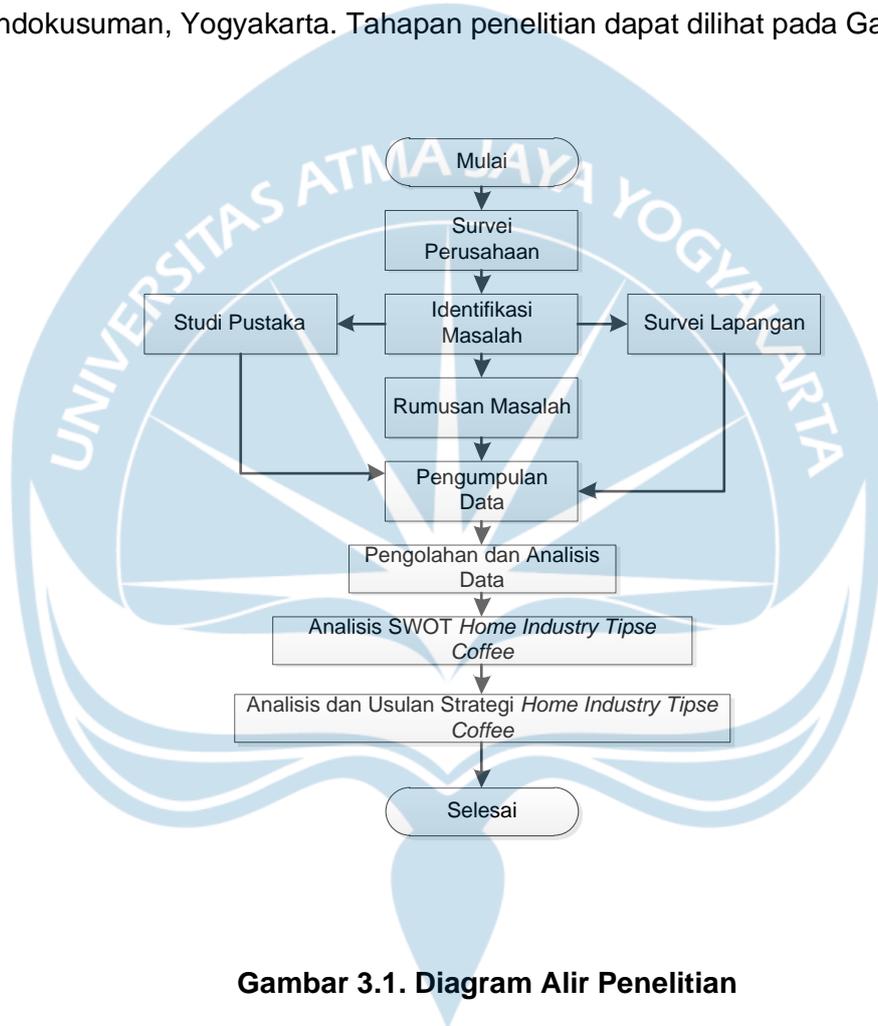


BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Diagram Alir Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang proses penelitian *Home Industry Tipse Coffee* yang bertempat di Jalan Pengok Kidul, Gang Rambutan GK IV/35, Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta. Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian

3.2. Metodologi Penelitian

Metodologi yang akan digunakan penulis pada penelitian adalah penelitian deskriptif dan kualitatif. Penelitian tersebut bertujuan untuk menggambarkan situasi dan karakteristik suatu objek penelitian yang kemudian dilakukan analisis secara kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh hasil berupa strategi yang paling sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

3.2.1. Survei Perusahaan

Kegiatan survei perusahaan merupakan kegiatan pendahuluan yang dilakukan penulis untuk memahami topik permasalahan yang terdapat di *Home Industry Tipse Coffe*.

3.2.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan survei perusahaan akan diperoleh permasalahan yang berkaitan dengan penentuan strategi pemasaran produk kopi kemasan botol. Tahap selanjutnya dilakukan perumusan masalah untuk memberikan solusi dan penyelesaian secara sistematis.

3.2.3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan referensi atau literatur yang mendukung pemecahan masalah yang ada. Referensi yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain buku dan karya ilmiah yang mendukung seperti jurnal dan skripsi yang terkait dengan penelitian.

3.2.3. Survei Lapangan

Kegiatan survei lapangan merupakan langkah awal untuk melihat kondisi sesungguhnya yang terjadi di lapangan. Survei lapangan tersebut dilakukan di *home industry Tipse Coffee* yang beralamat di Jalan Pengok Kidul, Gang Rambutan GK IV/35, Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta.

3.2.4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam kegiatan penelitian ini adalah pengumpulan data internal dengan cara membagikan kuesioner dengan menggunakan metode wawancara *stakeholder* dan pembagian kuesioner melalui *google form* kepada konsumen. Kriteria responden kuesioner yang dibagikan *google form* yang ditentukan adalah konsumen *Tipse Coffee* dengan jumlah konsumen sebanyak 100 orang. Pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Kuesioner yang berisikan beberapa pertanyaan akan diberikan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner tersebut diberikan kepada konsumen yang sudah mengonsumsi produk *Tipse Coffee*. Kuesioner tersebut akan diberikan juga kepada *stakeholder* yang berkaitan dengan *Tipse Coffee*.
- b. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan kepada pemilik *home industry Tipse Coffee*.

3.2.5. Pengolahan dan Analisis Data

Pada tahap ini dilakukan dengan mengolah data internal dan eksternal *home industry Tipse Coffee* menggunakan data hasil kuesioner konsumen, kuesioner *stakeholder*, dan hasil wawancara kepada *stakeholder*. Berikut sistematis pengolahan dan analisis data:

- a. Mengolah data hasil kuesioner yang sudah didapatkan dari konsumen dan *stakeholder* diklasifikasikan kedalam matrik SWOT dengan menggunakan metode *Strategy Factor Analysis Summary* (SFAS) yang dihitung berdasarkan pembobotan *External Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS) dan *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS). Kemudian tahap selanjutnya yaitu menyusun hasil dari metode SFAS yang telah teridentifikasi.
- b. Perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis menyeluruh terhadap pengaruh yang disebabkan faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan berubah dengan cepat setiap saat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut.