BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek yang dijadikan penelitian oleh penulis adalah mengenai strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh SBU. Terminal PT. INTI (Persero) Bandung, juga mengenai tujuan pelaksanaan strategi pemasarannya di SBU Terminal PT. INTI (Persero) Bandung.

Dalam penelitian ini penulis akan mengumpulkan data tentang hasil penjualan yang dilaksanakan oleh SBU Terminal PT.INTI (Persero) Bandung selama 5 tahun kebelakang.

Penulis melakukan pengamatan langsung ke SBU Terminal PT. INTI (Persero) Bandung, untuk mengetahui apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh SBU Terminal PT.INTI (Persero) Bandung sudah berjalan dan dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Unit Penelitian

Dalam melakukan penelitian sebagai sarana untuk mendapatkan data dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis memilih di SBU Terminal PT.INTI (Persero) Bandung yang beralamat di Jalan Mohammad Toha No. 77 Bandung.

Penulis di tempatkan di SBU Terminal PT.INTI (Persero) Bandung karena adanya kedekatan penulis dengan seorang staff di perusahaan tersebut.

3.2.2. Oprasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang maupun objek yang mempunyai variable tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Dr. Sugiyono dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Administrasi).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR
Strategi pemasaran	Alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan	a. Produk	Jenis Produk yang dihasilkan
		b. Promosi	Upaya pengenalan produk
		c. Price / Harga	Harga jual yang terjangkau
		d. Place / Tempat	Perluasan daerah pemasaran

3.2.3. Tehnik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penyusunan laporan ini, tentunya penulis menggunakan teknik-teknik pengumpulan data. Adapun tekik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. **Field Research**

   Yaitu suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari hasil kerja praktek melalui :

a. Wawancara langsung dengan narasumber yang berada di lingkungan objek penelitian yang relevan dengan permasalahan yang akan dibahas.

b. Observasi, yaitu dengan melakukan peninjauan secara langsung pada objek yang diteliti untuk mengatahui kegiatan perusahaan yang sesungguhnya.

2. Library Research

Yaitu suatu cara pengumpulan data melalui studi kepustakaan / studi literatur dengan melihat buku-buku referensi, data perusahaan dan lain-lain Untuk mendapatkan dasar pengertian serta teori-teori yang diperlukan sebagai pelengkap data utama yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

3.2.3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

   Yaitu data mengenai sistem pelayanan yang dilakukan oleh bagian Operasi yang diperoleh dari perusahaan (SBU Terminal PT. INTI) dengan cara wawancara dan peninjauan langsung pada objek penelitian.

2. Data sekunder

   Yaitu data tambahan yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari referensi perusahaan PT. INTI (Persero) yaitu data mengenai :

   a. Sejarah Perusahaan

b. Struktur Organisasi Perusahaan

c. Aktivitas Perusahaan

d. Misi, Tujuan dan Sasaran Perusahaan

3.2.4. Analisis Data

Untuk menganalisis masalah-masalah yang dikemukakan, maka digunakan tehnik analisis Deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian, untuk selanjutnya analisis ini untuk menjawab apakah yang menjadi tujuan pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan.

Untuk mengetahui serta menguji bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan di SBU Terminal PT. INTI (Persero), dilakukan langkah-langkah berikut; setelah data-data yang berhubungan dengan objek penelitian diperoleh, maka untuk selanjutnya data-data tersebut diolah untuk dianalisis.

Adapun data-data yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data harga jual perangkat SBU Terminal di PT. INTI (Persero)
2. Data tentang target penjualan produk SBU Terminal PT. INTI (Persero)
3. Data tentang realisasi penjualan produk SBU Terminal PT. INTI (Persero)
4. Data tentang target, realisasi, dan prosntase pencapaian penjualan produk SBU Terminal PT. INTI (Persero)
5. Realisasi strategi pemasaran yang diterapkan di SBU Terminal PT. INTI (Persero)