor Metro, Jl. Patimura No. 112 Kelurahan Banjarsari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro, Lampung.

#### **C. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif (*descriptive research*), yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu. Dengan kata lain pada penelitian deskriptif, peneliti hendak menggambarkan suatu gejala (fenomena) atau sifat tertentu, tidak untuk mencari atau menerangkan keterkaitan antar variabel. Menurut Furchan dalam Sari (2021), penelitian deskriptif mempunyai karakteristik, yaitu:

- a) Penelitian deskriptif cenderung menggambarkan suatu fenomena apa adanya dengan cara menelaah secara teratur-ketat, mengutamakan

obyektivitas dan dilakukan secara cermat.

- b) Tidak adanya perlakuan yang diberikan atau dikendalikan, dan tidak adanya uji h.

Sedangkan menurut Ronny Kountur dalam Sari (2021), penelitian deskriptif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Berhubungan dengan keadaan yang terjadi saat itu.
- b. Menguraikan satu variabel saja atau beberapa variabel namun diuraikan satu persatu.
- c. Variabel yang diteliti tidak dimanipulasi atau tidak ada perlakuan (*treatment*).

Menurut Eko Sugiarto (2017) data dalam penelitian deskriptif yaitu berupa kata-kata, gambar-gambar, atau rekaman. Penelitian yang berupa data deskriptif ini sangat tepat digunakan untuk menggambarkan masalah atau gejala-gejala terkait pemasaran yang terjadi di lokasi penelitian, yang datanya diperoleh melalui survey maupun wawancara secara langsung, sehingga data yang terkait masalah pemasaran *Showroom* Langgeng Motor Metro dapat diperoleh dan dikaji secara mendalam dan menyeluruh.

#### **D. Sumber Data**

Sumber dapat diartikan sebagai tempat keluar atau asal suatu objek. Data diartikan sebagai keterangan yang benar dan nyata. Sumber data merupakan objek yang memberi data atau informasi penelitian yang dibutuhkan, sumber data berupa manusia, benda, keadaan, dokumentasi, atau intuisi. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

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

Menurut Sugiarto E., (2017) data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni informasi dari tangan pertama atau narasumber. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang akan diteliti. Kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dari sumber yang fenomenal dapat dihindari. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari observasi obyek penelitian dan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan informan yakni pemilik usaha *Showroom* Langgeng Motor Metro beserta anggota-anggotanya yang terkait.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung sumber data primer. Data sekunder adalah data yang bersumber dari bahan-bahan bacaan seperti buku, jurnal, hasil penelitian, surat kabar dan lain sebagainya yang dapat mendukung data primer. Sumber data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari buku-buku, jurnal, tesis, skripsi, dan situs internet yang berkaitan dengan objek penelitian.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dalam usaha pemecahan masalah penelitian. Oleh karena itu, pengumpulan data harus dilakukan dengan sistematis, terarah, dan sesuai dengan masalah penelitian.

Telah dijelaskan hal tersebut bahwa dalam teknik pengumpulan data erat hubungannya dengan masalah penelitian yang akan dipecahkan. Dalam penelitian. Penggunaan teknik dan alat pengumpulan data yang tepat (sesuai) dapat membantu pencapaian hasil (pemecahan masalah).

#### 1. Wawancara (*Interview*)

Menurut Kriyantono (2020) wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data dan informasi yang dilaksanakan dengan tatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

#### 2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018) dokumentasi 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.

#### 3. Observasi

Menurut Morissan (2017) Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Dengan kata lain, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra.

Observasi atau pengamatan bermaksud “mengumpulkan fakta, yaitu mengumpulkan pertanyaan-pertanyaan yang merupakan deskripsi penggambaran dan kenyataan yang menjadi perhatian. Dalam hal ini penulis menggunakan jenis observasi non partisipasi yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Jika dalam observasi partisipasi peneliti terlibat

langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati. Maka dalam observasi *non* partisipasi peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

## F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis permasalahan pertama digunakan analisis deskriptif yakni dengan mendeskripsikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada *Home Industri Azzea Kitchen*. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan bagaimana keadaan, gejala, dan persoalan di suatu daerah dan selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan, dalam penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai faktor individu dan pengambilan keputusan. Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pertimbangan adanya kesediaan dari pengusaha untuk menganalisis kondisi usahanya, selanjutnya merumuskan strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif taktik.

*Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* dan *Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)* membantu para manager untuk mengatur faktor-faktor strategi kedalam kategori-kategori kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penggunaan bentuk IFAS dan EFAS melibatkan langkah-langkah berikut:

Pertama, mengidentifikasi dan mendaftarkan item untuk masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kedua, berikan bobot pada item-item tersebut mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting). (Jumlah seluruh bobot harus mencapai 1,0 tanpa memandang jumlah faktor strategis perusahaan). Ketiga, berikan rating untuk masing-masing faktor mulai dari 5 (sangat baik) sampai 1 (sangat buruk), berdasarkan respon manajemen terhadap setiap faktor tersebut. Setiap rating adalah penilaian seberapa baik analis meyakini bahwa manajemen perusahaan sedang menghadapi faktor-faktor internal tersebut. Keempat, kalikan bobot setiap item dengan rating untuk mendapatkan skor terbobot. Kelima, jumlahkan seluruh terbobot untuk memperoleh skor terbobot total untuk perusahaan tersebut.

Tahap-tahap proses analisis SWOT adalah sebagai berikut Hendrawan (2021)

### 1. Identifikasi faktor eksternal dan internal

Identifikasi ini diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kemajuan atau perkembangan suatu perusahaan.

- a. Faktor eksternal Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi perkembangan dan eksternal *Showroom* Langgeng Motor Metro yang meliputi faktor peluang dan ancaman.
- b. Faktor Internal Faktor Internal adalah faktor yang dimiliki oleh home industri yang meliputi faktor kekuatan dan kelemahan yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu home industri.

## 2. Analisis Dengan Matrik SWOT

Matriks SWOT dapat secara efektif mengilustrasikan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang internalnya untuk mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang eksternal.

### a. Strategi SO

Menciptakan strategi yang tepat digunakan untuk memperkuat peluang yang ada.

### b. Strategi ST

Menciptakan strategi untuk mengatasi beberapa resiko yang dihadapi perusahaan.

### c. Strategi WO

Menciptakan strategi untuk meminimalisir kelemahan yang akan dimanfaatkan oleh kompetitor.

### d. Strategi WT

Menciptakan strategi yang berguna untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman atau resiko.

## 3. Interpretasi Hasil Analisis SWOT untuk Pengembangan yaitu:

- a. Jika faktor kekuatan dan peluang lebih dominan atau lebih besar dari kelemahan dan ancaman maka perbaikan melakukan ekspansi atau perusahaan sudah berani bersaing dengan pesaing-pesaing yang ada.
- b. Jika faktor kekuatan dan peluang lebih kecil bila dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman maka perusahaan harus melakukan konsolidasi ke dalam untuk memperkuat dirinya sebelum bersaing.