

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Pendahuluan

Dalam penyusunan skripsi ini agar masalah dapat dipecahkan dengan baik maka, disusunlah tugas akhir secara terstruktur dan sistematis. Dalam hal tersebut dengan adanya suatu kerangka pemecahan masalah yang menjelaskan langkah – langkah yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah hingga kesimpulan yang dapat diambil. Adapun langkah – langkah yang dijelaskan dalam flowchart gambar 3.1 sebagai berikut:

3.1.1 Identifikasi Masalah

Setelah dilakukannya identifikasi yang ada di ukm masalah yang terjadi adalah kurangnya strategi pemasaran.

3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dihadapi oleh UD. Bagus Abadi Jaya. Dari pengamatan langsung telah diketahui bahwa penjualan produk yang tidak stabil maka perlu dilakukan analisis strategi pemasaran produk keripik, untuk meningkatkan penjualan produk ukm keripik ini. Dikarenakan masih ada keluhan dari segi pemasaran.

3.1.3 Studi Lapangan

Setelah itu kita melakukan studi lapangan untuk melakukan pengamatan. Disini peneliti melakukan pengamatan secara langsung di UD. Bagus Abadi Jaya untuk mengetahui proses pembuatan keripik.

3.1.4 Studi Pustaka

Setelah melakukan pemahaman tersebut maka peneliti melakukan pengumpulan informasi dari penelitian – penelitian yang sudah ada untuk dijadikan bahan referensi dalam penelitiannya. Sehingga dapat kerangka berfikir yang digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan.

3.1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui usaha pemasaran produk keripik saat ini serta memberikan alternatif strategi pemasaran yang dilakukan UD. Bagus Abadi Jaya untuk meningkatkan pemasaran produknya.

3.2 Pengumpulan Data

Pada langkah ini dijelaskan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Adapun data – data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

3.2.1 Menentukan responden

Pada tahap ini, peneliti melibatkan 3 responden yaitu bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi dengan cara menggunakan draft pertanyaan kemudian kita membacakan pertanyaan responden yang menjawab, untuk mengisi draft kuisisioner matriks IFE-EFE dan QSPM responden kita berikan draft kuisisioner mereka mengisi sendiri, akan tetapi sebelum mengisi kita menjelaskan tentang petunjuk pengisian.

3.2.2 Menentukan faktor Internal dan Eksternal

Pengumpulan data ini diperoleh dari hasil kuisisioner yang diberikan kepada ketiga pihak ukm yang bersangkutan dalam menentukan strategi pemasaran yaitu bagian pemasaran, keuangan dan produksi.

- a. Kita melakukan penyebaran kuisisioner menggunakan literatur jurnal yang sesuai dengan kondisi/keadaan ukm saat ini.
- b. Setelah kita melakukan penyebaran kuisisioner, kita dapat melakukan penetapan faktor internal dan eksternal.

3.3.3 Data pesaing yang diperoleh dari survei/pengamatan lapangan

Pada saat kita melakukan pengamatan di UD. Bagus Abadi Jaya kita dapat memperoleh data pesaing ukm melalui wawancara kepada pemilik ukm.

3.3 Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data ini yaitu mempelajari literatur yang berkaitan dengan metode matriks SWOT IFE-EFE dan QSPM.

1. SWOT

- a. Matriks IFE-EFE

Pengolahan data dari SWOT dimasukkan ke matriks IFE-EFE setelah itu akan dilakukan perhitungan dengan memberikan bobot dan menentukan rating.

b. Matriks IE

Setelah dilakukannya perhitungan IFE-EFE, maka dapat dihubungkan ke matriks IE sebagai tahap pencocokan perumusan strategi.

2. QSPM

a. Menghitung nilai AS dan TAS

Dengan cara membuat kuisioner yang memadukan hasil dari matriks SWOT dan faktor internal eksternal yang sudah ada dengan memberi nilai 1-4 (tidak menarik-sangat menarik). Untuk mengisi kolom AS dikalikan dengan bobot untuk memperoleh TAS kemudian nilai TAS yang tertinggi menjadi strategi yang dapat meningkatkan pemasaran produknya.

