

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu

Penelitian dilakukan di Donat Madu Cihanjuang pada Bulan Februari sampai Agustus 2022 yang terletak Jl. Mayjen Ishak Djuarsa No. 167E Gunung Batu, Kota Bogor Jawa Barat 16118. Pemilihan lokasi ini dikarenakan tempatnya cukup terjangkau untuk melakukan sebuah penelitian maka dari itu peneliti memilih lokasi ini dan sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan

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	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 (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggambarkan dan menguraikan keterangan-keterangan dari data-data yang diperoleh di perusahaan Donat Madu Cihanjuang dengan menggunakan analisis SWOT yang berguna untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran dari Donat Madu Cihanjuang.

3.3 Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder, dengan pemaparan sebagai berikut

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yang sesuai dengan topik penelitian, berupa data-data yang berhubungan dengan strategi pemasaran Donat Madu Cihjuang, data-data yang diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen Donat Madu Cihanjuang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari Donat Madu Cihanjuang berupa informasi tulisan dan bahan dokumentasi seperti data penjualan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti serta buku-buku referensi lainnya yang relevan dengan penelitian ini..

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua sumber data yaitu primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data yaitu melakukan wawancara, observasi dan studi dokumen dimana penulis memaparkan sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam maka dari itu teknik pengumpulan datanya dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada manajemen Donat Madu Cihanjuang berupa tentang strategi pemasaran yang dijalankannya. Adapun wawancaranya dilakukan secara terstruktur, artinya peneliti sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk ditanyakan kepada responden.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Jadi cara mengumpulkan datanya dengan terjun langsung kelapangan melalui pengamatan yang dilakukan pada perusahaan yang diteliti.

c. Dokumen

Dokumen merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden atau tempat. Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dokumen ini sebagai bahan untuk memperjelas penulisan agar lebih dipahami, dengan menggunakan berbagai buku, dokumen dan tulisan yang relevan untuk menyusun konsep penelitian serta mengungkap objek penelitian di Donat Madu Cihanjuang.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis SWOT dimana analisis ini untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada. Adapun tujuan menggunakan analisis SWOT ini untuk:

1. Mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan

Menyusun suatu rencana yang baik, perlu mengetahui segala unsur 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. Mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT

Dengan analisis SWOT kita bisa membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan menggabungkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matriks SWOT.

Menyusun suatu rencana yang baik, perlu mengetahui segala unsur kekuatan yang dimiliki, maupun segala kelemahan yang ada. Data yang terkumpul mengenai faktor-faktor internal tersebut merupakan potensi didalam melaksanakan usaha yang direncanakan. Dan perlu diperhatikan faktor-faktor eksternal yang akan dihadapi yaitu peluang-peluang atau kesempatan yang ada atau yang diperhatikan akan timbul dan mempengaruhi usaha yang dilakukan.

Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah perkembangan hubungan atau interaksi antar unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman. Berikut tabel matriks SWOT :

Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Eksternal		
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<p>Strategi SO</p> <p>Strategi yang diterapkan berdasarkan kekuatan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.</p>
Ancaman (<i>Threats</i>)	<p>Strategi ST</p> <p>Strategi yang diterapkan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Strategi ini diterapkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.</p>

Tabel 3.5 Matriks SWOT