

## **BAB III. METODE PENELITIAN**

### **A. Tempat dan waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu yang merupakan salah satu Kabupaten di provinsi Sumatera Selatan. Penentuan lokasi dilakukan secara *observasi* pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan bulan Desember 2021 hingga Maret 2022.

### **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yaitu yang bertujuan untuk menambah pengetahuan strategi pemasaran yang tepat guna mengembangkan usaha kedai kopi. Metode yang digunakan adalah deskriptif.

### **C. Metode Penarikan Contoh**

Metode penarikan contoh adalah metode sampel purposive sampling dimana jumlah sampel diambil dari 5 responden yaitu pemilik dan karyawan di kedai semenanjung Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu dan 5 insiden kedai kopi semenanjung.

Untuk mendapatkan data yaitu menggunakan informasi dari peneliti kedai kopi dan karyawan yang bekerja di kedai kopi semenanjung Kecamatan Baturaja Timur.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer di peroleh melalui wawancara dan observasi langsung dengan responden.. Teknik wawancara ialah menggunakan daftar pertanyaan kuisisioner Data sekunder diperoleh dari Dinas Koperasi Kabupaten Ogan Komering Ulu.

#### **E. Metode Pengolahan dan Analisis Data**

Pengumpulan data merupakan salah satu langkah yang bertujuan untuk memperoleh data. Cara mengelolah data dengan cara observasi yaitu dengan melakukan penelitian ke lokasi peneltian secara langsung kejadian yang terjadi di lokasi penelitian, Wawancara dengan melakukan Tanya jawab secara lisan dengan responden. Data dalam kajian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dan sekunder.

Untuk menjawab masalah yang pertama digunakan pengolahan data dengan Analisis Kualitatif dan Analisis Deskriptif bentuk-bentuk pemasaran dari sisi bauran pemasaran 7P dan bentuk kuantitatif pada kedai kopi semenanjung di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Analisis Kualitatif menurut Meleong (2007) mengemukakan bahwa analisis kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.

Analisis Deskriptif, Mendeskriptifkan kegiatan operasional usaha yang ada terutama tentang proses penjualan dan pengaturan persediaan yang biasa terjadi dilakukan di koperasi tersebut, menganalisis dan merancang sistem yang cocok untuk di terapkan dan memberikan rekomendasi tentang sistem informasi.

Untuk menjawab masalah yang kedua menggunakan metode Analisis SWOT, identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan atau suatu usaha. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*), dan ancaman (*threats*), kinerja suatu usaha dapat ditentukan melalui kombinasi antara faktor internal dan eksternal.

### Menentukan Diagram Matrik

#### Total Skor Tertinggi Internal

	4,0	3,0	2,0	1,0
3,0	<b>I</b> <b>PERTUMBUHAN</b> <i>(Growth)</i>	<b>II</b> <b>PERTUMBUHAN</b> <i>(Growth)</i>	<b>III</b> <b>PERTUMBUHAN</b> <i>(Growth)</i>	
2,0	<b>IV</b> <b>HATI-HATI</b> <i>(Stability)</i>	<b>V</b> <b>PERTUMBUHAN</b> <i>(Growth)</i>	<b>VI</b> <b>PENCIUTAN</b> <i>(Retrenchment)</i>	
1,0	<b>VII</b> <b>PERTUMBUHAN</b> <i>(Growth)</i>	<b>VIII</b> <b>PERTUMBUHAN</b> <i>(Growth)</i>	<b>IX</b> <b>LIKUIDASI</b> <i>(Retrenchment)</i>	
	<b>Eksternal</b>			

Gambar 2 : Diagram Internal – Eksternal Matriks

*Growth strategy* merupakan pertumbuhan usaha industry itu sendiri (sel 1,2 dan 5a) atau upaya diverifikasikan (sel 7 dan 8). *Growth strategy* atau pertumbuhan mengacu pada metode yang diadopsi oleh perusahaan untuk menangkap pangsa pasar yang lebih besar. Strategi ini menopang bisnis dalam jangka panjang dan formulasinya melampaui kondisi pasar saat ini.

*Stability strategy* merupakan strategi yang ditetapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan (sel 4 dan 5b). Pada dasarnya prinsip strategi ini menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar, dan fungsi-fungsi perusahaan lain karena perusahaan berusaha untuk meningkatkan efisiensi di segala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan.

*Retrenchment strategy* merupakan usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan usaha industry (sel 3,6 dan 9). *Retrenchment* terjadi ketika suatu organisasi menyusun kembali melalui pengurangan biaya dan asset untuk membalikan penurunan penjualan dan laba. Kadang-kadang disebut strategi *turnaround* atau reorganisasi, penghematan dirancang untuk memperkuat kompetensi dasar-dasar organisasi.

## 2.Membuat Tabel Matrikx SWOT

Gambar 2 . Matrix SWOT

<b>IFAS</b>	<b>Kekuatan (<i>strength</i>)</b>	<b>lemahan (<i>weaknesses</i>)</b>
<b>AS</b>	<b>Faktor-faktor kekuatan</b>	<b>ktor-faktor kelemahan</b>
<b>uang (<i>opportunity</i>)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Stratgi W-O</b>
<b>ktor-faktor peluang</b>	Ciptakan strategi yang Menggunakan kekuatan Dan memanfaatkan Peluang	Ciptakan strategi Meminimalkan kelemahan untuk Memanfaatkan peluang
<b>ancaman (<i>traerth</i>)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
<b>ktor-faktor ancaman</b>	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untukmengatasi ancaman	Ciptakan strategi Meminimalkan Kelemahan dan Menghindari