

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel New Ayuda Puncak yang terletak di Jl. Raya Puncak Gadog No.KM, Cipayung Girang, Kec. Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16770 . Pelaksanaan penelitian berlangsung selama enam bulan yaitu dari bulan Maret sampai bulan Agustus 2022. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

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																								■

3.1. Tabel Rencana Penelitian

sumber : Rencana Penelitian (2022)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat ini di Hotel New Ayuda Puncak. Sedangkan analisis SWOT berguna untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran Hotel New Ayuda Puncak.

3.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Data Sekunder

Data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintahan, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

3.4. Teknik pengumpulan data

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini data yang diperoleh dan dikumpulkan dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail. Terkait pertanyaan yaitu membahas mengenai sejarah Hotel New Ayuda puncak, visi misi perusahaan tersebut bahkan membahas mengenai kendala yang harus diperbaiki oleh perusahaan tersebut. Adapun bentuk wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara terbuka, artinya penulis tidak membatasi jawaban yang harus dikemukakan oleh pihak yang diwawancarai.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

3. Dokumen

Analisis dokumen lebih mengarah pada bukti konkret mengenai tempat yang kita teliti.

3.5 Metode Analisis Data

Mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis SWOT dimana analisis ini untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada Analisis yang digunakan bertujuan untuk:

1. Melalui analisis SWOT ini kita dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang ada di perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada didalam perusahaan tersebut.
2. Dengan analisis SWOT kita bisa membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan menggabungkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matriks SWOT.

Adapun tahapan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Strategi kekuatan-kesempatan (S dan O)

Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi. Misalnya bila kekuatan perusahaan adalah pada keunggulan teknologinya, maka keunggulan ini dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan kualitas yang lebih maju. Yang keberadaannya dan kebutuhannya telah diidentifikasi pada analisis kesempatan.

2. Strategi Kelemahan-Kesempatan (W dan O)

Kesempatan yang dapat diidentifikasi tidak mungkin dimanfaatkan karena kelemahan perusahaan. Misalnya jaringan distribusi ke pasar tersebut tidak dimiliki oleh perusahaan. Salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah kerjasama dengan perusahaan yang mempunyai kemampuan menggarap pasar tersebut. Pilihan strategi lain adalah mengatasi kelemahan agar dapat memanfaatkan kesempatan.

3. Strategi Kekuatan-Ancaman (S atau T)

Dalam analisa ancaman ditemukan kebutuhan untuk mengatasinya. Strategi ini mencoba mencari kekuatan yang dimiliki perusahaan yang dapat mengurangi atau menangkal ancaman tersebut. Misalnya ancaman perang harga.

4. Strategi Kelemahan-Ancaman (W dan T)

Dalam situasi menghadapi ancaman dan sekaligus kelemahan intern, strategi yang umumnya dilakukan adalah “keluar” dari situasi yang terjepit tersebut. Keputusan yang diambil adalah “mencairkan” sumber daya yang terikat pada situasi yang mengancam tersebut, dan mengalihkannya pada usaha lain yang lebih cerah. Siasat lainnya adalah mengadakan kerjasama dengan satu perusahaan yang lebih kuat, dengan harapan ancaman disuatu saat akan hilang. Dengan mengetahui situasi yang akan dihadapi, anak perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang perlu dan bertindak dengan mengambil kebijakan-kebijakan yang terarah dan mantap, dengan kata lain perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat.

EFAS	IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunity</i>)		STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Ancaman (<i>Threats</i>)		STRATEGI ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.