

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 1.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam hal ini diadakan di Toko Mothercare Elc Aeon Sentul lantai 2 yang beralamat Jalan MH. Thamrin, Citaringgul, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810. Waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Maret – Agustus 2023 seperti berikut:

**Tabel 3.1 Rencana 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  | Penyampaian Izin       |       | ■ |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |
| 3  | Awalan Penelitian      |       |   | ■ | ■ |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |
| 4  | Mengumpulkan Data      |       |   |   |   | ■     | ■ | ■ | ■ |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |
| 5  | <i>Collecting</i>      |       |   |   |   |       |   |   |   | ■   | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |
| 6  | Analisa ataupun ulasan |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   | ■    | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |         |   |   |   |
| 7  | Membuat hasil          |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   | ■    | ■ | ■ | ■ |         |   |   |   |
| 8  | Seminar Hasil          |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   | ■       | ■ |   |   |

Sumber: Riset (2023)

### 1.2 Pendekatan Penelitian

Temuan berasal dari lapangan melalui pendekatan deskriptif. Artinya, tata cara penelitian melahirkan data deskriptif dari responden. Dalam hal ini adalah informan yang didapatkan berdasarkan metode *purposive*, di mana secara terencana menunjuk individu tertentu yang dipandang mengetahui persoalan yang sedang diusut sesuai tugas dan beban yang diberikan (Sugiyono, 2018:1-2). Pendekatan deskriptif kualitatif memakai analisis

kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesse*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

### **1.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data primer**

ialah data dimana diterima dari luar dan didapatkan melalui temuan, wawancara, dan observasi. Didapatkan sejumlah 8 informan dalam hal ini yang terdiri dari pihak yang bekerja dan berbelanja di Toko Mothercare Elc Aeon Sentul

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder terdiri dari kebenaran, catatan atau laporan historis terperinci pada arsip ataupun dokumenter yang dipublikasikan maupun tidak. Data sekunder yang dipakai berupa dokumentasi. Dokumentasi dipergunakan untuk mendapatkan data tepat dari lokasi penelitian yang terdiri dari buku dan jurnal yang terkait, laporan kegiatan, dan data yang relevan untuk diteliti.

### **1.4 Informan Penelitian**

Informan penelitian merupakan seseorang dimana sanggup membagikan keterangan (Sugiyono, 2018:15). Kemudian, informan penelitian sebagai golongan yang menyampaikan fakta mengenai topik maupun peristiwa yang mendalam (Afrizal, 2017:136). Untuk mendukung dan melengkapi penelitian ini, peneliti telah menghadap kepada pihak-pihak yang dapat memberikan informasi maupun pendapat karena kepakarannya akan persoalan yang nantinya ditemukan. Informan pada hal ini terdiri dari:

#### **1. Informan kunci**

Adalah seseorang yang mempunyai pengetahuan dan berbagai fakta pokok guna menunjang penelitian

#### **2. Informan utama**

ialah mereka yang ikut langsung saat interaksi satu sama lain

#### **3. Informan tambahan**

Yakni individu yang mampu membagi keterangan meskipun tidak secara langsung

Beberapa informan terpilih dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pihak yang bekerja di Toko Mothercare Elc Aeon Sentul dan mengetahui bagaimana berlangsungnya pemasaran di toko tersebut dengan pengalaman bekerja sudah lebih dari 5 tahun untuk mengetahui bagaimana jalanya kegiatan operasional Mothercare ELC Aeon Mall Sentul.
2. Pihak yang berbelanja di Toko Mothercare Elc Aeon Sentul dan memiliki balita yang sudah sering melakukan kegiatan pembelian di Mothercare ELC Aeon Mall Sentul.

Kemudian, informan yang digunakan dalam hal ini:

1. Informan kunci : 1 *Store Manager* dan 2 *Sales Associate*
2. Informan Utama: 3 Pelanggan Mothercare ELC Aeon Mall Sentul
3. Informan tambahan: Pihak Kompetitor dan Supplier

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang dipergunakan dalam mengumpulkan data dibutuhkan seperti (Irdha Yanti Musyawarah, 2022):

1. Observasi  
Yaitu suatu metode caranya dengan menjalankan pemantauan langsung pada studi kasus
2. Wawancara  
Ialah aktivitas tanya jawab langsung pada narasumber yang mempunyai keterkaitan dalam riset
3. Dokumentasi  
Yakni teknik yang dilaksanakan dengan mempelajari sejumlah catatan transkrip sebagai referensi sumber data
4. Kuesioner  
Yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

### **3.6 Metode Analisis**

Pada Tahap analisis data berisikan tentang pengolahan data yang telah diperoleh, adapun pengolahan data yang pada penelitian strategi pemasaran menggunakan metode

QSPM dengan 3 tahap yaitu dengan matriks IFE dan EFE, kemudian matriks IE dan SWOT. lalu pada tahap terakhir menggunakan Matriks QSPM

### **3.6.1 Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE**

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) adalah alat yang digunakan untuk merumuskan strategi, meringkas serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam suatu perusahaan. Matriks External Factor Evaluation (EFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan berkaitan dengan peluang dan ancaman perusahaan. Pada penelitian ini dilakukan tahap masukan dengan analisis faktor internal dan faktor eksternal pada Toko Mothercare ELC Aeon Mall Sentul. Setelah menentukan faktor-faktor internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan perhitungan bobot dan rating.

