

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

3.1.1 Kunjungan Lapangan (PKL)

Mengadakan penelitian langsung pada Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung yang berkedudukan di Jl. Imam Bonjol Km.11 Bukit Kemiling Permai Bandar Lampung pada tanggal 06 Februari sampai 04 April 2013. Adapun Metode yang digunakan adalah:

- 1) Wawancara, yaitu metode tanya jawab dengan beberapa staff dan pegawai Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung.

3.1.1 Metode Kepustakaan/ Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan cara menggunakan buku atau referensi yang berkaitan dengan kebijakan pemasaran perumahan.

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data ini dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.

3.2.1 Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Data seperti ini sudah dikumpulkan pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik.

3.3 Alat Analisis

Penulisan laporan ini menggunakan alat analisis kualitatif dengan menggunakan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) metode SWOT adalah metode untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dalam seberapa baik daya tersebut dikelola.

Kekuatan (Strength) dan Kelemahan (Weakness), harus melihat pada sumber-sumber daya perusahaan yang ada jumlah dan kualitas sumber daya tersebut. Seberapa baik sumber daya tersebut dikelola.

Peluang (opportunity), adalah dimana perusahaan dapat mengelola sumber daya perusahaannya dalam memenuhi kebutuhan pasar, kemudian perusahaan dapat melihat dan menentukan kemungkinan-kemungkinan strategi jangka panjang yang terbuka bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya.

Ancaman (Threat), adalah suatu yang akan dihadapi perusahaan dalam pasar yang telah dimasuki, salah satunya adalah penurunan penjualan karena adanya pesaing yang ada.