

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bisnis Galeri Anara yang berbentuk UMKM, yang berlokasi di Jl. Kabupaten Kecamatan Garut Kota Kabupaten Garut. Dipilihnya objek penelitian ditempat tersebut karena berdasarkan informasi dari Dinas Koperasi dan UKM Kab. Garut, UMKM tersebut merupakan salah satu UMKM yang sedang mengalami kendala dalam pemasarannya. Maka dari itu alasan mendasar dijadikannya bisnis Galeri Anara yang berada di Kab. Garut ini sebagai objek penelitian adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan berdasarkan permasalahan yang ada dengan menggunakan analisis SWOT.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif disebut juga dengan *interpretative research*, *nature research*, atau *phenomenological research*. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari (Rukin, 2019).

3.2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) dan bersifat deskriptif. Menurut Tamara (2016) penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan berbagai kondisi dan situasi dalam jangka waktu tertentu. Sementara Ramadhan (2021) menggambarkan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang menggunakan teknik untuk menggambarkan hasil penelitian. Penelitian deskriptif, seperti namanya, bertujuan untuk memberikan gambaran, klarifikasi, dan validasi tentang fenomena yang diteliti.

Penelitian *case study research* (studi kasus) merupakan penelitian mengenai individu, kelompok atau organisasi, peristiwa secara mendalam.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan suatu pandangan yang lebih mendetail tentang suatu kasus yang sedang diteliti. Studi kasus adalah salah satu metode dalam penelitian ilmu –ilmu sosial. Pengumpulan data yang diperoleh dapat didasarkan atas enam sumber yaitu melalui dokumentasi, rekaman arsip, wawancara, pengamatan langsung, observasi partisipan dan perangkat –perangkat fisik (Yin, 2014). Sebagai upaya penelitian studi kasus dapat memberi nilai tambahan pada pengetahuan kita tentang fenomena individual, organisasi, sosial dan politik. Secara singkat penelitian studi kasus membantu peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan mempunyai makna dari kejadian-kejadian nyata seperti misalnya kehidupan seseorang, proses organisasi dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan-hubungan internasional, dan kematangan industri (Yin, 2014).

3.3 Sumber dan Alat Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber internal yang didapatkan secara langsung tanpa pemrosesan statistik apa pun. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Melalui teknik observasi, wawancara, diskusi terfokus dan penyebaran kuesioner. Untuk penelitian tersebut, peneliti mendapatkan sumber data dari pemilik Galeri Anara.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang bersumber eksternal yang didapat melalui referensi dari luar, baik artikel, jurnal, dan lainnya. Sumber data sekunder yang digunakan peneliti adalah buku-buku yang membahas pemasaran, strategi bauran pemasaran, dan beberapa dokumen lain seperti sejarah berdirinya, visi misi bisnis Galeri Anara dan dokumen lain yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian.

3.3.2 Alat Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi melibatkan pengamatan dan catatan gejala-gejala subjek penelitian (Saifuddin, 2014). Pengamatan dilakukan untuk mempelajari bagaimana pemasaran produk dilakukan; peneliti melihat dari pemasaran di media sosial hingga pengiriman produk. Peneliti juga melakukan identifikasi dan pencatatan data. Tujuannya adalah untuk menambah informasi yang diperoleh untuk menjawab semua pertanyaan penelitian, terutama yang mendukung rumusan masalah penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi yang dapat dilakukan secara tatap muka antara dua pihak atau lebih, yang satu bertindak sebagai pewawancara dan yang lain bertindak sebagai yang diwawancarai, dengan tujuan tertentu seperti mengumpulkan informasi atau mengumpulkan data (Fadhallah, 2020). Metode utama pengumpulan data adalah melalui wawancara langsung terstruktur dengan informan. Informan penelitian ini adalah pemilik Galeri Anara.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013) kuisisioner merupakan proses pemilihan informasi yang dilaksanakan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau penjelasan tertulis kepada responden untuk dibalas. Kuesioner diberikan kepada pemilik Galeri Anara untuk mendapatkan hasil penelitian ini, dan kemudian digunakan sebagai acuan untuk menghitung bobot atau rating dalam analisis SWOT strategi pemasaran Galeri Anara.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah adalah metode untuk mengumpulkan informasi dengan memahami dan berkonsentrasi pada hipotesis dari tulisan yang berbeda terkait dengan penelitian ini. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah mencari dan mengkonstruksi dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya (alma dkk, 2021). Penulis mencari data dengan referensi dari buku, jurnal, artikel, dan internet dalam metode studi pustaka ini.

