

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di perumahan Yatra Griya Sibanteng yang beralamatkan di Jl. Raya Citeres, Kp. Lio Rt 003 Rw 001 Desa Sibanteng Kec. Leuwisadeng Kab. Bogor terhitung dari bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Juli 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		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 (2024)

1.2 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif kadang-kadang disebut sebagai metode naturalistik karena dilakukan di lingkungan yang alamiah (*natural setting*) (Sugiyono, 2018 dalam Annisa, 2023:32).

Menurut Sukmadinata dalam Annisa (2023:32) penelitian deskriptif kualitatif ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena- fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satusatunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif yaitu rangkaian kegiatan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu yang hasilnya lebih menekankan makna

(Wicaksono, 2019 dalam Annisa, 2023:32).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung ke lapangan dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner pada pihak Perumahan Yatra Griya Sibanteng. Data yang didapatkan merupakan data yang berhubungan dengan strategi pemasaran.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh dari Perumahan Yatra Griya Sibanteng yaitu data penjualan yang didapatkan dari Staff Administrasi Perumahan Yatra Griya Sibanteng dan jurnal penelitian terdahulu serta literature yang diperlukan.

1.3 Teknik Pengumpulan Data

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

a) Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya-jawab sambil menjaga kontak mata, pewawancara atau wawancara menggunakan alat yang disebut panduan wawancara (interview guide). Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan data secara langsung dan melakukan komunikasi langsung dengan responden atau informan.

b) Kuesioner

Angket disebut juga kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan terstruktur atau pernyataan tertulis kepada responden atau informan untuk dijawab. Kuesioner atau angket, digunakan untuk mendapatkan tanggapan secara langsung dari responden atau informan. Kuesioner yang diajukan kepada informan yaitu mengenai strategi pemasaran Perumahan Yatra Griya Sibanteng.

1.4 Penentuan Informan

Informan dalam penelitian kualitatif adalah sumber utama dalam pengumpulan data dan narasumber yang memberikan informasi tentang apa yang sedang diteliti. Informan memiliki peran penting dalam penelitian kualitatif karena mereka paling memahami peristiwa yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian

kualitatif, informan terbagi menjadi tiga yaitu:

1. Informan Kunci

Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada masyarakat secara garis besar, juga memahami informasi tentang informan utama. Informan kunci terdiri dari direktur, manajer dan supervisor

2. Informan Utama

Informan utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian. Informan utama terdiri dari para agen pemasaran

3. Informan Pendukung

Informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Informan tambahan terkadang memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama atau informan kunci. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli rumah di perumahan Yatra Griya Sibanteng.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari 8 orang dengan komposisi yaitu empat orang manajemen internal dan empat orang informan eksternal. Informan internal terdiri dari Direktur, Manajer Pemasaran, Manajer Operasional dan Supervisor sebagai informan kunci, sedangkan informan eksternal terdiri dari 3 agen pemasaran sebagai informan utama dan 1 konsumen sebagai informan pendukung yang mengetahui akan kelangsungan operasional PT. Bumi Pratama Cemerlang sehingga perannya sebagai informan eksternal yang menilai terhadap kelangsungan perusahaan bersifat objektif dan sebagai penyeimbang dengan informan internal. Adapun nama informan beserta jabatan yaitu:

a. Informan Internal

Bapak Dimas Sri Aldino (Direktur PT. Bumi Pratama Cemerlang)

Bapak Ade Setiawarman (Manajer Pemasaran PT. Bumi Pratama Cemerlang)

Bapak Ari Triyono (Manajer Operasional PT. Bumi Pratama Cemerlang) Bapak

Daniel Kurniawan (Supervisor PT. Bumi Pratama Cemerlang)

b. Informan Eksternal

Bapak Jaenal (Agen Pemasaran)

Ibu Nur Asya Jamil (Agen Pemasaran)

Bapak Saiful (Agen Pemasaran)

Bapak Wiyono (Konsumen)

3.5 Uji Triangulasi

Menurut Moeloeng (2018) triangulasi adalah metode yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan keandalan hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan berbagai metode, sumber data, atau perspektif. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mengurangi bias yang mungkin timbul dari metode tunggal. Berikut adalah empat jenis triangulasi:

