

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka dapat diartikan sebagai rancangan. Pemikiran diartikan sebagai suatu ide atau gagasan yang dimiliki seseorang untuk dituangkan kedalam sebuah diskusi atau penelitian. Oleh karena itu, kerangka pemikiran adalah Gagasan dimana yang didasari teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka yang dilakukan secara empiris, dan sistematis. Empiris maksudnya cara yang dilakukan dapat diamati sehingga orang lain tahu cara menggunakannya. Sistematis maksudnya alur yang dituagkan kedalam sebuah penelitian menggunakan langkah-langkah yang masuk akal.

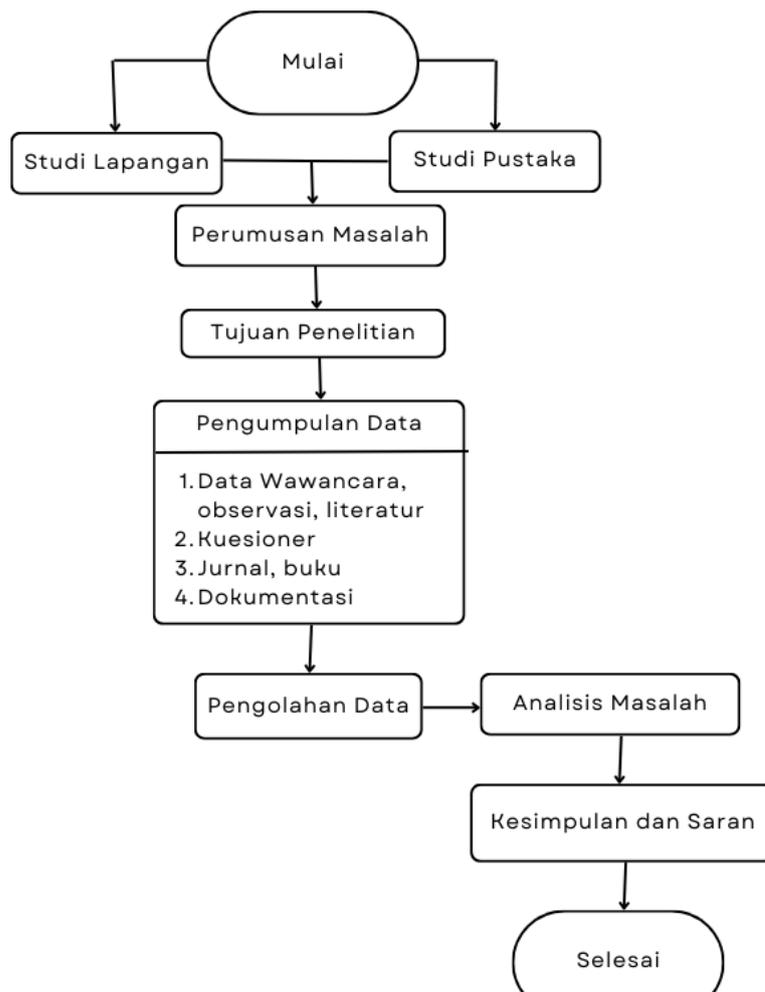
Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang hubungan antara teori dengan faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Widayat dan Amirullah, 2002). Menurut (Polancik, 2009), kerangka pemikiran dapat diartikan sebagai diagram yang berperan sebagai gambaran sistematika yang akan ditulis.

Sapto Haryoko menambahkan bahwa kerangka pemikiran adalah penelitian yang meneliti lebih dari satu variabel, yang mana variabel tersebut akan dibahas di dalam penelitian. Peneliti dapat menjelaskan deskripsi teoritik atau argumentasi nya terhadap besaran variabel yang diteliti. Dalam membuat kerangka pemikiran, peneliti wajib melakukan beberapa kegiatan yang menguatkan isi penelitian yaitu observasi, mencari fakta-fakta dan data fenomena yang berkaitan dengan topik pembahasan. Alur dari pada kerangka pemikiran ini biasanya dimulai dari topik permasalahan yang akan dibahas. Kemudian, *short introduction* pada suatu objek permasalahan, lalu mencari penyebab dari terjadinya permasalahan, kemudian mencari penyelesaian dari suatu permasalahan. Lalu selesai.

