

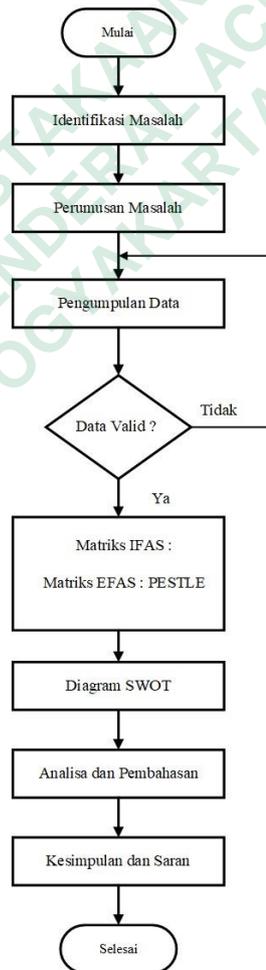
## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Bakpia Pathok 25, observasi langsung dilakukan pada salah satu *outlet* yang berlokasi di Kecamatan Ngampilan, D.I Yogyakarta. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai dasar dalam melakukan penulisan. Penelitian kualitatif yang diambil merupakan strategi pemasaran pada produknya, ditinjau berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan.

### 3.2 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dilakukan dengan beberapa tahap yang dimulai dengan identifikasi masalah sampai dengan menyimpulkan hasil (Gambar 3.1).



**Gambar 3. 1 Alur Penelitian**

### 3.2.1 Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini, peneliti melakukan identifikasi masalah dengan observasi, studi literatur serta melakukan wawancara secara langsung ke Bakpia Pathok 25, untuk memperoleh informasi sementara terkait topik yang relevan dengan penelitian.

### 3.2.2 Perumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah, dirumuskanlah permasalahan yang ada dalam bentuk pertanyaan, kemudian dikaji secara lebih dalam untuk memperoleh penyelesaian.

### 3.2.3 Pengumpulan Data

Pada penelitian ini digunakan 2 data pendukung yaitu data primer juga data sekunder.

#### 1. Data primer

Fenomena, informasi atau data yang didapatkan dari narasumber yang berperan penting sebagai pemberi informasi sebagai penunjang kebutuhan penelitian dan digunakan sebagai kebutuhan peneliti pribadi (Syahza, 2021). Adapun data data primer diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti dengan melalui beberapa cara, yaitu:

- a. Wawancara dilakukan terhadap salah satu anggota humas Bakpia Pathok 25. Peneliti menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan terhadap narasumber secara langsung. Proses wawancara secara mendalam dilakukan untuk memperoleh keterangan serta informasi terhadap strategi yang dilakukan oleh Bakpia pathok 25 dalam pemasaran produknya.
- b. Observasi (*observation*) dilakukan untuk mengetahui gambaran situasi umum yang terjadi ditempat penelitian. Observasi dilakukan di *outlet* Pathok Jaya, peneliti mengamati kegiatan perencanaan dan strategi terhadap pemasaran produk Bakpia pathok 25. Proses kegiatan observasi didukung dengan pengumpulan data secara cermat serta sistematis yang diikuti pengambilan dokumentasi sebagai penunjang kelengkapan penelitian.

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sekumpulan informasi yang diperoleh dengan tidak langsung, berasal melalui sumber lain serta terpercaya guna mendukung proses penelitian. Kegiatan mengumpulkan data sekunder dilakukan dengan studi pustaka melalui jurnal, artikel, karya ilmiah, dokumentasi arsip yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah hasil *review* atau ulasan konsumen terhadap produk Bakpia Pathok 25, data harga dengan spesifikasi produk.

### 3.2.4 Teknik Pengecekan dan Keabsahan Data

Penelitian merupakan suatu proses pengumpulan dan analisis data, dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Data yang dikumpulkan perlu dicek keabsahannya untuk mengenali validitasnya. Pengecekan data digunakan guna memperoleh keyakinan terhadap kebenaran data pada penelitian kualitatif.

Pengujian keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu pendekatan analisa data dengan memuat banyak data melalui berbagai macam sumber sebagai bahan pembanding. Dalam penelitian ini digunakan tiga alat pembanding, yakni:

1. Membandingkan wawancara dengan wawancara lain (kuesioner terhadap pelanggan)
2. Membandingkan hasil wawancara dengan teori studi literatur.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi yang ada.

### 3.2.5 Analisis dan Pembahasan

#### 1. Analisis SWOT

Setelah pengumpulan data baik data primer maupun sekunder selesai dilakukan, maka selanjutnya dilakukan analisis data dengan pendekatan SWOT. Analisis SWOT adalah suatu alat atau pendekatan dalam perencanaan bisnis, digunakan dalam menyusun faktor strategis perusahaan sebagai penunjang keberhasilan tujuan perusahaan. Melalui penggunaan pendekatan SWOT ini akan membantu pihak Bakpia Pathok 25 dalam mendeskripsikan adanya peluang, ancaman eksternal secara jelas yang disesuaikan berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Hasil kajian kemudian di analisis menggunakan pendekatan SWOT dengan analisis deskriptif kualitatif. Data berisi tentang serangkaian informasi akurat, dikumpulkan serta diperoleh dari Bakpia pathok 25 yaitu tempat dilakukannya penelitian. Adapun tahapan dalam analisis SWOT adalah

