

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Rumah produksi Walya Herbal pada bulan Maret sampai Agustus 2023. Walya Herbal terletak di Jl. Anggrek Raya No 2 Kp. Anyar RT 02 RW 04 Tegal Gundil Bogor Utara, Kota Bogor - Jawa Barat pemilihan lokasi ini dikarenakan lokasi ini tempat beliau tinggal dan pemasaran yang diberikan dapat dijangkau dengan sangat baik. Berikut Jadwal pelaksanaan yang tersaji pada tabel. 3.1.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan

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																								

Sumber : Pelaksanaan Penelitian (2023)

3.2 Jenis Penelitian

Metodologi 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 Walya Herbal Bogor. Sedangkan analisis SWOT berguna untuk mengetahui alternatif Strategi pemasaran Walya Herbal Bogor

3.3 Jenis Data

Data penelitian ini penulis mendapatkan dua jenis data yaitu data primer dan data Sekunder dengan penerapan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer di peroleh melalui pengamatan langsung ke lapangan dan mengadakan wawancara peneliti dengan narasumber, dan Observasi.

Data yang di hasilkan yaitu data-data yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran.

2. Data Sekunder

Data skunder yang di peroleh dari catatan buku, artikel buku-buku sebagai teori majalah dan lain sebagainya. Data yang di peroleh data sekunder ini tidak perlu di Olah lagi. sumber nya langsung yang memberikan data pada pengumpul data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan cara deskriptif yaitu melakukan Wawancara, Observasi, dan studi dokumen. Dimana dengan dilakukan penelitian ini penulis mendapatkan dua sumber data yakni Data primer dan data skunder. Dengan ini penulis memaparkannya sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrument yang di gunakan untuk menggali data Secara lisan dari sumber-sumber yang mengetahui informasi tentang strategi pemasaran Walya Herbal. Adapun bentuk wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara terbuka, artinya penulis tidak membatasi jawaban yang di kemukakan Oleh pihak yang di wawancarai.

2. Observasi

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

3. Dokumen

Analisis dokumen lebih mengarah pada bukti konkret mengenai tempat yang kita Teliti. Metode analisis data mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan dan Kelemahan mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT teknis 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 Di dalam UMKM tersebut
2. Dengan analisis SWOT kita bias membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan menggabungkan faktor-faktor kekuatan,kelemahan,peluang Dan ancaman melalui matrik SWOT adapun tahapan dari analisis SWOT Sebagai berikut:
 - a. Strategi kekuatan-kesempatan (S dan O) Strategi yang di hasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah Diidentifikasi.Misalnnya bila kekuatan UMKM tersebut adalah Prodaknya maka keunggulan inidapat di dimanfaatkan untuk menganalisis Segmen pasar yang membutuhkan tingkat prodak dan kualitas yang lebih maju.yang keberadaannya dan kebutuhannyatelah di identifikasi pada analisis kesempatan.
 - b. Strategi kelemahan-kesempatan(W dan O)
Kesempatan yang dapat di identifikasi tidak mungkin di dimanfaatkan karna kelemahan UMKM misalnnya jaringan distribusi kepasar tersebut tidak di punyai oleh UMKM salah satu strategi yang dapat di tempuh adalah kerja sama dengan perusahaan yang mempunyai kemampuan menggarap pasar tersebut. Pilihan strategi lain adalah Mengatasi kelemahan agar dapat memanfaatkan kesempatan.
 - c. Strategi Kekuatan - Ancaman (S atau T)
Dalam analisis ancaman di temukan kebutuhan untuk mengatasinnya. Strategi ini mencoba mencari kekuatan yang di miliki UMKM yang dapat mengurangi atau menangkal ancaman tersebut misalnnya Ancaman perang harga.
 - d. Strategi Kelemahan-Ancaman (W dan T)
Dalam situasi menghadapi ancaman dan sekaligus kelemahan intern, Strategi yang umumnya di lakukan adalah “keluar” dari situasi yang Terjepit tersebut. keputusan yang di ambil adalah “mencairkan” Sumber daya yang terkait pada situasi yang mengancam tersebut, dan mengalihkannya pada usaha lain yang

lebih cerah. Usaha lainnya Adalah mengadakan kerja sama dengan satu perusahaan yang lebih Kuat dengan harapan di situ suatu saat ancaman di suatu saat akan Hilang. Dengan mengetahui situasi yang akan di hadapi , anak perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang perlu dan bertindak mengambil kebijakan-kebijakan yang terarah dan mantap 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 meminmalkan kelemahan dan menghindari ancaman

3.5 Metode Analisis Data

Mengidentifikasi peluang, Ancaman, Kekuatan dan kelemahan mengetahui analisi SWOT Teknik analisis data yang di gunakan merupakan analisis SWOT Dimana analisis ini untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamanyang ada analisis yang di gunakan bertujuan untuk:

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

Adapun tahapan dari anlisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Strategi kesempatan-kesempatan (S dan O)

Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan kekuatan atas peluang yang diidentifikasi. Misalnya bila kekuatan perusahaan adalah pada keunggulan teknologinya, maka unggulan ini dapat dimanfaatkan untuk mengisi

segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan kualitas lebih maju, yang keberadaannya dan kebutuhannya telah diidentifikasi pada analisis kesempatan.

2. Strategi kelemahan – kesempatan (W dan O)

Kesempatan yang 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 dan 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.

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>Strenght</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