

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan di kantor PT. Al-Taif Saudi Wisata, Martapura, Kalimantan Selatan. Pendekatan ini digunakan karena peneliti mengumpulkan data langsung dari lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informasi dari subjek penelitian disusun dan disajikan secara deskriptif sesuai dengan kondisi nyata yang ditemukan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi bauran promosi yang diterapkan oleh PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya.¹

B. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian Subjek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah staf, perwakilan daerah, dan jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata yang berkaitan proses promosi. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah strategi bauran promosi paket umrah dalam meningkatkan daya saing.

¹ Fathor Rashid, *Metode Penelitian*, 2022.

C. Lokasi Penelitian

Tempat yang digunakan sebagai lokasi penelitian adalah PT. Al-Taif Saudi Wisata Jl. A. Yani No. 21 Km. 39,5, Kelurahan Jawa, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Dalam penelitian ini, ada dua jenis data yang dikaji dalam pelaksanaan penelitian, yaitu:

a. Data primer

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan staf-staf, perwakilan daerah, dan jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata yang berperan dalam strategi bauran promosi. Peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap aktivitas promosi di lokasi penelitian. Penelitian ini mengkaji strategi bauran promosi di PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saing di Kalimantan Selatan. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat strategi bauran promosi PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saing. Data sekunder Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi yang dimiliki PT. Al-Taif Saudi Wisata yang berkaitan dengan penelitian seperti data keberangkatan jemaah umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata dari tahun 2022 hingga 2024, dokumentasi brosur-brosur penawaran paket umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata, serta dari buku dan sumber-sumber di internet, dokumentasi berupa kegiatan, dokumen-dokumen PT. Al-Taif Saudi Wisata dan berbagai data pendukung lainnya.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yakni informan sebagai sumber data utama. Yaitu staf-staf PT. Al-Taif Saudi Wisata, perwakilan daerah PT. Al-Taif Saudi Wisata, juga beberapa diambil dari jemaah umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata.

Berikut informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini:

- c. Staf Marketing PT. Al-Taif Saudi Wisata yaitu Bapak Ahmad Nazmi.
- d. Staf Administrasi PT. Al Taif Saudi Wisata yaitu Bapak Supriadi, S.E.,
- e. Staf Operasional PT. Al-Taif Saudi Wisata yaitu Bapak Muhammad Faisal, SE.
- f. Staf Handling PT. Al-Taif Saudi Wisata yaitu Bapak Ahmad Nadim
- g. Perwakilan PT. Al-Taif Saudi Wisata di daerah Kandangan yaitu Ibu Hj. Ermilawati
- h. Jemaah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data di lapangan atau lokasi dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

1. Wawancara

Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan staf-staf, perwakilan daerah, serta jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata. Peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur dengan pertanyaan yang telah disusun untuk mendapatkan informasi mendalam tentang strategi bauran promosi PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saing.

2. Observasi

Peneliti melakukan observasi secara sengaja dan sistematis di PT. Al-Taif Saudi Wisata. Peneliti mengamati langsung aktivitas promosi yang dijalankan oleh tiap-tiap staf di kantor, seperti cara mempromosikan paket umrah kepada calon jemaah, interaksi aktif yang dilakukan staf dengan calon jemaah, penggunaan media promosi, serta strategi pemasaran sehari-hari. Peneliti mencatat hasil observasi untuk mendukung data dari wawancara dan dokumentasi.

3. Dokumentasi

Dalam proses penelitian, peneliti melakukan proses dokumentasi berupa gambar, dokumen, tulisan dan rekaman terkait strategi bauran promosi PT. Al-Taif Saudi Wisata untuk meningkatkan daya saing di Kalimantan Selatan. Dokumentasi tersebut untuk mendalami serta mendukung temuan peneliti tentang bagaimana strategi bauran promosi PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saing.

F. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan proses pengolahan data secara sistematis yang digunakan untuk membantu peneliti dalam menyimpulkan hasil penelitian. Peneliti menggunakan model analisis dari Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.²

² Rizal Safrudin et al., "Penelitian Kualitatif," *Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 1–15.

Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai tahapan tersebut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan dan penyederhanaan data, di mana peneliti mengumpulkan catatan dari hasil penelitian yang bersumber dari transkrip wawancara peneliti dengan staf, perwakilan daerah maupun jemaah, catatan saat melakukan observasi, dokumen maupun materi lainnya, kemudian menyeleksi dan menyusun data agar informasi yang disajikan menjadi lebih terstruktur. Pada tahap ini, peneliti membuang data yang dianggap tidak relevan dengan konsep dari strategi bauran promosi dalam meningkatkan daya saing travel dan mempertahankan data yang sesuai. Reduksi data dilakukan dengan cara mengelompokkan informasi untuk memudahkan dalam proses klasifikasi dan analisis.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses setelah peneliti telah melakukan penyusunan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan dan pengambilan tindakan berikutnya. Penyajian data dalam penelitian ini berupa teks hasil penelitian, tabel, dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan sebagai tahap akhir dalam proses analisis data yang berlangsung secara berkesinambungan. Menurut Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan tidak berdiri sendiri, tetapi berjalan bersamaan dengan tahapan reduksi dan penyajian data. Kesimpulan yang diperoleh berasal dari temuan-temuan yang muncul selama proses analisis, dan secara terus-

menerus diverifikasi melalui peninjauan ulang catatan lapangan, refleksi peneliti selama proses penulisan, serta diskusi dengan pihak lain. Verifikasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan benar-benar didukung oleh data yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan elemen penting dalam penelitian kualitatif guna memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi objektif di lapangan. Untuk menjamin validitas atau kredibilitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan perbandingan data dari berbagai sumber dan metode. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis triangulasi, yaitu

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa narasumber yang memiliki keterkaitan langsung dengan strategi bauran promosi PT. Al-Taif Saudi Wisata. Narasumber dalam penelitian ini meliputi:

Staf internal PT. Al-Taif Saudi Wisata, khususnya bagian marketing, administrasi, dan handling. Perwakilan daerah PT. Al-Taif, seperti dari wilayah Kandangan. Jemaah umrah, baik yang sudah pernah menggunakan layanan maupun yang masih dalam tahap pendaftaran.

Dengan membandingkan data dari ketiga kelompok ini, peneliti dapat menemukan pola informasi yang konsisten serta memahami perspektif yang berbeda dari tiap sumber.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode digunakan untuk memverifikasi data melalui teknik pengumpulan yang berbeda terhadap sumber yang sama. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah: wawancara, observasi, dan dokumentasi.

- a. Wawancara dilakukan secara terstruktur kepada staf, perwakilan, dan jemaah untuk memperoleh data utama.
- b. Observasi dilakukan langsung di lokasi kantor pusat PT. Al-Taif untuk melihat proses promosi yang berlangsung secara nyata.
- c. Dokumentasi pengumpulan data tertulis dan visual seperti brosur, konten Instagram, serta dokumen internal perusahaan.

Perbandingan hasil dari ketiga teknik ini digunakan untuk memperkuat keakuratan dan konsistensi data yang diperoleh.