

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pink Queen Store yang terletak di Bogor Trade Mall (BTM) Jl. Ir. H. Juanda No.68, RT.01/RW.13, Paledang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16122. Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama enam bulan yaitu dari Bulan Maret sampai Bulan Agustus 2023. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Rencana Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■													
5	Pengolahan data												■												
6	Analisis dan evaluasi																								
7	Penulisan laporan																	■	■	■	■	■			
8	Seminar hasil																								

Sumber : Rencana Penelitian (2023)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat ini di Pink Queen Store. Sedangkan analisis SWOT berguna untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran Pink Queen Store.

3.3. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua jenis data yaitu data primer dan data skunder, dengan pemaparan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, dan juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung lapangan dan mengadakan wawancara, observasi, dan studi dokumen pada *Pink Queen Store* Infomasi yang digali yaitu data-data yang berhubungan dengan strategi pemasaran. Proses wawancara yang dilakukan kepada Owner *Pink Queen Store*

2. Data Sekunder

Data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

3.4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua sumber data yaitu primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data yaitu melakukan wawancara, observasi, dan studi dokumen dimana penulis memeparkan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur - unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Dengan cara ini data yang diperoleh data faktual dan aktual, dalam artian data yang dikumpulkan diperoleh pada saat peristiwa berlangsung. Dalam penelitian ini penulis secara langsung mengadakan kegiatan penelitian yang berhubungan dengan strategi pemasaran dalam menarik konsumen, melalui cara melakukan pemasaran tersebut yang diterapkan oleh *Pink Queen Store* serta mencatat hal-hal penting untuk mendukung penelitian. Dalam hal ini penulis mengamati bagaimana *Pink Queen* dalam melakukan pemasaran, mempelajari sistem kerja pemasaran dan lainnya.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari sumber-sumber yang mengetahui informasi tentang strategi pemasaran di *Pink Queen Store*.

3. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah kajian dari dokumenter yang tertulis bisa berupa buku teks, surat kabar, majalah, surat-surat, naskah, artikel, dan sejenisnya. Studi dokumen dilakukan dengan pengumpulan foto, kegiatan promosi oleh *Pink Queen Store*.

3.5 Metode Analisis Data

Mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan Mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis SWOT dimana analisis ini untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada Analisis yang digunakan bertujuan untuk:

1. Melalui analisis SWOT ini kita dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang ada di perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di dalam perusahaan tersebut.
2. Dengan analisis SWOT kita bisa membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan menggabungkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matriks SWOT. Adapun tahapan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Strategi kekuatan-kesempatan (S dan O)

Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi. Misalnya bila kekuatan perusahaan adalah pada keunggulan teknologinya, maka keunggulan ini dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan kualitas yang lebih maju. Yang keberadaannya dan kebutuhannya telah diidentifikasi pada analisis kesempatan.

2. Strategi Kelemahan-Kesempatan (W dan O)

Kesempatan yang dapat diidentifikasi tidak mungkin dimanfaatkan karena kelemahan perusahaan. Misalnya jaringan distribusi ke pasar tersebut tidak dipunyai oleh perusahaan. Salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah kerjasama dengan perusahaan yang mempunyai kemampuan menggarap pasar tersebut. Pilihan strategi lain adalah mengatasi kelemahan agar dapat memanfaatkan kesempatan.

3. Strategi Kekuatan-Ancaman (S atau T)

Dalam analisa ancaman ditemukan kebutuhan untuk mengatasinya. Strategi ini mencoba mencari kekuatan yang dimiliki perusahaan yang dapat mengurangi atau menangkal ancaman tersebut. Misalnya ancaman perang harga.

4. Strategi Kelemahan-Ancaman (W dan T)

Dalam situasi menghadapi ancaman dan sekaligus kelemahan intern, strategi yang umumnya dilakukan adalah “keluar” dari situasi yang terjepit tersebut. Keputusan yang diambil adalah “mencairkan” sumber daya yang terikat pada situasi yang mengancam tersebut, dan mengalihkannya pada usaha lain yang lebih cerah. Siasat lainnya adalah mengadakan kerjasama dengan satu perusahaan yang lebih kuat, dengan harapan ancaman disuatu saat akan hilang. Dengan mengetahui situasi yang akan dihadapi, anak perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang perlu dan bertindak dengan mengambil kebijakan-kebijakan yang terarah dan mantap, dengan kata lain perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat.

Tabel 3.2 Tahapan Analisis SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunity</i>)	<p>STRATEGISO</p> <p>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.</p>	<p>STRATEGIWO</p> <p>Meniptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.</p>
Ancaman (<i>Threats</i>)	<p>STRATEGIST</p> <p>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.</p>	<p>STRATEGIWT</p> <p>Menciptakan strategi yang meminimalkan Kelemahan dan menghindari ancaman.</p>