

## **BAB III METODE PENULISAN**

### **A. Objek Kajian Tugas Akhir**

Objek yang menjadi kajian dalam laporan tugas akhir ini adalah PT. Shaka Inti Nusantara yang beralamatkan di Jln. Waringin kurang km 23,2 Serang, Banten. Yang merupakan tempat penulisan tugas akhir. Selama melakukan penulisan tugas akhir, penulis sering berinteraksi melalui tanya jawab dengan beberapa pegawai, melalui pengamatan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Shaka Inti Nusantara serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam upaya peningkatan penjualan perumahan.

### **B. Pendekatan Pemecahan Masalah**

Pemecahan masalah pada tugas akhir ini dilakukan melalui metode deskriptif. Metode ini diterapkan untuk secara sistematis mengamati dan mendeskripsikan fakta serta karakteristik terkait strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Shaka Inti Nusantara. Pendekatan deskriptif ini bertujuan untuk menyajikan gambaran mendetail tentang strategi pemasaran yang digunakan dan hambatan-hambatan yang dihadapi.

### **C. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Jenis dan Sumber Data**

1. Data Primer untuk strategi pemasaran PT. Shaka Inti Nusantara dapat diperoleh melalui wawancara langsung dengan staff pemasaran, manajer,

atau pelanggan. Wawancara ini dapat mengungkapkan informasi mendalam tentang strategi pemasaran yang digunakan efektivitasnya, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi tersebut.

2. Data sekunder dapat diakses melalui dokumen-dokumen internal perusahaan, termasuk laporan penjualan, laporan pemasaran, studi pasar yang telah dilakukan sebelumnya, serta data dari sumber eksternal seperti laporan industri, artikel jurnal, dan publikasi lainnya yang relevan dengan strategi pemasaran PT. Shaka Inti Nusantara.

#### b. Metode Pengumpulan Data

##### 1. Metode Observasi

Metode ini digunakan penulis selama mengamati seluruh kegiatan yang dilakukan oleh PT. Shaka Inti Nusantara. Observasi dapat dilakukan pada aktivitas pemasaran seperti acara open house, pameran perumahan, kegiatan promosi, dan interaksi dengan calon pembeli di kantor pemasaran. Pengamatan ini memberikan wawasan langsung tentang bagaimana strategi pemasaran diimplementasikan dan bagaimana respon pasar terhadap strategi tersebut.

##### 2. Metode Wawancara

Dalam wawancara ini penulis melakukan wawancara secara tidak terstruktur, yaitu wawancara bebas yang lebih bersifat spontan pada saat mewawancarai narasumber. Wawancara dilakukan dengan manajer pemasaran, staff penjualan, dan pelanggan PT. Shaka Inti Nusantara

untuk memperoleh informasi mendalam tentang strategi pemasaran yang diterapkan, efektivitasnya, serta tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan penjualan perumahan.

### 3. Metode Dokumentasi

Penulis menerapkan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data dalam bentuk tertulis, seperti laporan tahunan Perusahaan, strategi pemasaran yang terdokumentasi, kebijakan Perusahaan, dan catatan internal. Selain itu, data yang berbentuk gambar seperti foto kegiatan pemasaran, materi promosi, dan infografis yang digunakan oleh PT. Shaka Inti Nusantara juga dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan.