BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *(Field research)*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan meneliti langsung ke lapangan untuk menggali dan memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Di mana dalam penelitian ini penelitian terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan strategi promosi penjualan pulsa pada Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk.

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian yang bersifat campuran (*mixed methods research design*) kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan proses kegiatan usaha dan penentuan alternatif strategi perusahaan, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, serta penentuan prioritas strategi perusahaan.

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Toko Yully Ponsel Jalan Martapura Lama KM 13 RT. 03 Kecamatan Sungai Tabuk. Alasan peneliti mengambil lokasi di sini untuk penelitian karena penulis merasa tertarik dengan Toko Yully Ponsel karena dalam memasarkan sebuah produk mereka menggunakan strategi yang berbeda dari ponsel-

ponsel lain, adapun strategi yang digunakan oleh Yully Ponsel dalam menarik minat konsumennya yaitu strategi promosi berbentuk sebuah kupon hadiah.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data ialah pokok permasalahan yang diteliti atau yang digali dari penelitian yang dilakukan.[1] Data tersebut adalah:

a. Gambaran umum mengenai strategi promosi Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk yang telah dilakukan.
b. Faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi informan dari pihak-pihak yang dianggap penulis dapat memberikan keterangan dan tambahan informasi dalam penelitian ini seperti pemilik usaha atau karyawan di tempat tersebut.

---

[1]Bahruddin Ash-Shafa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 1993), Cet.2. hlm. 62.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pegumpulan data yang peneliti lakukan antara lain :

a. Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpulan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dan dijawab dengan lisan pula, dengan ciri kontak langsung antara peneliti dengan subjek yang diteliti.[2] Yaitu dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada piemilik dan karyawan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk.

b. Kuesioner

Pengumpulan data internal dan eksternal untuk IFE, EFE, IE , SWOT dan QSPM dilakukan dengan memberikan kuisioner kepada pihak-pihak yang berperan dalam pengambilan keputusan strategi promosi. Dalam penelitian ini, kuisioner diberikan kepada satu orang yaitu pemilik usaha. Pemilihan responden dilakukan secara sengaja dengan mempertimbangkan faktor pemahaman mengenai strategi promosi Yully Ponsel di kecamatan sungai tabuk.

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data secara:

---

[2] Amirul Hadi dan Haryono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung : Pustaka setia, 2005), hlm. 135.

a. Editing yaitu penulis meneliti dan memeriksa kembali kelengkapan, kejelasan dan kesempurnaan data yang diperoleh dari lapangan, sehingga didapatkan data yang valid.
b. Klasifikasi, yaitu semua data yang terkumpul dikelompokkan sesuai dengan jenis dan kronologis permasalahan yang diteliti.
c. Diskripsi, yaitu menyajikan data dengan secara jelas dalam bentuk uraian dalam bentuk hasil penelitian.

Untuk data kuantitatif yang penulis gunakan adalah:

a. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE), digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan.
b. Matriks Internal-Eksternal (IE), digunakan untuk memetakan posisi perusahaan pada saat ini. Lebih lanjut berdasarkan posisi tersebut, perusahaan dapat menentukan inti strategi yang tepat untuk diterapkan.
c. Matriks *Strengths-Weakness-Opportunity-Threaths* (SWOT), digunakan untuk menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.
d. Matriks QSPM *(Quantitative Strategic Planning Matrix*), digunakan untuk menentukan prioritas dari strategi alternatif terbaik.

2. Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil *interview* untuk meningkatkan pemahaman tentang objek penelitian dan

menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Penelitian ini menggunakan model Matriks SWOT *(Strengths-Weakness-Opportunity-Threths).* Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.[3]

a. Pengolahan data menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE)

   Data internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Secara ringkas data ini disajikan dalam matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE). Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

b. Pengolahan data menggunakan matriks Internal-Eksternal (IE)

   Nilai yang diperoleh pada matriks IFE dan matriks EFE kemudian dimasukkan ke dalam matriks Internal-Eksternal (*Internal-External Matrix*) untuk memetakan posisi perusahaan pada saat ini. Lebih lanjut berdasarkan posisi tersebut, perusahaan dapat menentukan inti strategi yang tepat untuk diterapkan.

---

[3] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm. 24

c. Pengolahan data menggunakan matriks Strengths-Weakness-Opportunity-Threaths (SWOT)

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis peusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman ekternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.[4]

[4] Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 91