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Sesudah informasi strategi internal dari objek penelitian selesai dilakukan identifikasi, lalu akan dibentuk sebuah tabel IFAS guna menguraikan faktor – faktor strategi dengan suatu bentuk kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, adapun tahapannya yaitu:

- 1) Menguraikan variabel yang dimiliki Bakpia perusahaan melalui sudut kekuatan dan kelemahan, dibuat pada kolom 1.
- 2) Memberikan nilai pada setiap variabel dalam kolom 2 dengan skala mulai dari 1 (sangat penting) sampai pada 0 (tidak penting) yang dimana jika dijumlahkan hasil semua bobot tidak boleh lebih dari nilai 1.
- 3) Pada kolom 3 kemudian diberikan nilai 1 sampai 4 pada setiap variabel, digunakan sebagai indikator bahwa variabel mempunyai kelemahan yang besar bernilai 1, nilai 2 memiliki kelemahan yang kecil, nilai 3 dengan kekuatan kecil serta nilai 4 dengan kekuatan yang besar. Artinya, nilai akan merujuk pada keadaan perusahaan.
- 4) Jika pemberian rating atau nilai sudah lengkap, maka masing-masing bobot dikalikan dengan nilainya untuk mendapatkan nilai akhir.
- 5) Menjumlahkan semua jumlah nilai pada setiap variabel.

Seberapa banyak variabel yang dimasukkan kedalam matriks IFAS tersebut bergantung pada nilai, jika bernilai 1 maka perolehannya rendah dan jika bernilai 4 perolehan nilainya tinggi dan 2,5 bernilai rata-rata. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berdasarkan internalnya mengalami kelemahan dalam hal strategi, sedangkan jika jumlah rata – rata diatas 2,5 maka disimpulkan bahwa posisi perusahaan secara internal sangat kuat.

b. Matriks EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahapan dalam pembentukan matriks variabel strategi eksternal perusahaan, yaitu:

- 1) Menentukan variabel peluang dan ancaman yang dimiliki oleh pihak perusahaan.
- 2) Pemberian bobot pada setiap variabel dimulai dari 1 (sangat penting) sampai dengan 0 (tidak penting). Variabel yang ada memberikan dampak terhadap variabel strategi perusahaan, dimana jumlah segala bobot diharuskan bernilai 1.
- 3) Menghitung nilai pada masing-masing variabel dengan memberikan nilai mulai angka 1 sampai 4, dimana nilai 4 akan ditandai sebagai tindakan bagus, nilai 3 tindakan di atas rata-rata, nilai 2 tindakan dengan rata-rata dan nilai 1 dengan tindakan yang jelek (tidak baik). Penilaian didasarkan pada efektifitas strategi serta keadaan dari perusahaan.
- 4) Setiap bobot dikalikan dengan nilainya untuk memperoleh nilai akhir.
- 5) Menjumlahkan semua nilai agar perusahaan memperoleh total nilai yang dibutuhkan.

Dari matriks EFAS, nilai total tertinggi adalah 4 dan nilai terendah sebesar 1. Total nilai 4 menunjukkan jika perusahaan mampu membaca peluang yang ada serta mampu menghindari dari adanya ancaman dari luar lingkungan seperti kompetitor. Total dengan nilai 1 menunjukkan bahwa strategi yang dimiliki perusahaan tidak menghindari peluang serta ancaman dari luar lingkungan perusahaan.

#### c. Matriks SWOT

Merupakan suatu metode yang digunakan sebagai pengukur variabel strategi pada perusahaan. Matriks SWOT dapat mendeskripsikan dengan jelas peluang serta ancaman yang berasal dari luar.

#### d. Diagram SWOT

Melalui diagram analisis SWOT, maka akan dibentuk suatu diagram dengan cara pembuatan titik potong pada sumbu x maupun sumbu y, dimana nilai dari sumbu x diperoleh melalui selisih antara total *strength* dan total *weakness*, sedangkan pada nilai sumbu y dihasilkan dari selisih antar total *opportunity* dan total *threats*.

## 2. Analisis PESTLE

Melalui hasil Matriks EFAS yang ada, maka data yang diperoleh akan di analisis kembali dengan pendekatan PESTLE. Penggunaan pendekatan ini berguna sebagai manajemen strategi untuk menganalisis faktor eksternal perusahaan dimasa mendatang. Langkah yang dilakukan pada analisis ini adalah:

- a. Menentukan narasumber atau staff atau karyawan Bakpia Pathok 25 yang akan diajak berdiskusi (*brainstorming*) terkait strategi.
- b. Melakukan studi literatur terhadap jurnal atau buku yang relevan dengan bidang yang sama.
- c. Melakukan analisis dengan evaluasi perolehan data yang didapatkan dari tahap 1 dan tahap 2.
- d. Menarik kesimpulan terhadap ide-ide untuk mendukung 6 faktor yaitu *Political, Economic, Social, Teknologi, Legal, dan Environment*.

Pada analisis PESTLE ini akan dibuat deskripsi dalam bentuk tabel yang berisi tentang analisis usaha berdasarkan 6 faktor eksternal.

### 3.2.6 Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini ditarik kesimpulan berupa jawaban yang didasarkan pada tujuan penelitian, kemudian disusun saran sesuai dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan.