

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini berfokus pada metode kualitatif dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah cara untuk memahami secara menyeluruh pengalaman subjek, seperti tindakan, persepsi, dan motivasi, yang dijelaskan secara deskriptif dalam bentuk kata-kata pada konteks alami dengan metode ilmiah.⁴⁰

Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis penerapan bauran pemasaran (7P) dalam strategi manajemen pemasaran MA Hidayatullah Martapura, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapannya, serta memahami keterkaitannya dengan minat calon santri baru. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh informasi secara mendalam berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran di MA Hidayatullah Martapura. Subjek tersebut meliputi kepala madrasah, staf kesiswaan, pengelola media sosial, serta guru dan panitia pendaftaran calon siswa baru. Selain itu, peneliti juga melibatkan beberapa

⁴⁰ Feny Rita Fiantika et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm.4.

santri baru sebagai informan pendukung untuk memperoleh pandangan dari pihak konsumen (penerima layanan), khususnya mengenai efektivitas strategi pemasaran yang telah dijalankan.

Sementara itu, objek dalam penelitian ini adalah penerapan strategi bauran pemasaran (marketing mix) 7P pada MA Hidayatullah Martapura dalam meningkatkan minat calon santri baru. Objek penelitian ini mencakup seluruh elemen bauran pemasaran jasa pendidikan, yang meliputi produk (product), tarif/biaya (price), lokasi (place), promosi (promotion), sumber daya manusia (people), proses (process), dan bukti fisik (physical evidence).

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Madrasah Aliyah (MA) Hidayatullah Martapura, yang berada di bawah naungan Pondok Pesantren Hidayatullah Martapura. Secara administratif, madrasah ini berlokasi di Jalan P. Hidayatullah No. 1A, Kelurahan Keraton, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Pemilihan MA Hidayatullah Martapura sebagai lokasi penelitian didasarkan atas pertimbangan bahwa lembaga ini telah mengimplementasikan strategi manajemen pemasaran, sehingga relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan minat calon santri baru.

D. Data dan Sumber Data Teknik Pengumpulan

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data merupakan data pokok atau data utama yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber aslinya di lokasi penelitian. Data primer pada penelitian ini mencakup implementasi strategi manajemen pemasaran melalui elemen bauran

pemasaran (7P) yang dilakukan oleh MA Hidayatullah Martapura dan kendala-kendala yang dihadapi pihak sekolah dalam menerapkan strategi manajemen pemasaran tersebut.

Sumber data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan, seperti Kepala Madrasah, Wakil Kepala Kesiswaan, Wakil Kepala Kurikulum, Humas, Panitia Penerimaan Santri Baru (PPDB), serta perwakilan santri baru kelas X.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau dokumen yang sudah ada sebelumnya. Pada penelitian ini, data sekunder memuat profil, informasi mengenai latar belakang berdirinya MA Hidayatullah Martapura serta data statistik yakni data jumlah peserta didik atau pendaftar santri baru.

Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian, seperti dokumen pemasaran berupa brosur dan unggahan media sosial, data penerimaan santri baru, serta dokumen administrasi lainnya yang mendukung keabsahan data.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

Wawancara: Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari narasumber, seperti kepala madrasah, guru, serta panitia penerimaan santri baru. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan semi-terstruktur untuk menggali data mengenai strategi, kendala, dan efektivitas pemasaran yang diterapkan.

Dokumentasi: Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan strategi pemasaran, seperti brosur, unggahan media sosial, data statistik

penerimaan santri baru, serta dokumen administrasi lainnya yang mendukung keabsahan data.

F. Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif. Proses analisis data dilakukan menggunakan model dari Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Tahapan pertama, yaitu kondensasi data, adalah proses menyaring, menyederhanakan, dan memilih data yang relevan dari hasil wawancara dan dokumentasi.⁴¹

Tahapan berikutnya adalah penyajian data, yaitu menyusun data yang telah dikondensasi ke dalam bentuk yang terorganisir, seperti narasi, tabel, atau matriks, agar memudahkan peneliti dalam melihat pola atau hubungan yang muncul. Setelah itu, peneliti melakukan penarikan dan verifikasi kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti mulai memahami makna dari data yang diperoleh, mencari pola atau tema yang muncul, dan menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang ada. Kesimpulan yang ditarik kemudian diuji kembali untuk memastikan keakuratan dan validitasnya, misalnya dengan membandingkan data antar sumber atau melakukan pengecekan ulang terhadap hasil wawancara. Proses ini dilakukan secara terus-menerus sampai peneliti mendapatkan hasil yang dapat dipercaya.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi yang digunakan mencakup:

⁴¹ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014).

1. Triangulasi Sumber: Mengumpulkan data dari berbagai informan untuk memastikan konsistensi informasi.
2. Triangulasi Teknik: Menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara dan dokumentasi untuk memperkuat hasil penelitian.

Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan di MA Hidayatullah Martapura, serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat calon santri baru untuk mendaftar.