1. Triangulasi Data : Melibatkan penggunaan berbagai sumber data untuk memverifikasi hasil penelitian.
2. Triangulasi Metode : Melibatkan penggunaan berbagai teknik atau pendekatan penelitian untuk mendapatkan pandangan yang lebih komprehensif
3. Triangulasi Peneliti : Melibatkan penggunaan beberapa peneliti atau analis untuk memastikan bahwa hasil penelitian tidak dipengaruhi oleh bias individu.
4. Triangulasi Teori : Melibatkan penggunaan berbagai kerangka teori atau model untuk menjelaskan fenomena yang sama.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM yang bertujuan untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah sebelumnya yaitu antara lain mengetahui kekuatan dan kelemahan dari Perumahan Yatra Griya Sibanteng dan juga untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat digunakan dan prioritas strategi yang bisa dilakukan oleh Perumahan Yatra Griya Sibanteng. Penyusunan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan QSPM dengan menggunakan tiga tahap pelaksanaan analisis data (Sari dan Sari, 2023:66).

3.6.1 Tahap Masuk

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan

- 1) Analisis lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan terkait pemasaran, keuangan, operasional, manusia sumber daya, penelitian dan perkembangan, pengelolaan sistem informasi, dan budaya perusahaan. (Rangkuti, 2016 dalam Sari dan Sari, 2023:66)
- 2) Analisis lingkungan eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman yang berkaitan dengan lingkungan industri, lingkungan bisnis makro, perekonomian

politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya (Rangkuti, 2016 dalam Sari dan Sari, 2023:66).

Hal ini diketahui dari hasil wawancara dengan informan. Setelah itu dilakukan penilaian terhadap faktor internal dan eksternal dengan cara menyebarkan kuesioner kepada informan untuk melakukan analisis terhadap Matriks IFE dan Matriks EFE berupa rating yang dihitung berdasarkan peringkat dan bobot.

2. Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE

a. Analisis Matriks IFE

Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima tahap yaitu (Santoso dalam Sari dan Sari, 2023:67).

1. Tuliskan faktor-faktor internal utama seperti yang diidentifikasi dalam internal audit lingkungan proses. Buatlah daftar kekuatan terlebih dahulu, baru kemudian kelemahannya. Buatlah sespesifik mungkin dengan menggunakan angka perbandingan, rasio, dan persentase.
2. Tetapkan bobot mulai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk setiap faktor. Bobot yang diberikan pada masing-masing factor mengidentifikasi pentingnya faktor tersebut terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Terlepas dari apakah faktor kunci tersebut merupakan kekuatan dan kelemahan internal, faktor-faktor tersebut dianggap mempunyai pengaruh yang paling besar organisasi pertunjukan harus diberi bobot tertinggi. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1,0.
3. Berikan peringkat 1 hingga 4 pada masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut menunjukkan kelemahan besar (peringkat=1) atau kelemahan kecil (peringkat=2), kekuatan kecil (peringkat=3), atau kekuatan besar (peringkat=4).
4. Kalikan bobot faktor dengan rating untuk menentukan rata-rata tertimbang setiap variabel.
5. Jumlahkan rata-rata tertimbang untuk setiap variabel untuk menentukan total rata-rata tertimbang bagi organisasi. Total rata-rata tertimbang di bawah 2,5 menunjukkan lemahnya organisasi secara internal, sedangkan skor total di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Tabel 3.2 Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengths)			
Kekuatan 1			
Kekuatan 2			
Kelemahan (Weakness)			
Kelemahan 1			
Kelemahan 2			
Total			

Sumber : Junaedi (2021:28)

b. Analisis Matriks EFE

Matriks evaluasi faktor eksternal dapat dikembangkan dalam lima langkah (Santoso dalam Sari dan Sari, 2023:67).

