

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Jl. Ahmad Yani Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan termasuk ke dalam salah satu tempat yang strategis tempat yang mudah dijangkau dan pinggir jalan raya sehingga mudah di cari oleh para pembeli yang ingin membeli oleh – oleh khas Batumandi.

3.2 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang menurut Moleong (2011:6) mendefinisikan metode kualitatif yaitu penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana bauran produks usaha sirup Batumandi, mengetahui dan mendeskripsikan bagaimanakah mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran di usaha sirup Batumandi.

Agar peneliti dapat mendeskripsikan secara jelas dan rinci serta memperoleh data mendalam terhadap penelitian ini, maka penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan: pertama, menyesuaikan

metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan langsung dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2011: 5). Penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, memungkinkan mengkaji masalah-masalah normatif sekaligus memaparkan temuan di lapangan.

3.3 Tipe Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik sebagai berikut:

1. Observasi, pengamatan langsung pada kegiatan produksi dan pemasaran sirup Batumandi.
2. Wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara untuk memperoleh gambaran terkait usaha Sirup Batumandi.
3. Dokumentasi, pengambilan gambar objek penelitian yang akan dibahas untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan mendetail tentang topik yang akan dibahas.

3.4 Data Penelitian

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan dan dapat melalui interview yaitu dengan wawancara langsung dengan

pihak-pihak terkait yang memiliki hubungan dengan data dan informasi yang dibutuhkan khususnya pemilih usaha SIRBAM.

2. Data Sekunder, diperoleh dengan pengumpulan data dengan mempelajari laporan-laporan dan bahan lain yang berkaitan dengan penelitian.

Menurut Philip Kotler dan Keller analisis SWOT ialah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Melalui para pemikiran tokoh-tokoh dapat diambil kesimpulan bahwa analisis SWOT adalah alat yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengidentifikasi atau mengevaluasi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu, data utama dan data tambahan. Menurut Lofland (dalam Moleong, 2011: 157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan. Data utama diperoleh dari para informan, sedangkan data pendukung atau tambahan bersumber dari dokumen berupa catatan, buku, arsip dan gambar/foto. Untuk memperoleh data utama dalam penelitian ini adalah melalui subjek, yaitu pemilik sirup Batumandi. Sedangkan sumber informasi pendukung dari penelitian ini menggunakan sumber data dari pihak lain yaitu pengelola sirup Batumandi, dan konsumen sirup Batumandi.

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.

Metode wawancara dilakukan dengan pertimbangan;

1. informasi yang diperoleh dapat lebih mendalam karena peneliti mempunyai peluang yang lebih luas untuk mengembangkan informasi lebih mendalam;
2. melalui wawancara peneliti berpeluang untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran sirup Batumandi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam usaha sirup Batumandi.

Bogdan dan Bikleu dalam Suharsimi Arikunto (1992: 145) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan analisis data adalah suatu proses mengurutkan dan mengamati secara sistematis transkrip wawancara (interview), catatan lapangan (hasil observasi), dan bahan-bahan lain yang ditemukan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diamati dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain.

Pengumpulan data ini dilakukan berkaitan dengan data di lapangan yaitu peneliti melakukan wawancara, observasi pada pemilik sirup Batumandi.

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada transformasi data kasar yang muncul dari catatan di lapangan. Reduksi data juga merupakan bentuk analisis yang menajamkan dan mengarah, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data yang sedemikian rupa sehingga dapat menarik suatu Kesimpulan.

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan dapat menarik suatu kesimpulan dalam pengambilan suatu tindakan. Bentuk penyajian data yang dipilih dalam penelitian ini adalah bentuk naratif dengan tujuan/harapan setiap data tidak lepas dari latarnya.

Menarik kesimpulan yaitu suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dari latar belakang seperti diatas maka analisis dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan bagaimana strategi pemasaran sirup Batumandi dalam meningkatkan kontribusi penjualan, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran sirup Batumandi dengan beberapa konsep teoritis yang dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti mengoreksi kembali hasil penelitian dan setelah data tersebut sesuai kemudian dapat ditarik kesimpulan dari setiap item yang ada. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yakni dari wawancara, pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto, gambar (Moleong, 2011: 209).

3.5 Tabel Analisis SWOT Internal dan Eksternal

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sirup Batumandi menggunakan perasa alami sebagai penambah cita rasa. 2. Dalam satu tahun SIRBAM dapat menambah outlet penyimpanan produknya di 2 sampai 4 toko/gerai. 3. Harga produk sirup Batumandi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama yang menuntut Pemilik usaha SIRBAM untuk selalu bisa mengikuti selera pasaran konsumen. 2. Naiknya harga bahan baku saat ini tidak menentu yang

<p>cukup terjangkau.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Modal usaha yang dikeluarkan sesuai dengan keuntungan yang diperoleh. 5. Mengutamakan kualitas dari bahan baku. 6. Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas konsumen 7. Penempatan toko dan outlet penjualan produk strategis. 8. Strategi pemasaran melalui sosial media. 	<p>berpengaruh terhadap naik turunnya penjualan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Kurangnya variasi dari produk yang ada. 4. Kemasan kurang menarik.
<p>Peluang (<i>opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengarur strategi kerja sama dengan berbagai pihak. 2. Mengikuti setiap event-event kuliner yang ada. 3. Mengikuti banyaknya permintaan konsumen pasaran. 4. Mengikuti kemajuan teknologi untuk menciptakan pemasaran produk yang maksimal. 5. Melihat tingkat daya beli dari masyarakat. 	<p>Ancaman (<i>threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan pesaing yang banyak menciptakan produk yang lebih bervariasi. 2. Ketersediaan bahan baku dan harga bahan baku yang dapat naik sewaktu waktu. 3. Promosi dari perusahaan lain yang lebih baik. 4. Kualitas pelayanan dari perusahaan lain lebih baik. 5. Kualitas produk pesaing yang lebih baik.

3.6 Desain Operasional

STRATEGI PEMASARAN	FAKTOR ANALISIS	INDIKATOR
-------------------------------------	----------------------------------	------------------

<p>Strategi pemasaran teori kotler (2009)</p>	<p>Analisis SWOT teori Menurut Lofland (dalam Moleong, 2011: 157)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan (<i>Strength</i>) 2. Kelemahan (<i>Weakness</i>) 3. Peluang (<i>Opportunity</i>) 4. Ancaman (<i>Threat</i>) 	<p>Kekuatan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga produk sirup Sirup Batumandi cukup terjangkau. 2. Mengutamakan kualitas dari bahan baku. 3. Penempatan toko dan outlet penjualan produk strategis. <p>Kelemahan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama 2. Naiknya harga bahan baku saat ini tidak menentu 3. Kurangnya variasi dan kemasan dari produk yang ada. <p>Peluang :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melihat tingkat daya beli dari masyarakat. 2. Strategi pemasaran melalui sosial media. 3. Mengarur strategi kerja sama dengan berbagai
---	--	--

		<p>pihak.</p> <p>Ancaman :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ketersediaan bahan baku dan harga bahan baku yang dapat naik sewaktu-waktu.2. Promosi dari perusahaan lain yang lebih baik.3. Kualitas pelayanan dari perusahaan lain lebih baik.
--	--	---