



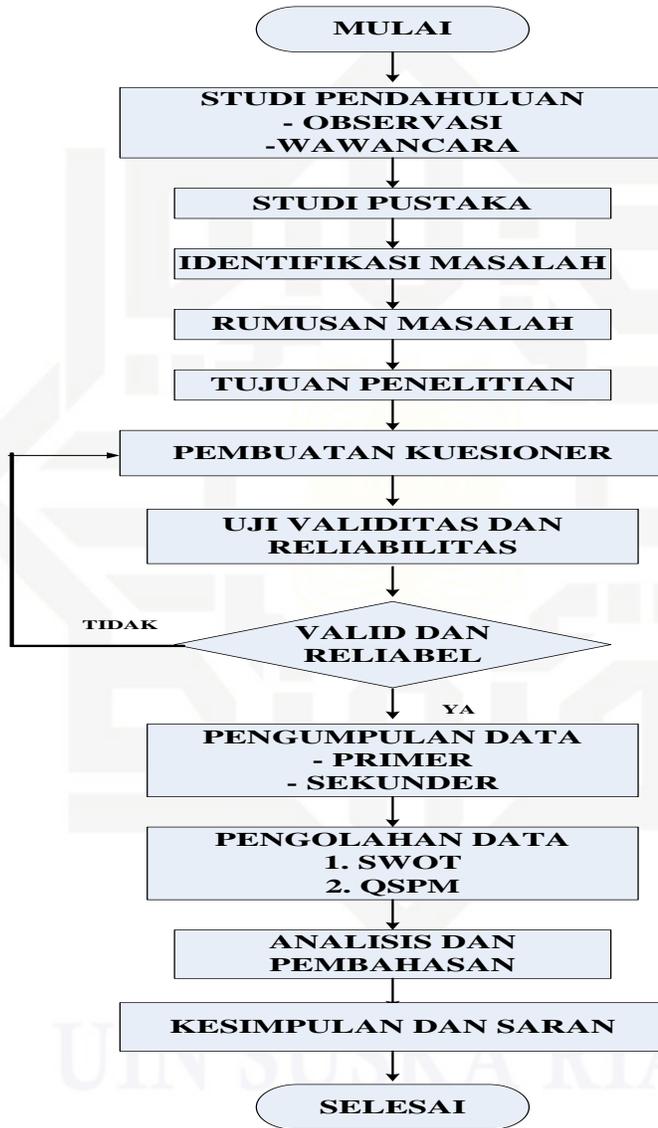
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan sistematis, maka perlu dibuat tahapan - tahapan dari penelitian itu sendiri. Adapun tahapan dalam penelitian ini dapat dilihat dari gambar berikut ini.



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Studi pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahap awal dari penelitian ini, untuk mendapatkan dan menemukan permasalahan yang akan diteliti ternyata sangatlah perlu untuk melakukan studi pendahuluan. Pada tahap studi pendahuluan peneliti melakukan pengamatan langsung pada *Home Industry* Sinar Hidayah khususnya pada produk keripik nenas dan keripik nangka. Studi pendahuluan dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum yang nyata di *Home Industry* Sinar Hidayah khususnya pada produk keripik nenas dan keripik nangka. Sementara itu wawancara dilakukan kepada pemilik perusahaan, karyawan, dan kepada konsumen yang membeli produk ini. Setelah mengetahui latar belakang dari perusahaan tersebut maka akan dapat ditentukan masalah yang dihadapi perusahaan. Hasil data yang diperoleh akan dibahas lebih lanjut pada bagian pengumpulan data.

3.3 Studi Pustaka

Studi pustaka bertujuan untuk memahami konsep dasar ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari atau menelaah dan menganalisa teori - teori dan konsep - konsep yang saling berhubungan. Sumber - sumber diperoleh dari buku - buku, penulis juga mengacu pada karya ilmiah yang mendukung teori seperti jurnal yang berhubungan dengan permasalahan yang ditemukan di *Home Industry* Sinar Hidayah.

3.4 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah perlu diketahui guna mengidentifikasi masalah - masalah yang ada dalam penelitian. Identifikasi masalah bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan permasalahan yang ada di perusahaan, sehingga dari hasil identifikasi masalah maka akan didapat apa yang menjadi dasar permasalahan yang ada di *Home Industry* Sinar Hidayah.



