

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Sifat dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*) yaitu dengan terjun dan wawancara langsung kelapangan untuk meneliti data yang berkenan dengan strategi pemasaran pengobatan tradisional pada Pondok Sehat Al-Wahida Banjarmasin.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskriptifkan data-data yang dikumpulkan agar bisa memecahkan masalah penelitian.¹ Penelitian ini berusaha mendeskripsikan dan menuturkan pemecahan yang ada berdasarkan data-data, juga menyajikan data menganalisis dan menginterpretasikanya mengenai strategi pemasaran pengobatan tradisional pada Pondok Sehat Al-Wahida Banjarmasin.

Penelitian ini mengambil lokasi di jalan Manggis No. 2 Rt 20, (samping Gang Sawo) Kuripan Banjarmasin karena tempat tersebut yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Alasan penulis mengambil judul ini karena tertarik pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pondok Sehat Al-

¹Siti Nurhayati, *Metodologi Penelitian Praktis* Edisi 2, (Pekalongan: Fakultas Ekonomi Univ. Pekalongan, 2012), hlm.8.

Wahida Banjarmasin, yang mana telah banyak menarik minat masyarakat untuk mempercayakan kesehatannya.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pengelola Pondok Sehat Al-Wahida serta pihak-pihak yang terkait didalamnya seperti pengurus, tenaga kerja dan bagian pemasaran.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah strategi pemasaran pengobatan tradisional yang dilakukan pada Pondok Sehat Al Wahida.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah fakta empiris yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan peneliti.²

- a. Identitas informan meliputi: nama, umur, pendidikan, jenis kelamin, agama dan alamat.
- b. Data mengenai hasil pengamatan ditempat Pondok Sehat Al-Wahida.

²Tim Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, *Metode Penelitian Kesyariahan*, (Yogyakarta: PT. LKis Printing Cemerlang, 2015). cet. 2, hlm. 75

- c. Data mengenai strategi pemasaran pengobatan tradisional saja yang dilakukan pada Pondok Sehat Al-Wahida.
- d. Data mengenai faktor apa saja yang menjadi kendala dan tantangan dalam strategi pemasaran pengobatan tradisional pada Pondok Sehat Al-Wahida.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa sumber primer yaitu informasi dari hasil wawancara serta dokumenter yang dilakukan dengan pihak pengelola mengenai strategi pemasaran yang dilakukan pada pondok sehat Al-Wahida.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini dengan cara:

1. Wawancara, adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.³
2. Dokumenter, merupakan pengumpulan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Metode ini dilakukan dengan melihat

³ Afifuddin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009). hlm. 131

dokumen-dokumen resmi seperti catatan-catatan, buku-buku yang sudah ada, dan lain-lain.⁴

E. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Editing, yaitu proses yang bertujuan agar data yang dikumpulkan dapat memberikan kejelasan, mudah dibaca, konsisten, dan lengkap. Pemeriksaan dan meneliti kembali data yang telah terkumpul adalah langkah pertama tahap pengolahan data. Langkah tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah terkumpul tersebut baik sehingga segera dapat dipersiapkan untuk tahap analisis berikutnya.⁵
2. Kategorisasi, yaitu penyusunan berdasarkan kategori, penggolongan, pengklasifikasian.⁶ terhadap data yang diperoleh berdasarkan jenis dan permasalahannya sehingga tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

⁴ Ahmad Tanzen, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: TERAS, 2009), Cet. 1, hlm. 66

⁵Infosetyawan. Pengertian Editing. <http://infosetyawan.blogspot.co.id/2012/06/-normal-0-false-false-false-en-us-xnone.ht-ml>. diakses tanggal 12 Januari 2017.

⁶Depertemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), Cet. 3., hlm 396

F. Analisis Data

1. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Faktor eksternal merupakan lingkungan bisnis yang melingkupi operasi perusahaan yang daripadanya muncul peluang dan ancaman. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, yang membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi ini hidup.

Lingkungan industri atau lingkungan kerja terdiri dari elemen-elemen atau kelompok yang secara langsung berpengaruh langsung pada perusahaan dan pada gilirannya akan dipengaruhi oleh perusahaan. Elemen tersebut adalah pemegang saham, pemerintah, pemasok, komunitas lokal, pesaing, pelanggan, kreditur, serikat buruh, kelompok kepentingan khusus, dan asosiasi perdagangan. Lingkungan kerja perusahaan umumnya adalah industri dimana perusahaan dioperasikan.⁷

2. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor internal merupakan lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang ada didalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Lingkungan internal terdiri dari keuangan dan Akuntansi, SDM, Pemasaran, Operasi, dan Penelitian/Pengembangan.⁸

⁷Lucky One, "Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dengan analisis SWOT pada perusahaan". [http://iamluckyone.blogspot.com/2011/10/mengidentifikasi-faktor-internal dan.html#ix-zz4fpoolt6j](http://iamluckyone.blogspot.com/2011/10/mengidentifikasi-faktor-internal-dan.html#ix-zz4fpoolt6j). diakses tanggal 20 April 2017.