Apabila pengertian tersebut dipersempit, dapat disimpulkan bahwa kerangka pemikiran adalah landasan berpikir yang akan membantu dalam mengembangkan kajian yang dipaparkan dalam sebuah penelitian.

3.2 Flowchart penelitian

Pembuatan *Flowchart* digunakan untuk membantu memberikan solusi terhadap masalah yang terjadi dalam bentuk simbol, yang dimana setiap simbolnya mewakili suatu proses. Proses tersebut dibantu dengan adanya garis penghubung. Dibawah ini merupakan susunan tahap dan langkah-langkah menyelesaikan penelitian ini. Tertera pada Gambar 3.1



Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian
(Sumber : Penulis)

3.3 Penjelasan Diagram Alir (*flowchart*) Penelitian

3.3.1 Mulai

3.3.2 Studi Lapangan

Peneliti melakukan wawancara secara offline dengan meminta izin kepada pemilik usaha untuk melakukan penelitian. Selanjutnya, melakukan observasi dan wawancara secara langsung di Missha Indonesia Tangerang Selatan sebagai kantor pusat di Indonesia dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan pemasaran dan SWOT. Penulis juga melakukan pengumpulan data melalui wawancara melalui whatsapp dan telepon dengan Brand Manager dan mengumpulkan dokumentasi di lokasi tersebut. .

3.3.3 Studi Pustaka

Tahap ini bertujuan untuk mencari teori atau literatur sehingga dapat menjadi acuan dengan persoalan pemasaran produk *skincare* bisnis PT. Miin Kosmetika Indonesia dengan mempelajari manajemen distribusi, strategi pemasaran, pengertian penjualan, volume penjualan dan matriks SWOT. Metode *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* (SWOT) tentu menjadi landasan dalam studi pustaka dalam pengelolaan penelitian ini yaitu tentang Strategi Pemasaran Produk *Skincare* Missha Indonesia pada PT. Miin Kosmetika Indonesia.

3.3.4 Perumusan Masalah

Berisi permasalahan yang terjadi di lapangan. Dimana bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang perlu dikembangkan pada produk *skincare* Missha di PT. Miin Kosmetika Indonesia yang ditinjau bantuan analisis SWOT. Juga dengan perencanaan strategi bisnis pada usaha penjualan *skincare* Missha di Indonesia. Dengan adanya data fenomena, permasalahan yang ada dapat terselesaikan.

3.3.5 Tujuan Penelitian

Tahapan ini dilakukan untuk menjawab alasan perlu dilakukannya penelitian, yaitu untuk mengetahui kelayakan bisnis baik secara aspek finansial dan pemasaran pada PT. Miin Kosmetika Indonesia, serta menjabarkan strategi pada brand *skincare* Missha Indonesia yang berpusat di Tangerang Selatan. Tahapan ini dapat terjawab apabila masalah sudah dijabarkan.

3.3.6 Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data dilakukan untuk mencari tahu segala bentuk informasi untuk menemukan solusi dari permasalahan yang ada pada PT. Miin Kosmetika Indonesia. Setelah data terkumpul, data tersebut akan diolah supaya terjadi solusi yang diharapkan. Pada kasus kelayakan bisnis produk *skincare* Missha ini, ditemukan beberapa cara penelitian yaitu :

1. Observasi

Kegiatan ini dilakukan peneliti dengan terjun langsung mengamati keadaan lapangan sehingga dapat mengetahui proses bisnis dan juga data-data pendukung untuk dimasukkan kedalam penelitian.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan antara peneliti dengan pelaku bisnis dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah tersusun sehingga memudahkan proses pengumpulan data pendukung yang dilakukan secara langsung.