3.5 Rumusan masalah

Penentuan rumusan masalah menjadi sangat penting karena berguna untuk merumuskan masalah dalam penelitian dan juga sebagai pedoman bagi langkah - langkah penelitian selanjutnya agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, sehingga penelitian lebih terfokus dan langkah - langkah penelitian yang akan dilakukan menjadi lebih jelas dan mudah dilaksanakan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan SWOT dan matriks QSPM.

3.6 Tujuan Penelitian

Penetapan tujuan menunjukkan pernyataan yang berisi tentang tujuan yang ingin dicapai melalui proses penelitian, tujuan dari sebuah penelitian adalah mencari solusi atau perbaikan dari masalah yang ada sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan untuk masa yang akan datang. Selain itu tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis faktor - faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran pada pemasaran keripik nenas dan keripik nangka *Home Industry* Sinar Hidayah dan merancang strategi pemasaran keripik nenas dan keripik nangka dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT dan matriks QSPM.

3.7 Populasi dan Sampel

3.7.1 Pengertian Populasi dan Sampel

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Objek atau nilai yang akan diteliti dalam populasi disebut unit analisis atau elemen populasi. Unit analisis dapat berupa orang, perusahaan, media, dan sebagainya (Hasan 2012, dikutip oleh Azirwan, 2014).

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara - cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa



mewakili populasi. Objek atau nilai yang diteliti dalam sampel disebut unit sampel. Unit sampel sama dengan unit analisis, tetapi mungkin juga tidak (Hasan, 2012 dikutip oleh Azirwan, 2014).

Adapun populasi pada penelitian di *Home Industry* Keripik nenas dan keripik nangka Sinar Hidayah ini tidak diketahui atau tak tentu, maka ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini mengikuti pedoman penentuan besarnya ukuran sampel untuk populasi besar atau tak terbatas sebagai berikut: (Solimun, 2002 dikutip oleh Purwanti, 2015).

1. Bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (*maximum like lihood estimation*) besar sampel yang disarankan adalah 100 hingga 200, dengan minimum sampel adalah 50.
2. Sebanyak 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang ada didalam model.
3. Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel.

Indikator dari keseluruhan variabel pada penelitian ini melibatkan sebanyak 13 indikator, sehingga merujuk pada aturan ketiga diperlukan ukuran sampel minimal 5 x 13 atau sebesar 65.

3.8 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengkaji kesahihan alat ukur atau soal dalam menilai apa yang seharusnya diukur atau mengkaji ketepatan soal tes sebagai alat ukur (Sudjana 2004, dikutip oleh Putri, 2014). Validasi kuesioner oleh responden konsumen dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, dituliskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r: Nilai Korelasi

X: Nilai Skor Pertanyaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y : Total Nilai Skor pada seluruh pertanyaan

N : Jumlah Sampel

Apabila koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 maka kriteria pengujian dikatakan valid (Gumilar 2007, dikutip oleh Putri, 2014). Pengukuran validitas terhadap variabel dilakukan dengan bantuan program SPSS v 16.0. validasi kuesioner oleh responden perusahaan dilakukan dengan menggunakan metode *face and content validity* untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan dapat mewakili dengan baik objek yang diteliti berdasarkan komponen dari setiap variabel yang diukur (Brink, 2006 dikutip oleh Putri, 2014).

3.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah disebar akan mendapatkan hasil yang sama apabila dilakukan secara berulang- ulang. Pengukuran reliabilitas terhadap variabel dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ maka reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik (Santoso, 2005 dikutip oleh Putri, 2014). Pengukuran reliabilitas terhadap variabel menggunakan bantuan SPSS v 17.0. rumus *Cronbach Alpha* dituliskan sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

r : Nilai Reliabilitas

k : Banyak Butir Pertanyaan

$\sigma^2 b$: Variansi Butir

$\sigma^2 t$: Variansi Total



3.10 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu prosedur yang dilakukan peneliti dalam menentukan sumber data yang telah direncanakan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti diperusahaan, dimana peneliti sangat perlu mempertimbangkan beberapa hal seperti tenaga, waktu, dana dan faktor - faktor pendukung maupun penghambat. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan data primer dan data sekunder.

3.10.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari pengamatan dan penelitian secara langsung yang dilakukan peneliti dilapangan. Pada pengumpulan data ini peneliti meminta keterangan - keterangan kepada pemilik perusahaan dan juga peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry* Sinar Hidayah. Adapun indikator - indikator pertanyaan kuesioner pada penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Kuesioner Penelitian Faktor *Internal* Perusahaan

NO	KEKUATAN	RATING			
		1	2	3	4
1	Produk berkualitas dan rasanya enak				
2	Harga dipasar bersaing				
3	Produk tanpa bahan pengawet makanan				
4	Lokasi perusahaan strategis				
5	Modal sendiri				
6	Bahan baku mudah didapatkan				
	KELEMAHAN				
7	Tidak memiliki sistem manajemen pemasaran				
8	Sedikitnya variasi cita rasa produk				



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1 Kuesioner Penelitian Faktor *Internal* Perusahaan Lanjutan

NO	KELEMAHAN	RATING			
		1	2	3	4
9	Minimnya kegiatan produksi				
10	Wilayah distribusi masih terbatas				
11	Minimnya modal yang dimiliki				
12	Tidak menggunakan laporan keuangan secara rapi				
13	Kapasitas produksi masih terbatas				
14	Tidak adanya riset dan pengembangan produk				
15	Tidak menggunakan website				
16	Tidak menggunakan komunikasi telepon				

Nilai 1 : kelemahan utama

Nilai 2 : kelemahan kecil

Nilai 3 : kekuatan kecil

Nilai 4 : kekuatan utama

Tabel 3.2 Kuesioner Penelitian Faktor *eksternal* Perusahaan

NO	PELUANG	RATING			
		1	2	3	4
1	Bertambahnya populasi penduduk				
2	Perkembangan dunia internet				
3	Ketersediaan bahan baku yang melimpah				
4	Banyak agen distributor				
5	Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan				
6	Pangsa pasar masih luas				



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.2 Kuesioner Penelitian Faktor *eksternal* Perusahaan Lanjutan

NO	ANCAMAN	RATING			
		1	2	3	4
7	Kenaikan harga bahan bakar minyak				
8	Dibukanya pasar bebas				
9	Fluktuasi nilai tukar rupiah				
10	Pola hidup masyarakat yang sudah modern				
11	Banyaknya produsen ritel makanan modern				
12	Banyaknya produsen ritel makanan tradisional				
13	Kapasitas produksi masih terbatas				
14	Tidak adanya riset dan pengembangan produk				
15	Banyaknya produk substitusi/ pengganti				

Nilai 4: jika respon perusahaan sangat bagus terhadap faktor tersebut.

Nilai 3: jika respon perusahaan diatas rata - rata terhadap faktor tersebut.

Nilai 2: jika respon perusahaan rata - rata terhadap faktor tersebut.

Nilai 1: jika respon perusahaan dibawah rata - rata terhadap faktor tersebut.

3.10.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diamati oleh peneliti. Data sekunder merupakan data yang diperoleh langsung dari *Home Industry* Sinar Hidayah, seperti profil perusahaan, struktur organisasi dan lainnya. Data ini biasanya dimiliki oleh perusahaan sebagai dokumentasi serta rekaman atas jalannya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan selama ini. Data penjualan keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry Sinar Hidayah* dapat dilihat pada Tabel 1.1.

3.11 Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan dua metode pengolahan data yang saling berkaitan. Matriks SWOT digunakan untuk menentukan alternatif strategi pengembangan *Home Industry Sinar Hidayah* dan metode QSPM digunakan untuk menentukan prioritas strategi *Home Industry Sinar Hidayah*.

3.12 Analisa

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, maka selanjutnya kita dapat menganalisa lebih mendalam dari hasil pengolahan data. Analisa tersebut akan mengarahkan pada tujuan penelitian dan akan menjawab pertanyaan pada perumusan masalah.

3.13 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap akhir ini akan dibuat kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan tujuan yang ingin dicapai yang menjelaskan secara ringkas hasil dari penelitian, dan memberikan saran atas dasar analisis yang dilakukan kepada perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry Sinar Hidayah*.