

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di Indei Farm Ichigo, yang berlokasi di 311-1 Nishiosakabemachi, Utsunomiya, Tochigi, Jepang. Lokasi ini merupakan tempat pelaksanaan magang dari peneliti. Penelitian ini dilaksanakan selama mengikuti program intership di indei farm,jepang,yaitu dari awal bulan september 2025 hingga akhir bulan juni 2026.

3.2 Metode Magang

Metode magang merupakan suatu cara yang dilakukan secara sistematis untuk memperoleh informasi dan pemahaman mengenai berbagai kegiatan maupun fenomena yang terjadi di lapangan. Menurut Nazir (2003), penelitian adalah proses pencarian informasi yang dilakukan secara sistematis dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan metode ilmiah serta berpedoman pada aturan yang berlaku. Sejalan dengan pendapat tersebut, Creswell (2018) menjelaskan bahwa penelitian merupakan proses yang dilakukan secara bertahap, mulai dari pengumpulan, analisis, hingga interpretasi data untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Selain itu, Sugiyono (2006) menyatakan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan dan kegunaan tertentu, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

Metode yang digunakan untuk mempermudah proses pengumpulan data pada pelaksanaan magang yaitu studi lapangan (*field research*), studi lapangan ini bertujuan untuk mengetahui fenomena dan mengetahui inti dari permasalahan yang ada. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Studi ini meliputi pengamatan pada seluruh kegiatan dari seluruh objek yang diteliti.

Menurut Abdussamad (2021), observasi langsung di lapangan merupakan salah satu metode yang efektif untuk memperoleh data yang faktual dan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Sejalan dengan pendapat tersebut, Sugiyono (2019) menyatakan bahwa pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dapat membantu peneliti memperoleh informasi yang lebih akurat serta memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai objek yang diteliti.

Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat langsung dalam berbagai kegiatan operasional perusahaan, sehingga dapat memahami secara nyata proses pemasaran yang dilakukan, mulai dari penanganan produk, distribusi, hingga pelayanan kepada konsumen. Keterlibatan ini memberikan pengalaman langsung serta pemahaman yang lebih komprehensif terhadap sistem pemasaran yang diterapkan.

Metode magang ini bertujuan untuk:

- Mengetahui secara langsung kondisi dan kegiatan pemasaran di lapangan
- Memahami alur distribusi produk dari produsen hingga konsumen
- Mengidentifikasi penerapan bauran pemasaran (marketing mix 7P)

Dengan metode ini, data yang diperoleh bersifat faktual dan berdasarkan pengalaman langsung selama kegiatan magang, sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai sistem pemasaran *strawberry* yang diterapkan oleh perusahaan.

3.3 Pelaksanaan Pengambilan Data

Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode observasi. Menurut Abdussamad (2021) menjelaskan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sengaja. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yakni data primer dan data sekunder, yang masing-masing diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang berbeda.

Sumber data sendiri, menurut Arikunto (2010:172), adalah subjek dari mana data itu diperoleh. Menurut Sugiyono (2013:137) sumber data diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

1. Data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran *strawberry* di perusahaan Indei Ichigo Orchard, mulai dari strategi pemasaran yang diterapkan hingga proses pelayanan kepada konsumen.
2. Data sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data, melainkan melalui dokumen resmi, arsip, atau buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian. Data sekunder pada penelitian ini berupa catatan penjualan, foto kegiatan pemasaran, serta dokumen distribusi *strawberry* di perusahaan tersebut, dan berfungsi melengkapi data primer yang didapat.

Untuk memperoleh kedua jenis data tersebut, penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu dokumentasi, wawancara, dan observasi.

1. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian, baik berupa tulisan, gambar, maupun rekaman. Sugiyono (2019) menjelaskan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data melalui mempelajari dokumen, catatan, laporan, atau arsip yang berhubungan dengan objek penelitian. Pada penelitian ini, dokumentasi dipakai untuk mendapatkan data sekunder berupa foto kegiatan, catatan proses pemasaran, dan dokumen distribusi serta pemasaran *strawberry* di Indei Ichigo Orchard.

2. Wawancara

Berbeda dengan dokumentasi, wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau informan. Menurut Sugiyono (2022), wawancara adalah proses tanya jawab langsung antara peneliti dan informan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, sekaligus menggali data secara lebih mendalam agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif. Wawancara pada penelitian ini ditujukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran *strawberry* di Indei Ichigo Orchard, dengan tujuan menggali strategi pemasaran yang diterapkan serta aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau konsumen.

3. Observasi

Teknik terakhir adalah observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas, kondisi, dan fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Abdussamad (2021) menyebut observasi sebagai pengamatan langsung yang dilakukan secara sistematis terhadap objek atau fenomena di lapangan. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan pemasaran *strawberry* di Indei Ichigo Orchard, mulai dari penanganan produk, pelayanan kepada konsumen, sampai proses distribusinya. Cara ini membantu peneliti mendapatkan data yang lebih objektif dan sesuai kondisi sebenarnya di lapangan.