3. Kuesioner

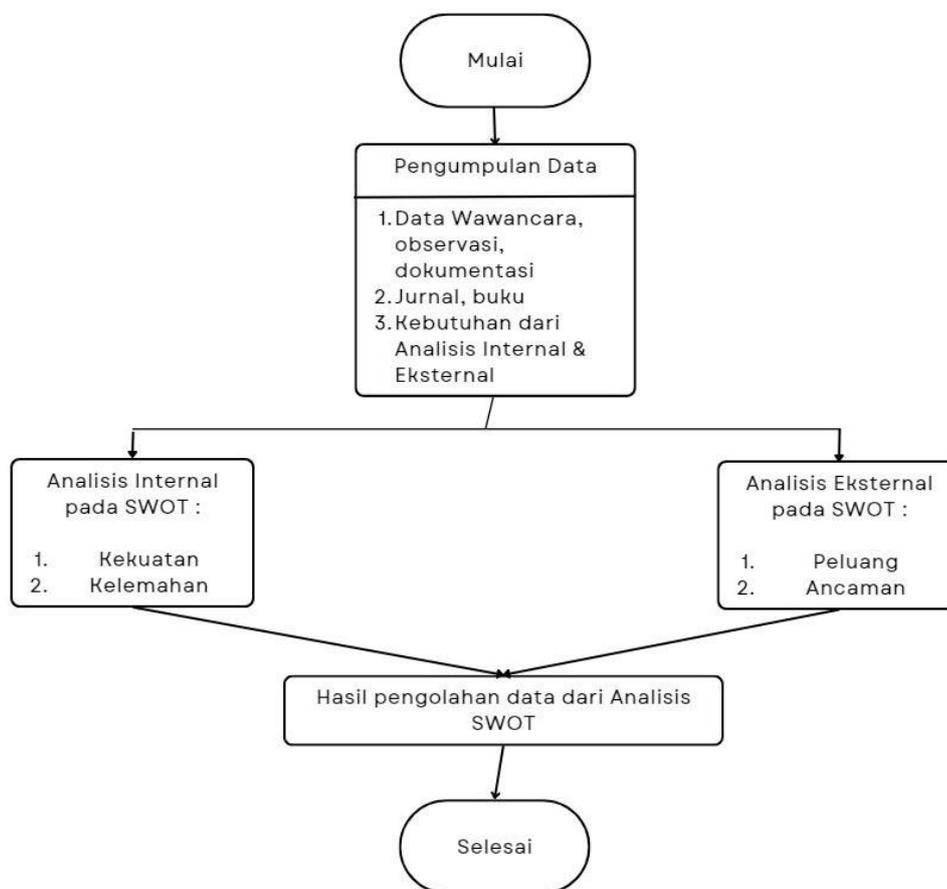
Cara ini dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan di tes validasi dan reliabilitasnya dengan menggunakan rata-rata perhitungan bobot dan rating. Apabila kuesioner valid dan *reliable*, maka kuesioner nantinya akan disebar sebagai dasar pemenuhan kebutuhan data. Cara ini diperlukan untuk melihat dari aspek/segmen pasar. Namun, untuk membuat kuesioner, peneliti harus meminta bantuan kepada para pekerja di PT. Miin Kosmetika Indonesia yang dimana terdapat 14 orang karyawan yang menjadi responden untuk mengetahui bagaimana penilaian internal terhadap segmen pada perusahaan dan kemudian untuk dianalisis.

4. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan data teoritis berdasarkan pada sumber dari jurnal, buku, dan artikel yang berhubungan dengan penelitian yang dikerjakan.

3.3.7 Pengolahan Data

Tahap pengolahan data dapat dilihat pada Gambar 3.2 dibawah ini



Gambar 3. 2 *Flowchart* Pengolahan Data
(Sumber : Penulis)

Dari diagram alir diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengolahan Data dengan Aspek Non-Finansial

Dipakai untuk menganalisa kelayakan bisnis dimana batasannya hanya dengan analisis SWOT dan Aspek Pasar dan Pemasaran.

Analisa SWOT yang perlu diperhatikan yaitu :

- 1) *Strength* (Faktor Kekuatan)
- 2) *Weakness* (Faktor Kelemahan)
- 3) *Opportunities* (Faktor Peluang)
- 4) *Threats* (Faktor Ancaman)

3.3.8 Analisis Masalah

Setelah pengolahan data, analisis baru dapat dilakukan. Dengan penggunaan metode analisis SWOT dan metode analisis deskriptif. Mencari tahu metode mana yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dihadapi PT. Miin Kosmetika Indonesia. Serta merancang strategi pengembangan usaha pada brand *skincare* Missha.

3.3.9 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan adalah inti dari penelitian yang merupakan jawaban atas permasalahan yang dihadapi PT. Miin Kosmetika Indonesia. Saran merupakan masukan terhadap objek penelitian yang didasari hasil akhir penelitian. Kegiatan ini dilakukan setelah penelitian selesai dilaksanakan.

3.3.10 Selesai