

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu salah satu jenis penelitian yang menggunakan data atau informasi kualitatif, dalam mengungkap fenomena sosial yang ada. Sehingga diperoleh suatu gambaran mengenai masalah atau keadaan yang teliti sebagaimana adanya.

Penelitian dilakukan di perusahaan bordir Primadona Kudus yang berlokasi di Jl. Sunan Kudus 155 B Kudus dan beberapa perusahaan bordir lain yaitu: perusahaan bordir Nova; perusahaan bordir Sri Rejeki dan perusahaan bordir Floria sebagai pembanding.

B. Teknik Pengambilan Data

Data kualitatif yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi data primer maupun sekunder, pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. mengadakan interview atau komunikasi dalam bentuk wawancara baik dengan pemilik perusahaan maupun para karyawan;
2. observasi yaitu dengan pengamatan langsung terhadap kegiatan kerja di perusahaan maupun para karyawan.

Studi kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang berhubungan dengan obyek penelitian dengan cara membaca buku literatur, majalah, brosur-brosur khususnya mengenai masalah yang

berkaitan dengan strategi bersaing, sehingga akan di adapat kesimpulan yang bersifat ilmiah.

C. Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi pemasaran dan menentukan strategi pemasaran ke depan. Variabel-variabel dari bauran pemasaran, yang meliputi :

1. variabel internal, yaitu :
 - a. produk, yang menyangkut kualitas, jenis dan merek dari produk tersebut;
 - b. harga yaitu harga jual dari masing-masing produk yang dihasilkan;
 - c. promosi, yaitu usaha-usaha yang dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan penjualan;
 - d. distribusi yaitu jaringan yang dilalui produk sampai pada konsumen.
2. variabel eksternal, yaitu :
 - a. pesaing yaitu perusahaan sejenis;
 - b. pemasok yaitu sumber bahan baku;
 - c. pangsa pasar yaitu pasar yang dikuasai;
 - d. perantara pemerintah;
 - e. produk substitusi/produk pengganti;
 - f. pendatang baru.

D. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dalam bentuk analisis lingkungan perusahaan atau SWOT untuk dapat mengetahui posisi strategi dari perusahaan. Proses analisis dilakukan sebagai berikut :

1. identitas variabel-variabel yang berpengaruh terhadap pemasaran perusahaan bordir Primadona Kudus;
2. memisahkan variabel-variabel internal dan eksternal;
3. menghitung hasil penilaian tiap-tiap variabel dari pihak-pihak yang mengetahui pemasaran bordir;
4. menentukan posisi strategis dengan SAP dan ETOP;
5. pembahasan strategi yang dipilih.

E. Implikasi Strategis

Dari hasil analisis akan dapat diambil keputusan strategis untuk menentukan langkah-langkah prioritas mengenai variabel-variabel yang berpengaruh terhadap *margin*. Melalui SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*, Rangkuti, 1999) terhadap kegiatan pemasaran akan diketahui posisi SAP (*Strategic Advantage Profile*) dan ETOP (*Enviromental Threat Opportunity Profile*) pemasaran Perusahaan Bordir Primadona Kudus.

Dari profil *intern* dan *ekstern* tersebut akan dapat diketahui posisi bersaing pemasarannya. Selanjutnya dapat diketahui keunggulan bersaing dari aspek bauran pemasaran. Untuk memperoleh SAP diadakan penilaian terhadap kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam bidang pemasaran.

Faktor-faktor kunci sukses dalam bidang pemasaran yang dinilai meliputi : model, kualitas, macam produk, merek, harga, pelayanan, lokasi penjualan dan promosi. Sedang untuk memperoleh ETOP diadakan penilaian lingkungan untuk peluang meliputi : luas pasar, pangsa pasar, peraturan pemerintah, sosial budaya, daya beli konsumen, perubahan teknologi, dan keuangan. Untuk ancaman meliputi faktor-faktor pemasok, pendatang baru, pesaing, barang pengganti, peraturan pemerintah, dan perubahan teknologi.