1. Tuliskan faktor eksternal utama seperti yang dijelaskan dalam proses audit lingkungan eksternal. Sertakan sejumlah faktor termasuk peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya. Buat daftar peluangnya terlebih dahulu, baru kemudian ancamannya.
2. Berikan bobot masing-masing faktor tersebut mulai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot menunjukkan signifikansi relatif dari faktor keberhasilan perusahaan. Peluang sering kali diberi bobot dengan kualitas lebih tinggi dibandingkan dengan ancaman; namun demikian, ancaman juga dapat memperoleh bobot yang lebih tinggi, terutama jika ancaman tersebut sangat parah atau mengancam. Bobot yang sesuai dapat ditentukan dengan membandingkan keberhasilan pesaing dengan tidak berhasil pesaing yang gagal atau melalui diskusi untuk mencapai konsensus kelompok. Total seluruh bobot yang diberikan faktor tersebut harus sama dengan 1,0.
3. Berikan peringkat 1 sampai 4 pada masing-masing faktor eksternal utama untuk menunjukkan efektivitas strategi perusahaan saat ini dalam merespons faktor tersebut, dimana 4 = respons sangat baik, 3 = respons di atas rata-rata, 2 = respons rata-rata, 1 = tanggapan di bawah rata-rata di bawah rata-rata. Pemeringkatan tersebut didasarkan pada efektivitas strategi perusahaan.
4. Lipat gandakan beratnya masing-masing faktor berdasarkan ratingnya untuk menentukan skor bobot.
5. Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel menentukan organisasi total

skor tertimbang.

Tabel 3.3 Matriks EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)			
Peluang 1			
Peluang 2			
Ancaman (Threats)			
Ancaman 1			
Ancaman 2			
Total			

Sumber : Junaedi (2021:29)

3.6.2 Tahap Pencocokan

1. Matriks IE

Matriks IE berguna untuk memposisikan perusahaan kedalam matriks yang terdiri dari 9 sel. Matriks IE terdiri dari 2 dimensi yaitu total skor matriks IFE pada sumbu X dan matriks EFE pada sumbu Y (Setyorini, 2016 dalam Sari dan Sari, 2023:67). Matriks ini dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yaitu: pertama Grow dan Bina berada pada sel I, II atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Baik Melestarikan maupun Memelihara meliputi sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang digunakan adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Ketiga Panen atau Divestasi mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang digunakan adalah strategi divestasi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi.

	Kuat (3,0-4,0)	Rata-rata (2,0-2,99)	Lemah (1,00-1,99)	
	SEL I	SEL II	SEL III	Tinggi (3,0-4,0)
	SEL IV	SEL V	SEL VI	Sedang (2,0-2,99)
	SEL VII	SEL VIII	SEL IX	Rendah (1,0-1,99)

Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal (IE)

Sumber : David dalam Amelia (2023:16)

2. Matriks SWOT

Tahapan penyusunan matriks SWOT adalah sebagai berikut (Setyorini et al., 2016 dalam Sari dan Sari, 2023:68).

1. Menyusun daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan
2. Mengembangkan strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan mencocokkan kekuatan internal dan peluang eksternal.
3. Mengembangkan strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan mencocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal.
4. Mengembangkan strategi ST (*Strength-Threat*) dengan mencocokkan kekuatan internal dan ancaman eksternal.
5. Mengembangkan strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan mencocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal.

3.6.3 Tahap Keputusan

Tahap keputusan merupakan tahap analisis dalam mengambil keputusan perumusan strategi. Langkah-langkah merumuskan strategi sebagai berikut:

1. Menyusun faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi dalam matriks IFE dan EFE
2. Melakukan pembobotan untuk masing-masing factor internal dan eksternal sesuai bobot pada matriks IFE dan EFE.
3. Strategi alternatif yang diperoleh pada tahap pencocokan akan dihitung dan kemudian diberi peringkat. Peringkat tertinggi mengacu pada nilai terbesar dalam matriks QSPM yang dijadikan prioritas strategis.
4. Penentuan Skor Daya Tarik (AS) dengan nilai: Skor (1): Tidak menarik, (2): Cukup menarik, (3): Menarik dan (4): Sangat menarik. Jika tidak ada pengaruh terhadap strategi alternatif yang dipertimbangkan, maka tidak diberikan skor AS.
5. Nilai *Attractiveness Total Attractiveness Score* (TAS) diperoleh dengan cara mengalikan bobot dengan skor daya tarik.

Tabel 3.4 *Quantitative Strategic Planning Matrix*

Faktor Kunci Strategi	Bobot (a)	Alternatif Strategi			
		Strategi 1		Strategi 2	
		AS (b)	TAS (axb)	AS (c)	TAS (axc)
Kekuatan					
Kelemahan					
Peluang					
Ancaman					
Jumlah total nilai daya tarik					

Sumber : David, 2016 dalam Nuraidah, 2020.

Keterangan : AS = nilai daya tarik

TAS : total nilai daya tarik

Nilai Daya Tarik : 1 = Tidak menarik
 2 = Cukup menarik
 3 = Menarik
 4 = Sangat menarik