⁸Lucky One, *Op.cit.*,

3. Matriks Eksternal-Internal (EI)

Pada tahap ini dilakukan analisis hasil dari total skor akhir matriks eksternal dan internal hingga didapatkan posisi perusahaan untuk penentuan strategi yang digunakan.

4. Analisis SWOT

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.⁹ Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan Eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang

⁹Freeddy Rangkuti, *Personal SWOT Analysis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016) Cet. Ke-2, h 18

(*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*).

Kata SWOT merupakan pendekatan dari *Strengths, Weakness, Opportunity, and Threats*, yang dapat diterjemahkan menjadi : Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Terjemahan tersebut sering disingkat menjadi “KEKEPAN”. Dalam metode atau pendekatan ini kita harus memikirkan tentang kekuatan apa saja yang kita miliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri atau perusahaan kita kemudian kita juga harus melihat kesempatan atau *opportunity* yang terbuka bagi kita dan akhirnya kita harus mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan yang menghadang di depan kita.¹⁰

Sebelum melakukan pola pikir pendekatan analisa SWOT ini di bagi menjadi 3 aspek. Adapun ketiga aspek dalam analisa SWOT ini adalah terdiri dari :

a. Aspek Global

Dalam aspek global ini kita harus mengetahui SWOT atau KEKEPAN kita yang berkaitan dengan aspek global, aspek yan bersifat garis besar, yang kadang-kadang bersifat internasional serta tidak jarang bernuansa religius. Aspek global ini sangat berkaitan dengan “*Misi*” dan “*Visi*” yang harus dikembangkan oleh perusahaan kita.

b. Aspek Strategis

¹⁰Repository. Analisis Swot. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42067/4/-Chapter%20II.pdf>. diakses tanggal 31 desember 2016.

Aspek strategi ini merupakan penjabaran yang lebih rinci kedalam rencana kerja yang lebih bersifat jangka menengah (biasanya 5 tahunan) guna merealisasikan apa yang sudah dirumuskan oleh rencana global di atas. Dalam tahap strategis ini kita harus mampu untuk memikirkan berbagai alternatif strategi yang mungkin dapat kita lakukan untuk merealisasikan rancangan global, dengan tetap memperhatikan SWOT yang ada pada organisasi.

c. Aspek Operasional

Aspek operasional merupakan aspek yang bersifat jangka pendek atau tahunan, atau bahkan kurang dari setahun. Rencana operasional ini akan menjabarkan secara operasional serta rinci terhadap rencana strategis. Operasionalisasi terhadap strategi yang dipilih dan ditetapkan harus ditindak lanjuti dalam bentuk keterampilan atau keahlian yang harus dikuasai, bentuk-bentuk latihan yang harus dilaksanakan, alat-alat macam apa yang harus disiapkan, begitu pula siapa personalis yang harus melakukannya dan sebagainya.¹¹

5. Matriks QSPM

Analisis yang telah digunakan untuk menghasilkan berbagai alternative strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan. Alternatif strategi tersebut kemudian diberikan peringkat prioritas untuk diimplementasikan dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitatif Strategies Planning Matrix*).

¹¹*Ibid.*

G. Tahapan Penelitian

Adapun beberapa tahapan penelitian yang ditempuh penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga menjadi sebuah karya ilmiah yang siap disidangkan yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini penulis mempelajari dengan seksama permasalahan yang akan diteliti misalnya, melakukan observasi ke lokasi yang akan diteliti dan membuat desain proposal. kemudian hasilnya dituangkan dalam sebuah proposal penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Pengobatan Ttradisional pada Pondok Sehat Al-Wahida Jl. Manggis No. 2 Rt. 20, (samping Gang Sawo) Kuripan Banjarmasin. Untuk kesempurnaannya maka dikonsultasikan kepada dosen penasehat dan meminta persetujuan untuk dimasukkan ke Biro Skripsi Fakultas Syariah.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini penulis terlebih dahulu memohon surat izin riset untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dengan wawancara secara lisan dengan pihak pengelola Pondok Sehat Al-Wahida.

3. Tahapan konsultasi

Penulis mengkonsultasikan dengan dosen pembimbing dalam rangka perbaikan dan penyempurnaan terhadap masalah yang dianalisis.

4. Tahapan Penyusunan

Setelah dikonsultasikan dan disetujui maka penulis menyusun hasil penelitian tersebut ke dalam bentuk karya tulis ilmiah yang disiapkan untuk dimunaqasyahkan dihadapan Tim Penguji Fakultas Syarian dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.