3.4 Partisipan Penelitian

Subjek yang akan dijadikan informan atau partisipan utama yaitu *owner* dari Galeri Anara, karena dianggap mengetahui permasalahan yang terjadi pada bisnis yang sedang dijalani.

3.5 Tahapan Penelitian

3.5.1 Tahap Pra-lapangan

Dalam tahap ini identifikasi masalah yang akan diteliti yaitu mencari informasi mengenai bisnis Galeri Anara di Jl Kabupaten Kecamatan Garut Kota. Hasil identifikasi ini dirumuskan ke dalam rumusan masalah, yang menjadi pertanyaan penelitian, dan penelitian eksploratif dilakukan dengan pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengetahui dari mana dan dari siapa informasi dapat diperoleh. Kemudian melakukan penelitian kepustakaan untuk memperoleh pengetahuan, teori dan posisi awal masalah penelitian, serta menyusun tabel dan alat penelitian sebagai acuan dalam melakukan penelitian, sehingga fokus penelitian terfokus pada masalah penelitian.

3.5.2 Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah dengan menggunakan data primer berupa observasi di bisnis Galeri Anara, setelah itu melaksanakan wawancara terstruktur dengan *owner* Galeri Anara, serta memberikan kuisisioner. Selain itu peneliti juga menggunakan data sekunder berupa studi literatur. Tujuan diadakan observasi, wawancara, pengisian kuisisioner dan studi literatur tersebut untuk mengetahui gambaran umum strategi pemasaran yang diterapkan sekarang oleh Galeri Anara dan untuk mendapatkan data faktor eksternal dan internal bisnis Galeri Anara yang kemudian menjadi dasar untuk meneliti dan menentukan strategi pemasaran yang baru bagi Galeri Anara.

3.5.3 Tahap Analisis Data Melalui Analisis SWOT

Tahap analisis data dilakukan setelah peneliti melakukan pengumpulan data di tahap sebelumnya. Setelah diketahui gambaran umum strategi pemasaran yang diterapkan sekarang oleh Galeri Anara dan setelah menentukan alat analisis, peneliti mengidentifikasi dan memformulasikan strategi pemasaran dengan analisis SWOT. Sehingga dapat diketahui strategi pemasaran baru bagi Galeri Anara.

3.5.4 Membuat Matriks IFAS EFAS

Sebelum membuat matriks IFAS EFAS diperlukan form untuk pengisian bobot dan rating terlebih dahulu seperti tabel berikut ini (Rangkuti, 2017):

No	Indikator	Bobot					Rating			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	Kekuatan									

No	Indikator	Bobot					Rating			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	Kelemahan									

No	Indikator	Bobot					Rating			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	Peluang									

No	Indikator	Bobot					Rating			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	Ancaman									

Untuk menilai bobot, ada batasan nilai dari 1 hingga 5; angka 1 menunjukkan sangat kurang, angka 2 menunjukkan kurang, angka 3 menunjukkan cukup, dan angka 4 menunjukkan kualitas yang sangat baik. Dengan demikian, semakin besar bobot yang diberikan, semakin tinggi pula nilainya. Dan sebaliknya, semakin rendah bobot yang diberikan, semakin rendah pula nilainya. Sementara itu, rating diberikan nilai 1–4. Selanjutnya, data tentang tanggapan peserta terhadap faktor internal dihitung menggunakan panduan berikut:

	Indikator	Bobot	Rating	Bobot Relatif	Skor (Bobot x Rating)
KEKUATAN					

Jumlah Total					
	Indikator	Bobot	Rating	Bobot Relatif	Skor (Bobot x Rating)
KELEMAHAN					
Jumlah Total					
Total (Kekuatan + Kelemahan)					

Langkah-langkah untuk menyusun matriks IFAS adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung total IFE, diperoleh dari jumlah total bobot indikator kekuatan dan indikator kelemahan.

$$\text{Total IFE} = \text{Jumlah total kekuatan} + \text{jumlah total kelemahan}$$

- 2) Menghitung bobot relatif, diperoleh dari pembagian bobot per indikator dibagikan dengan total IFE.

$$\text{Bobot relatif} = \frac{\text{Bobot per indikator}}{\text{Total IFE}}$$

- 3) Dari perhitungan tersebut diperoleh matriks IFAS sebagai berikut :

No	Faktor Internal	Bobot Relatif	Rating	TOTAL SKOR (Bobot x Rating)
Kekuatan				
1				
2				
3				
Total				
Kelemahan				
1				
2				
3				
Total				
Jumlah				

Selanjutnya data jawaban partisipan terhadap faktor eksternal :

	Indikator	Bobot	Rating	Bobot Relatif	Skor (Bobot x Rating)
PELUANG					
		Jumlah Total			
ANCAMAN					
		Jumlah Total			
Total (Peluang + Ancaman)					

Langkah dalam perhitungan matriks EFAS adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung total EFE, diperoleh dari jumlah total bobot indikator kekuatan dan indikator kelemahan.

$$\text{Total EFE} = \text{Jumlah total kekuatan} + \text{jumlah total kelemahan}$$

- 2) Menghitung bobot relatif, diperoleh dari pembagian bobot per indikator dibagikan dengan total EFE.

$$\text{Bobot relatif} = \frac{\text{Bobot per indikator}}{\text{Total EFE}}$$

$$\text{Total EFE}$$

- 3) Dari perhitungan tersebut diperoleh matriks EFAS sebagai berikut :

No	Faktor Internal	Bobot Relatif	Rating	TOTAL SKOR (Bobot x Rating)
Peluang				
1				
2				
3				
Total				

Denis Safitri, 2023

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT

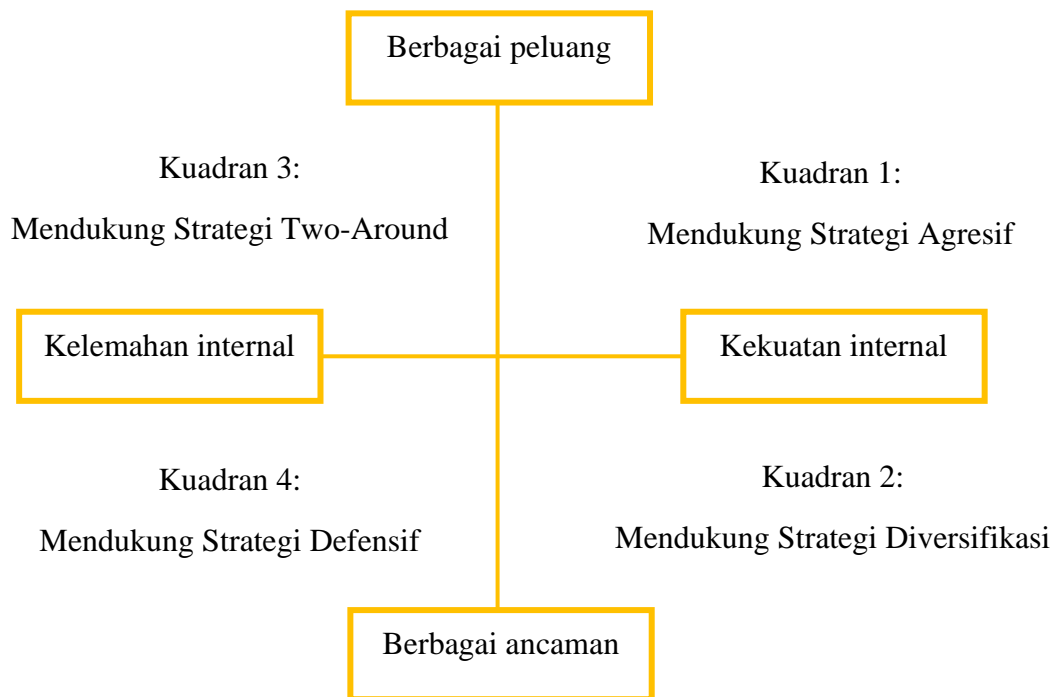
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Ancaman
1
2
3
Total
Jumlah

Nilai masing-masing faktor dapat ditemukan dengan menggunakan tabel IFAS dan EFAS, yang memungkinkan kita untuk mengetahui selisih nilai antara faktor internal dan eksternal.

3.5.5 Membuat Diagram SWOT

Diagram SWOT dapat digambarkan sebagai berikut (Rangkuti, 2017):



Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT

Sumber: Rangkuti (2017)

Keterangan:

1. **Kuadran I** : Lingkungan ini sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki keunggulan dan peluang, dan mereka dapat memanfaatkan keunggulan tersebut.

2. **Kuadran II** : Perusahaan tetap memiliki kekuatan meskipun ada ancaman, jadi strategi yang diperlukan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Untuk menangkap peluang jangka panjang, strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan melalui strategi diversifikasi (produk atau pasar).
3. **Kuadran III** : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah untuk mengurangi masalah internal untuk meraih peluang pasar yang lebih baik.
4. **Kuadran IV** : Ini adalah situasi di mana perusahaan tidak memiliki kekuatan untuk menangkap peluang pasar. Strategi pertahanan, atau strategi bertahan hidup, harus segera ditemukan.

3.5.6 Membaca Matriks SWOT

Berikut ini adalah matriks SWOT yang terdiri dari empat bidang atau kuadran. Setiap kuadran memiliki strategi bisnisnya masing-masing (Rangkuti, 2017).

IFAS	(Strengths) Kekuatan Tentukan faktor-faktor kekuatan	(Weaknesses) Kelemahan Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
EFAS (Opportunities) Peluang Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Strategi SO (Agresif)	Strategi WO (Turn-Around)
(Threats) Ancaman Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST (Diversifikasi)	Strategi WT (Defensif)

Gambar 3.2 Matriks SWOT

Sumber: Rangkuti (2017)

Keterangan:

1. **Strategi SO** : Mengambil perspektif perusahaan, yaitu menggunakan seluruh kekuatan untuk segera merebut dan memanfaatkan peluang sebanyak mungkin.
2. **Strategi ST** : Menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. **Strategi WO** : Menggunakan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

