

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu

Penelitian dilakukan di Kelurahan Bojongkerta mengenai Tanaman Hidroponik pada bulan Februari sampai Agustus 2022 yang terletak di Jl. Bojong Pesantren Rt.04/03. Bogor Selatan, Bojongkerta, Kec. Bogor Selatan, Kota Bogor. Pemilihan lokasi ini dikarenakan lokasi yang sangat strategis untuk melakukan suatu penelitian terhadap usaha atau bisnis yang sedang dijalankan oleh Kelurahan Bojongkerta. Dan berikut ini adalah tabel jadwal pelaksanaan penelitian.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan

No	Kegiatan	Februari				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	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 : Penelitian (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang berdasarkan analisis SWOT dan data penelitian yang dibahas dari hasil wawancara. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat ini di Kelurahan Bojongkerta. Dengan demikian analisis ini menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Menurut Rangkti dalam Salim dan Agus (2019:1) Analisis SWOT adalah kinerja pengembangan

ataupun organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Sedangkan analisis SWOT ini berguna untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta.

3.3 Jenis Data

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

1. Data Primer

Menurut Saifuddin (2020:91) Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung ke lapangan dan mengadakan wawancara, observasi, dan studi dokumen pada Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta. Informasi yang digali yaitu data-data yang berhubungan dengan strategi pemasaran. Proses wawancara yang dilakukan kepada lurah, sekretaris lurah dan staf pelayanan di Kelurahan Bojongkerta.

2. Data Sekunder

Menurut Saifuddin (2020:91) Data sekunder atau data tangan ke dua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Data sekunder yang diperoleh dari Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta yaitu jumlah penjualan, pendapatan, dan jumlah karyawan yang didapat dari Kepala Usaha Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi dan studi dokumen yang dimana penulis memaparkan sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Nawawi dan Martini dalam Afifuddin dan Beni (2018:134) Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Observasi dibutuhkan untuk memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara yang dapat dipahami dalam konteksnya. Dengan cara ini data yang diperoleh adalah 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 agar lebih mengetahui strategi pemasaran dalam menarik konsumen, mulai cara melakukan pemasaran tersebut yang diterapkan oleh karyawan Kelurahan Bojongkerta serta mencatat hal-hal penting untuk mendukung penelitian. Dalam hal ini penulis mengamati bagaimana para karyawan dalam melakukan sistem pemasarannya.

b. Wawancara

Menurut Afifuddin dan Beni (2018:131) Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung. Suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung dengan pihak terkait dalam pembahasan masalah yang bersangkutan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari sumber-sumber yang mengetahui informasi tentang strategi pemasaran tanaman hidroponik di Kelurahan Bojongkerta.

c. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah metode pengumpulan data yang meliputi buku-buku yang relevan yang mencakup strategi pemasaran, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, dan data yang relevan yang dibutuhkan untuk penelitian. Teknik pengumpulan data dengan cara studi dokumen ini sebagai bahan untuk memperjelas penulisan agar lebih dipahami. Studi dokumen dilakukan dengan pengumpulan foto, dan kegiatan promosi tanaman hidroponik di Kelurahan Bojongkerta.

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Afifuddin dan Beni (2018:145) Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Teknik analisis data ini bertujuan untuk memberikan jawaban terhadap rumusan masalah. Data-data yang telah dikumpulkan diolah sehingga bisa diambil simpulan sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan. Dan akan diketahui alternatif strategi Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta dengan menggunakan cara analisis SWOT yaitu melakukan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan cara melakukan wawancara yang kemudian hasilnya dianalisis sesuai

dengan lingkungan internal dan eksternalnya. Adapun tujuan menggunakan analisis SWOT ini adalah :

1. Mengidentifikasi peluang ancaman, kelemahan kekuatan

Melalui analisis SWOT kita dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang ada di perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman apa saja yang ada didalam perusahaan tersebut.

2. Mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT

Dengan analisis SWOT kita bisa membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan menggabungkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalu matriks SWOT seperti gambar berikut

Gambar 3.2 Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>) Tentukan 5-10 faktor Faktor-faktor kelemahan internal	Kelemahan (<i>Weakness</i>) Tentukan 5-10 kekuatan internal
Peluang (<i>Opportunity</i>) Tentukan 5-10 peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threat</i>) Tentukan 5-10 ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2019:83)