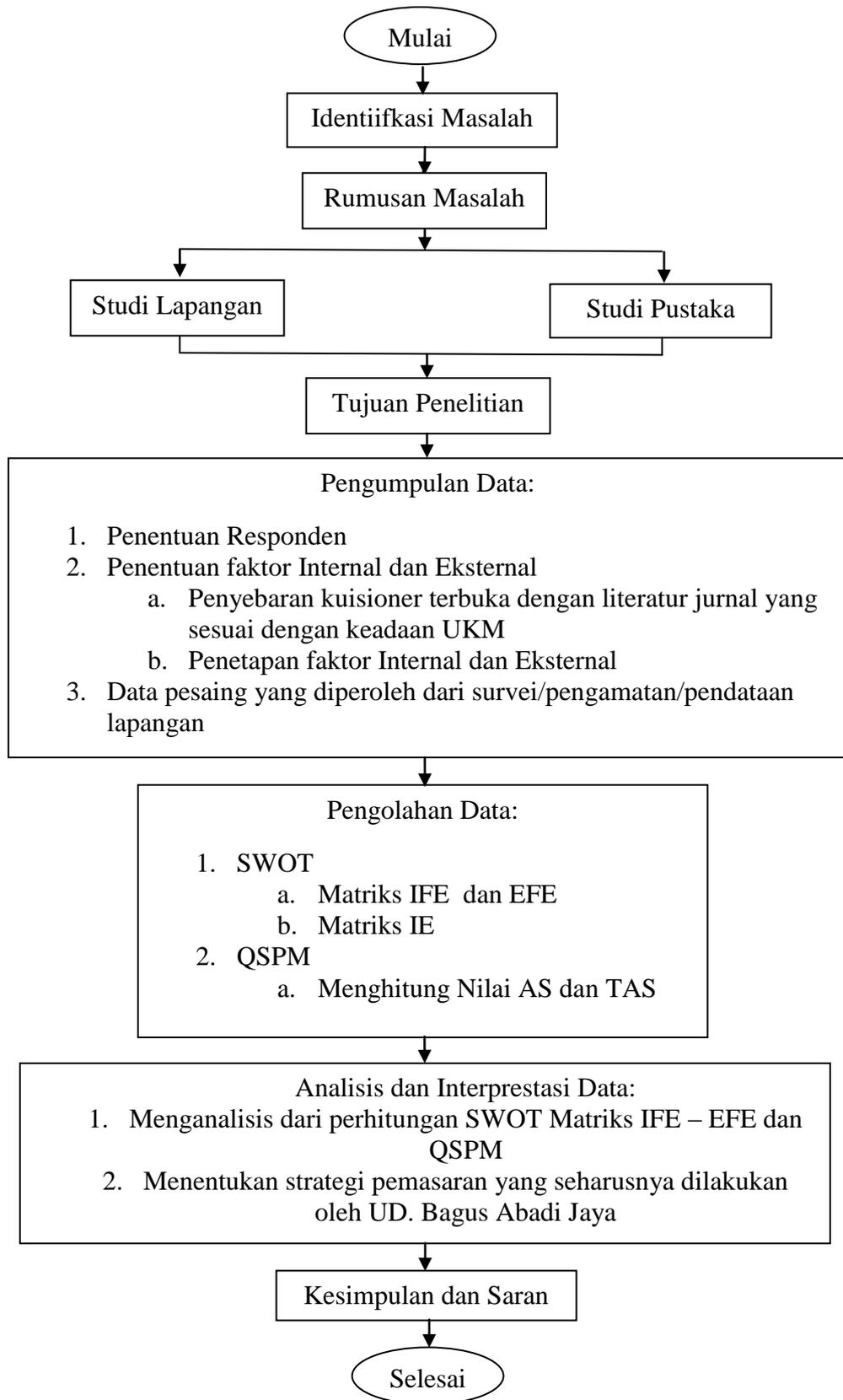
3.4 Analisis dan Interperstasi

Setelah melakukan pengolahan data maka, dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data yaitu

1. Menganalisis dari perhitungan SWOT ke matriks IFE-EFE dan QSPM.
2. Setelah menganalisis perhitungan SWOT matriks IFE-EFE dan QSPM kita dapat menentukan strategi pemasaran mana yang cocok dilakukan oleh UD. Bagus Abadi Jaya.

3.5 Kesimpulan dan Saran

Setelah melakukan analisa maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan pembahasan masalah dan analisis yang sudah dilakukan. Pada bab ini menjelaskan tujuan dari penelitian dan memberikan saran-saran kepada UD. Bagus Abadi Jaya agar dapat melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap proses pemasaran keripik. Langkah – langkah penelitian dan pengolahan data dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Flow Chart Metodologi Penelitian