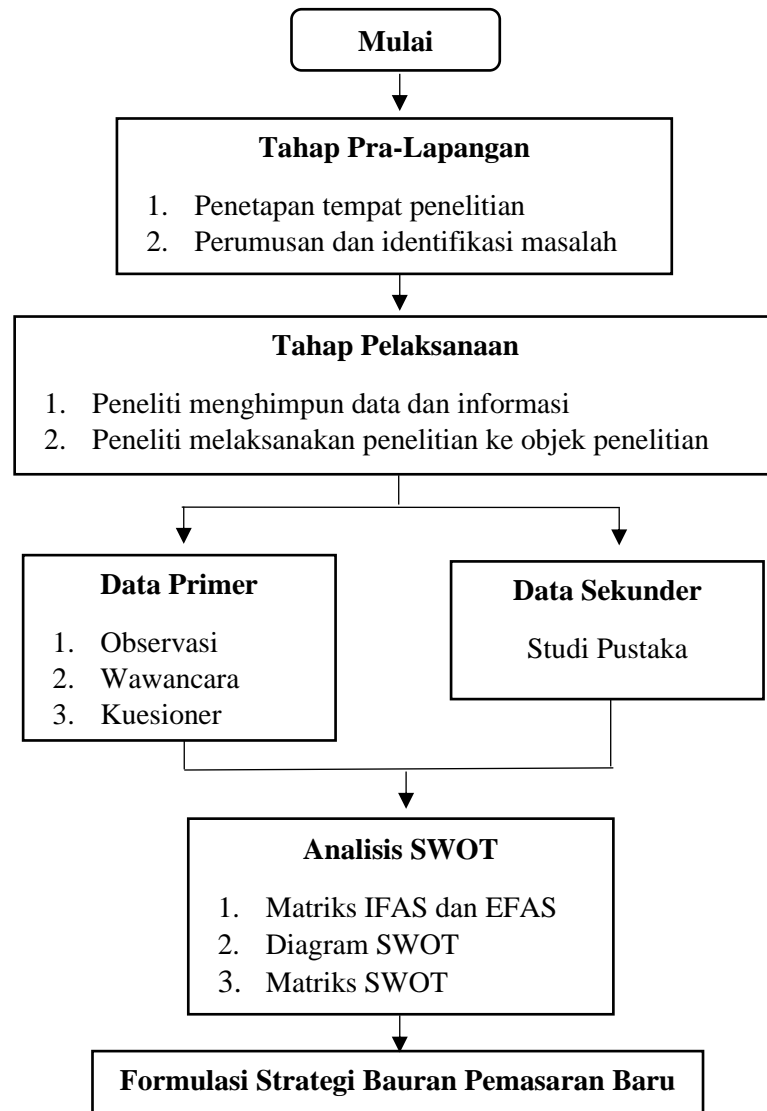
Denis Safitri, 2023

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4. *Strategi WT* : Menggunakan tindakan defensif untuk memperbaiki kelemahan dan menghindari ancaman.

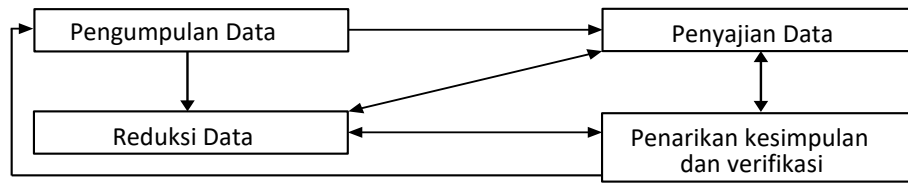
Berikut gambaran alur penelitian kualitatif :



Gambar 3.3 Alur Penelitian

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif mencakup penarikan data, input data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi; proses ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai data selesai (Miles dan Huberman, 2018).



Gambar 3.4 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif

Sumber: Miles dan Huberman (2018)

Siklus interaktif terdiri dari ketiga jenis tindakan pengumpulan data dan analisis. Peneliti bergerak di antara keempat model selama pengumpulan data, kemudian bergerak bolak-balik antara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

1) Reduksi data

Mereduksi hasil wawancara yaitu:

- a) Merangkum yaitu mengelola data atau menyedeharnakan data yang diperoleh dari wawancara.
- b) Memilih hal-hal yang penting, yang berarti memilih data yang diperoleh dari wawancara dengan fokus pada hal-hal yang penting dan relevan dengan rumusan masalah
- c) Mengambil kesimpulan. Pada langkah ini, peneliti mengumpulkan data dari wawancara di lapangan dengan Galeri Anara. Mereka melakukannya dengan memilih data mana yang menarik, penting, dan berguna untuk strategi pemasaran dan analisis SWOT. Setelah itu, baru bisa sampai pada kesimpulan.

2) Penyajian data

Setelah data direduksi, penulis kemudian menyajikan data dengan sedikit informasi yang diperoleh dari wawancara. Ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian dan sampai pada kesimpulan.

3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Setelah data disajikan, penulis membuat kesimpulan dengan melihat jawaban pertanyaan dalam rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada temuan lapangan melalui wawancara dan observasi yang terkait dengan setiap indikator strategi bauran pemasaran.

Denis Safitri, 2023

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.7 Waktu dan Jadwal Penelitian

Penelitian akan berlangsung selama empat bulan, dengan jadwal berikut:

1. Pada minggu pertama dan kedua dilakukan wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bisnis dari Galeri Anara. Lalu pada minggu ketiga dan keempat dilakukan wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman.
2. Kemudian, pada bulan kedua dilakukan pengisian kuisisioner untuk penentuan *rating*, bobot, dan nilai pada matriks IFAS-EFAS.
3. Pada bulan ketiga minggu pertama, dilakukan analisis dengan menggunakan diagram dan matriks SWOT.
4. Setelah itu, pada bulan ketiga minggu kedua adalah menentukan formulasi strategi bauran pemasaran terbaru untuk Galeri Anara. Lalu pada minggu ketiga dan keempat melakukan persiapan untuk mengimplementasikan strategi terbaru.
5. Terakhir, pada bulan keempat dilakukan penerapan strategi baru dan *finishing* serta wawancara konfirmasi untuk memastikan bahwa penelitian ini sudah berakhir dan menghasilkan sebuah formulasi strategi serta hasil implementasi mengenai berpengaruh atau tidaknya strategi baru tersebut pada UMKM Galeri Anara.