

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu

Penelitian dilakukan di CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak pada Bulan Maret sampai Agustus 2021 yang terletak di Jl. KH R. Abdullah bin Nuh no.92 Rt 004/007 Kp. Sindang Barang Kec. Bogor Barat kota Bogor. Pemilihan lokasi ini karena cabang Bubulak ini cukup terjangkau maka dari itu peneliti memilih lokasi ini. Pelaksanaan berlangsung tujuh bulan yaitu dari bulan Februari sampai bulan Agustus. Sesuai dengan tabel jadwal pelaksanaan yang tersaji pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan

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 : Penelitian (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggambarkan atau mendeskripsikan apa yang terjadi pada obyek yang diteliti dari hasil data-data yang diperoleh dari perusahaan dan hanya untuk mengetahui alternatif strategi yang dihasilkan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Obyek penelitian adalah CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak.

3.3 Jenis Data

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

3.3.1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:296) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pengumpul data. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui pengamatan langsung ke lapangan dan mengadakan wawancara, observasi, dan studi dokumen pada CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak. Informasi yang digali yaitu data-data yang berhubungan dengan strategi pemasaran. Proses wawancara yang dilakukan kepada *owner*, manajer, kepala produksi, dan pengawas lapangan.

3.3.2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019:296) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data ke pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak yaitu jumlah penyewaan, pendapatan dan jumlah karyawan CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak yang didapat dari kepala operasional perusahaan tersebut.

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 memaparkan sebagai berikut:

3.4.1. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan mengamati, meneliti atau mengukur kejadian yang sedang berlangsung. 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 CV. Serasi Jaya Mandiri divisi

bus pariwisata cabang Bubulak serta mencatat hal-hal penting untuk mendukung penelitian. Dalam hal ini penulis mengamati bagaimana para Karyawan CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak dalam melakukan pemasaran, mempelajari sistem kerja pemasaran dan lain sebagainya.

3.4.2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019:304) mendefinisikan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari sumber-sumber yang mengetahui informasi tentang strategi pemasaran di CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang bubulak.

3.4.3. Studi Dokumen

Menurut Sugiyono (2019:314) 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, kegiatan promosi, dan menu makanan yang dijual oleh CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak.

3.5 Teknik Analisis Data

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 CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak 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 apa saja yang menjadi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan

ancaman yang ada didalam perusahaan tersebut(Suhardi,2018:90)

2. Mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT

Dengan analisis SWOT kita bisa membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan menggunakan matrik SWOT yang dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi *Strength-Opportunity*, strategi *Weakness-Opportunity*, strategi *Strength-Threats*, strategi *Weakness-Threats* seperti gambar berikut :

FAKTOR INTERNAL FAKTOR EKSTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	Faktor-faktor kekuatan	Faktor-faktor kelemahan
PELUANG (O)	SO	WO
Faktor-faktor peluang	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Menciptakan strategi meminimalkan atau mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (T)	ST	WT
Faktor-faktor ancaman	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 3.5 Matriks SWOT