

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Star Farm International pada bulan Maret sampai Agustus 2023, yang beralamat di Jl. Raya Ciherang, No. F3, RT 05/10, Ciherang, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16680. Berikut merupakan jadwal pelaksanaan penelitian yang tersaji pada tabel. 3.1

**Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Februari				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	2	3	4		
1.	Penyusunan Proposal	■	■	■	■																										
2.	Seminar Proposal								■																						
3.	Persiapan Penelitian									■	■																				
4.	Pengumpulan Data											■	■	■	■																
5.	Pengolahan Data															■															
6.	Analisis dan Evaluasi															■	■	■	■												
7.	Penulisan Laporan																			■	■	■	■	■	■						
8.	Seminar Hasil																												■		

Sumber: Rencana Penelitian 2024

### 3.2. Jenis Penelitian

Metodologi dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats). Penelitian Deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, hingga kejadian yang terjadi saat ini di perusahaan Star Farm International. Disisi lain, analisis SWOT digunakan untuk mengetahui alternatif strategi Pemasaran Digital Star Farm International.

### 3.3. Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua jenis data yakni data Primer dan data Sekunder dengan penerapannya sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Penulis memperoleh data primer dengan melakukan observasi langsung di

lapangan dan melakukan wawancara dengan narasumber terkait. Data yang dihasilkan merupakan data yang terkait dengan strategi Pemasaran Digital.

## 2. Data Sekunder

Penulis mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti catatan buku, artikel, dan majalah. Data sekunder ini tidak memerlukan pengolahan ulang karena didapatkan langsung dari pemberi data kepada peneliti.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode deskriptif melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Dimana hasil penelitian ini memberikan dua sumber data, yaitu data Primer dan data Sekunder. Maka penulis menjabarkannya sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu instrument yang digunakan untuk menggali data secara lisan dari sumber-sumber yang mengetahui informasi terhadap strategi Pemasaran Digital di Star Farm International. Wawancara yang dilakukan penulis adalah wawancara terbuka, yang artinya penulis tidak membatasi informasi atau jawaban yang diberikan oleh pihak yang diwawancarai.

#### 2. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan yang terstruktur terhadap fenomena yang terdapat pada objek penelitian.

#### 3. Dokumen

Analisis dokumen mengarah pada bukti konkret mengenai tempat yang diteliti. Metode analisis data mengidentifikasi peluang, ancaman kekuatan dan kelemahan mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT teknis analisis data yang digunakan merupakan analisis SWOT yang mana analisis ini untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada.

Analisis yang digunakan oleh penulis bertujuan untuk:

1. Melalui analisis SWOT kita dapat mengidentifikasikan faktor-faktor yang terdapat pada perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
2. Melalui analisis SWOT kita dapat membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan penggabungan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matriks SWOT. Adapun tahapan-tahapan dari analisis SWOT yaitu:

- a. **Strategi Kekuatan - Kesempatan (SO)**  
Merupakan strategi yang dihasilkan pada kombinasi memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut adalah produknya, maka keunggulan ini dapat dimanfaatkan untuk menganalisis segmentasi pasar yang membutuhkan tingkat produk dan kualitas yang lebih unggul. Yang mana keberadaan dan kebutuhannya telah diidentifikasi pada analisis kesempatan.
- b. **Strategi Kelemahan - Kesempatan (WO)**  
Kesempatan yang dapat diidentifikasi tidak mungkin dimanfaatkan karena kelemahan perusahaan. Misalnya perusahaan tersebut tidak memiliki jaringan distribusi terhadap pasar, maka salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah melalui kerja sama dengan perusahaan yang memiliki kemampuan menggarap pasar tersebut. Pilihan strategi lain adalah dengan mengatasi kelemahan agar dapat memanfaatkan kesempatan.
- c. **Strategi Kekuatan - Ancaman (ST)**  
Strategi ini mencoba mencari kekuatan yang dimiliki perusahaan yang mana dapat mengurangi atau menangkal ancaman tersebut. Semisal ancaman perang harga.
- d. **Strategi Kelemahan - Ancaman (WT)**  
Dalam menghadapi situasi ancaman sekaligus kelemahan, strategi yang umumnya dilakukan adalah keluar dari situasi tersebut. Keputusan yang diambil adalah mencairkan sumber daya yang terkait pada situasi yang mengancam tersebut, lalu mengalihkannya pada usaha lain yang lebih cerah. Usaha lainnya yaitu melakukan kerja sama dengan satu perusahaan yang lebih kuat dengan harapan suatu saat ancaman tersebut akan hilang. Dengan mengetahui situasi yang akan dihadapi, anak perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang perlu dan bertindak mengambil kebijakan-kebijakan yang terarah dengan kata lain perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat.

IFAS EFAS	Kekuatan (Strenght)	Kelemahan (Weekness)
Peluang (Opportunity)	STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (Threats)	STRATEGI ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

### 3.5. Metode Analisis Data Penelitian

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini merupakan analisis SWOT yang mana analisis ini untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang digunakan untuk:

1. Melalui analisis SWOT kita dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang terdapat pada perusahaan yakni kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
2. Melalui analisis SWOT kita dapat membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan penggabungan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matriks SWOT. Adapun tahapan-tahapan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:
  - a. Strategi Kekuatan - Kesempatan (SO)  
Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi. Misalnya suatu perusahaan memiliki keunggulan pada teknologinya, maka keunggulan ini dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmentasi pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan kualitas yang lebih unggul. Yang mana keberadaan dan kebutuhannya telah diidentifikasi pada analisis kesempatan.
  - b. Strategi Kelemahan - Kesempatan (WO)  
Kesempatan yang dapat diidentifikasi tidak mungkin dimanfaatkan karena kelemahan perusahaan. Misalnya perusahaan tersebut tidak memiliki

jaringan distribusi terhadap pasar, maka salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah melalui kerja sama dengan perusahaan yang memiliki kemampuan menggarap pasar tersebut. Pilihan strategi lain adalah dengan mengatasi kelemahan agar dapat memanfaatkan kesempatan.

c. Strategi Kekuatan - Ancaman (ST)

Strategi ini mencoba mencari kekuatan yang dimiliki perusahaan yang mana dapat mengurangi atau menangkal ancaman tersebut. Semisal ancaman perang harga.

d. Strategi Kelemahan - Ancaman (WT)

Dalam menghadapi situasi ancaman sekaligus kelemahan, strategi yang umumnya dilakukan adalah keluar dari situasi tersebut. Keputusan yang diambil adalah mencairkan sumber daya yang terkait pada situasi yang mengancam tersebut, lalu mengalihkannya pada usaha lain yang lebih cerah. Usaha lainnya yaitu melakukan kerja sama dengan satu perusahaan yang lebih kuat dengan harapan suatu saat ancaman tersebut akan hilang. Dengan mengetahui situasi yang akan dihadapi, anak perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang perlu dan bertindak mengambil kebijakan-kebijakan yang terarah dengan kata lain perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat.

IFAS EFAS	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Menggunakan 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