

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. PENDEKATAN PENELITIAN

Pendekatan kualitatif lapangan yang akan peneliti lakukan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kolaboratif. Metode ini merupakan suatu pembelajaran dengan melibatkan para pihak yang relevan dari PT. Berkat Jaya Development, seperti tim pemasaran dan perancang lanskap. Dalam proses penelitian ini memungkinkan perspektif dari orang dalam dan perspektif pembeli yang dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan akurat tentang implementasi dan resepsi strategi pemasaran tersebut.

3.2. ANALISIS RUANG LINGKUP

Analisis ruang lingkup merujuk pada proses menetapkan parameter atau batasan-batasan yang mengarahkan dan mempersempit fokus penelitian agar tetap terkendali, relevan, dan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang subyek yang diteliti. Ini membantu peneliti dalam mengidentifikasikan area yang akan diselidiki, cara mengumpulkan data, dan pendekatan analisis yang akan digunakan. Berikut adalah poin-poin penting dalam analisis ruang lingkup:

3.2.1 Fokus Penelitian

Penelitian akan secara khusus menitikberatkan pada strategi pemasaran yang bertautan dengan keindahan dan desain estetika dari elemen lanskap yang terdapat dalam setiap proyek yang dikerjakan oleh PT Berkat Jaya Development. Fokus utama akan diberikan pada cara bagaimana aspek-aspek estetika seperti desain taman, penataan ruang terbuka, atau elemen-elemen alam lainnya digunakan dan dipromosikan dalam upaya pemasaran perusahaan ini.

3.2.2 Partisipan atau Subyek Penelitian

Melibatkan pihak internal perusahaan manajemen pemasaran, tim desain, atau staf terkait yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran. Dan melibatkan konsumen atau calon pembeli dengan persepsi dan reaksi konsumen terhadap aspek estetika lanskap dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

3.2.3 Kerangka Analisis

Menganalisis tema-tema utama yang muncul dari wawancara dan studi kasus terkait pengaruh estetika lanskap terhadap strategi pemasaran dan mengidentifikasi pola atau elemen desain lanskap yang paling berhasil dalam menarik minat konsumen.

3.2.4 Keterbatasan Penelitian

keterbatasan akses terhadap informasi rahasia atau sensitif yang merupakan bagian dari internal operasional PT Berkat Jaya Development. Batasan ini mencakup data strategis seperti rencana pemasaran spesifik, data keuangan yang sensitif, dan informasi internal lainnya yang tidak tersedia untuk publik umum.

Kendala ini dapat membatasi pemahaman mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran berbasis estetika lanskap diimplementasikan secara internal dan mempengaruhi hasil yang akhirnya bisa diperoleh dari penelitian ini.

3.2.5 Faktor Internal Dan Eksternal

Faktor Internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu yang berkaitan dengan strategi pemasaran dari perusahaan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor dari lingkungan individu yang berpengaruh pada strategi pemasaran perusahaan.

3.3.POPULASI DAN SAMPEL

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2017). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di perumahan Grand Kedamean Regency dan manajemen perusahaan dari PT. Berkat Jaya Development.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang dijadikan responden dalam suatu penelitian. Sugiono (2010), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah teknik sampling Insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sugiono (2010). Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi karyawan PT Berkat Jaya Development. Populasi karyawan tersebut memiliki karakteristik tertentu. Sebagai contoh, peneliti mungkin memilih karyawan yang sedang berada di lokasi kantor atau fasilitas perusahaan saat penelitian dilakukan. Dalam pemilihan sampel, peneliti akan menilai kecocokan setiap individu yang ditemui sebagai sumber data berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Hal ini dapat mencakup posisi jabatan atau kriteria-kriteria lain yang relevan dengan tujuan penelitian.

Penting untuk dicatat bahwa penggunaan teknik sampling insidental memperhitungkan kebetulan dan keterbatasan akses peneliti terhadap populasi. Meskipun sampel ini mungkin tidak dipilih secara acak, namun penelitian tetap akan berusaha menghasilkan informasi yang bermakna dan mewakili karakteristik umum dari populasi karyawan PT Berkat Jaya Development.

Table 3.1
Informan Penelitian

NO.	Subjek	Jenis Kelamin	umur	Pekerjaan
1.	Siswoyo	L	45	Arsitek lanskap
2.	Edi	L	42	Marketing
3.	Putu	P	30	Administrasi
4.	Popi	P	28	After Sales
5.	Diah	P	37	Kasir
6.	Gadang	L	29	Supervisor Konstruksi

3.4. DEFINISI OPERASONAL VARIABEL

Untuk memastikan variabel dalam penelitian ini dapat diukur dan diobservasi dengan baik, perlu dirumuskan terlebih dahulu definisi operasional variabel. Definisi operasional variabel didasarkan pada sifat yang mudah diamati, memiliki rumusan yang jelas dan pasti, serta tidak membingungkan. Sebagai unsur penting dalam penelitian, definisi operasional variabel memungkinkan peneliti untuk menyusun dan membuat alat ukur data yang tepat dan akurat. Dalam konteks penelitian ini, strategi pemasaran dioperasionalisasikan sebagai serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran PT Berkat Jaya Development. Ini mencakup kegiatan seperti membuat produk, menetapkan harga, menentukan distribusi, dan melakukan kegiatan promosi. Operasionalisasi variabel ini memberikan kemudahan bagi peneliti dalam mengukur dan mengobservasi implementasi strategi pemasaran secara jelas dan pasti.

3.4.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dalam konteks penelitian ini dioperasionalkan sebagai serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran PT Berkat Jaya Development. Hal ini mencakup kegiatan membuat produk, menetapkan harga, menentukan distribusi, dan melakukan kegiatan promosi. Operasionalisasi variabel ini memungkinkan peneliti untuk mengukur dan mengobservasi implementasi strategi pemasaran secara jelas dan pasti.

3.4.2 Estetika Lanskap

Estetika lanskap dioperasionalkan sebagai konsep dan penilaian tentang keindahan, keharmonisan, dan kesan visual dari lanskap alam atau buatan manusia. Variabel ini melibatkan pemahaman tentang unsur-unsur seperti bentuk, struktur, komposisi, tekstur, warna, dan elemen-elemen lainnya yang terdapat dalam lanskap. Definisi operasional ini memudahkan pengukuran mengenai bagaimana elemen-elemen estetika ini diterapkan dan diwujudkan dalam proyek-proyek PT Berkat Jaya Development.

3.4.3 Hasil dari Strategi Pemasaran dan Estetika Lanskap melalui Persepsi dan Respon konsumen

Persepsi dan respon konsumen dioperasionalkan sebagai cara individu memahami, menafsirkan, dan merespons strategi pemasaran dan estetika lanskap yang diterapkan oleh PT Berkat Jaya Development. Persepsi melibatkan cara konsumen melihat, memahami, dan menafsirkan informasi pemasaran, sementara

respon konsumen mencakup tindakan atau tanggapan yang dihasilkan oleh konsumen sebagai hasil dari persepsi mereka terhadap strategi pemasaran dan estetika lanskap.

3.5. JENIS DAN SUMBER DATA

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, Dimana data yang diperoleh yaitu data yang disajikan dalam bentuk deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu:

3.5.1 Data Primer

Data primer dioperasionalkan sebagai informasi yang dikumpulkan secara langsung dari konsumen yang membeli rumah di Grand Kedamean Regency dan karyawan PT Berkat Jaya Development. Jenis data ini memberikan wawasan langsung dari subjek penelitian, memperkaya pemahaman terkait persepsi dan respons konsumen.

3.5.2 Data sekunder

Data sekunder dioperasionalkan sebagai informasi yang sudah ada, seperti sejarah singkat perusahaan, visi dan misi PT Berkat Jaya Development. Penggunaan data sekunder memberikan konteks tambahan dan latar belakang perusahaan yang relevan untuk memahami implementasi strategi pemasaran dan estetika lanskap.

3.6. PROSEDUR PENGUMPULAN DATA

Prosedur pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan. Dalam penelitian ini proses pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan 11 pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. wawancara merupakan percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu dengan cara merekam hasil wawancara karena setiap jawaban dan detail yang diberikan oleh terwawancara direkam secara sistematis. Penggunaan perangkat rekam seperti perekam suara atau aplikasi ponsel memungkinkan peneliti untuk merekam seluruh percakapan dengan akurat.. Gorden, P. (2010)

2) Observasi

Observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan. Observasi adalah suatu kegiatan pengumpulan data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan dan diagnosis. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah menggunakan observasi langsung di mana pengamatan dan pencatatan dilakukan berdasarkan data aktual. Pengumpulan data melibatkan observasi langsung terhadap berbagai aspek yang relevan, seperti strategi pemasaran dan implementasi estetika lanskap Observasi langsung berarti pengamatan dan

pencatatan berdasarkan data. Peneliti secara langsung melihat dan mencatat data yang terkait dengan operasional dan aktivitas PT Berkat Jaya Development. Data yang diperoleh dikumpulkan dan disaring kembali dengan bantuan berbagai alat canggih seperti komputer dan ponsel.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Dokumentasi berupa data tertulis, foto, dan hasil rekaman wawancara dengan informasi yang mendukung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang actual. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa catatan, foto rumah dan fasilitas properti, gambar denah dan lain-lain.

3.7. TEKNIK ANALISIS

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Kemudian peneliti menggunakan teori yang ada dengan kenyataan yang terjadi di lapangan guna mengambil sesuatu kesimpulan dari penelitian ini terhadap pelaksanaan teori dan praktik di lapangan.

Setelah peneliti memperoleh data yang diperlukan, maka peneliti mengolah data dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif, sehingga menjadi suatu hasil pembahasan berupa penjelasan mengenai analisis SWOT dan kondisi yang ada di perumahan Grand Kedamean Regency, dengan menggunakan cara berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah metode menerangkan dari data kearah teori. Berdasarkan keterangan tersebut di atas, maka berfikir secara induktif dalam penelitian ini nantinya akan membahas secara khusus tentang analisis SWOT pada perumahan Grand Kedamean regency yang kemudian digeneralisasikan dengan teori.

3.7.1 Identifikasi Faktor Internal dan eksternal

Kegiatan pertama yang dilakukan dalam analisis SWOT adalah identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang merupakan tahapan penting karena merupakan dasar untuk kegiatan analisis selanjutnya. Kegiatan yang dilakukan adalah merumuskan faktor-faktor internal dan eksternal, yang dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka terhadap dokumen dan literatur terkait.