### **3.6.2 Analisis Matriks IE dan Matriks SWOT**

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini untuk tahap pencocokan adalah matriks IE (Internal-Eksternal) dan matriks SWOT (*Strength-Weakness- Opportunity-Threat*). Matriks IE merupakan tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan matriks EFE dan IFE ke dalam matriks IE. Hal ini bertujuan dalam mendapatkan strategi yang sesuai di tingkat korporat. Sedangkan matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang digunakan dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya.

Dalam penelitian menjelaskan bahwa bauran pemasaran dilihat melalui gabungan faktor internal maupun eksternal. Hal itu layak ditinjau mengikuti analisis SWOT, di mana singkatannya melalui lingkungan internal *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) maupun lingkungan eksternal *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) dalam bidang perbisnisan. Teknik ini mengumpamakan antara faktor tersebut (Sugiyono, 2018:144).

SWOT Matrik ialah salah satu teknik yang dipakai dalam mengatur deskripsi terkait bauran pemasaran. Matriks dilihat berupaya menjelaskan rinci mengenai peluang maupun ancaman eksternal yang dialami perusahaan dan sekaligus disamakan antar

kekuatan dan kelemahan yang sedang berjalan. Matriks mahir mendapatkan empat prospek. Dari seluruh keterangan yang sudah didapatkan dimana berdampak akan perkembangan perusahaan, kemudian mempergunakan informasi tersebut pada strategi rumus

Membagikan bobot mulai sangat penting sampai tidak penting dilihat tingginya akibat faktor tersebut. Dengan memberikan skor 4-1 bagi peluang dan kekuatan di mana yang besar diberi angka 4 dan paling kecil diberi nilai 1. Sementara rating 1-4 untuk ancaman dan kelemahan, artinya yang besar bernilai satu dan paling kecil berjumlah empat. Kemudian, mengkalikan antar bobot dan skor, dengan demikian didapatkan total masing-masing faktor eksternal dan internal tersebut ( Musyawarah, 2022:43).

**Tabel 3.2 Matriks SWOT**

|                                                                         |                                                                                               |                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div> <div>IFAS</div> <div>EFAS</div> </div>                            | <b>Strengths (S)</b><br>Memilih Faktor Kekuatan Internal                                      | <b>Weakness (W)</b><br>Menetapkan Faktor Kelemahan Internal                                              |
|                                                                         |                                                                                               |                                                                                                          |
| <b>Opportunities (O)</b><br><b>Membuktikan Faktor Peluang Eksternal</b> | <b>Strategi SO</b><br>Mewujudkan rencana yang memakai kekuatan guna memanfaatkan peluang      | <b>Strategi WO</b><br>Merealisasikan teknik untuk meminimalisir kelemahan bertujuan memanfaatkan peluang |
| <b>Threats (T)</b><br><b>Memilih Faktor Ancaman Eksternal</b>           | <b>Strategi ST</b><br>Membuat strategi dimana mempergunakan kekuatan dalam memecahkan ancaman | <b>Strategi WT</b><br>Membuat kunci dimana mengurangi kelemahan dan menyingkirkan ancaman                |

Keterangan:

EFAS = *Eksternal Strategic Factor Analysis*

IFAS = *Internal Strategic Factor Analyis*

- a. Strategi SO = menggunakan semua *powerful* guna menarik serta mendapatkan peluang optimal
- b. Strategi ST = memakai kekuatan yang ada pada perusahaan guna menghindari ancaman
- c. Strategi WO = diberlakukan sesuai penggunaan peluang yang ada caranya dengan menghindari kelemahan
- d. Strategi WT = sesuai pada kondisi bersifat melindungi dan berupaya mengurangi kelemahan serta menjauhi ancaman.

### 3.7 Analisis Matriks QSPM

Strategi pemasaran memakai teknik SWOT dan QSPM terbagi dalam tiga tahap (Prayudi, 2020:238):

1. Tahap pemasukan (*input stage*)  
Matriks yang dipakai ialah internal factor evaluation (IFE) dan external factor evaluation (EFE). Tahapannya dengan mengurutkan seluruh aspek kekuatan dan kelemahan yang ada, begitupun dengan faktor eksternal perusahaan.
2. Tahap pencocokan (*matching stage*)  
Matriks internal eksternal (IE) guna menempatkan perusahaan yang terdiri atas dua dimensi total skor IFE di sumbu X dan EFE sumbu Y.
3. Tahap keputusan (*decision stage*)  
Dalam hal ini memakai keputusan QSPM. QSPM dipergunakan dalam menilai strategi secara objektif sesuai faktor sukses utama internal-eksternal yang sudah diteliti.

**Tabel 3.3 Matriks QSPM**

| Faktor                         | Bobot | Alternatif Strategi |     |             |     |              |     |
|--------------------------------|-------|---------------------|-----|-------------|-----|--------------|-----|
|                                |       | Strategi I          |     | Strategi II |     | Strategi III |     |
|                                |       | AS                  | TAS | AS          | TAS | AS           | TAS |
| Kekuatan ( <i>strenghths</i> ) |       |                     |     |             |     |              |     |
| Kelemahan ( <i>Weakness</i> )  |       |                     |     |             |     |              |     |

| Faktor                           | Bobot | Alternatif Strategi |     |             |     |              |     |
|----------------------------------|-------|---------------------|-----|-------------|-----|--------------|-----|
|                                  |       | Strategi I          |     | Strategi II |     | Strategi III |     |
|                                  |       | AS                  | TAS | AS          | TAS | AS           | TAS |
| Jumlah                           |       |                     |     |             |     |              |     |
| Peluang ( <i>Opportunities</i> ) |       |                     |     |             |     |              |     |
| Ancaman ( <i>Threats</i> )       |       |                     |     |             |     |              |     |
| Jumlah                           |       |                     |     |             |     |              |     |