

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sugiyono menjelaskan bahwa metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek secara alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, dan analisis data dilakukan secara induktif. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam optimalisasi strategi *marketing mix* di PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru. Penelitian difokuskan pada empat elemen utama, yaitu *promotion, people, process, dan physical evidence*, yang dianggap paling relevan dengan karakteristik jasa umrah dalam pelayanan kepada jemaah.

Jenis penelitian ini Jemaah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh data sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif, karena bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis pelaksanaan optimalisasi strategi *marketing mix* di PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru, khususnya pada empat elemen yaitu *promotion, people, process, dan physical evidence* dalam pelayanan kepada jemaah.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak atau informan yang dijadikan sumber data dalam penelitian. Subjek penelitian merupakan orang yang memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan peneliti.¹ Subjek penelitian ini adalah informan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional dan pelayanan di PT Avicenna Taibah Wisata, yaitu Ibu Mardiana sebagai staf administrasi yang menangani berbagai aspek operasional dan Ustadz Fauzi Rahmani sebagai pembimbing ibadah yang terlibat langsung dalam pelayanan dan pendampingan jemaah.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel atau hal yang menjadi fokus penelitian, yang diteliti untuk memperoleh data dan informasi.² Adapun Objek dalam penelitian ini adalah optimalisasi strategi marketing mix di PT Avicenna Taibah Wisata yang difokuskan pada empat elemen, yaitu *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* dalam pelayanan kepada jemaah.

¹ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*, Cet. 6 (Alfabeta, 2016), 249.

² Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan*.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Avicenna Taibah Wisata yang bertempat di Jalan Palam Raya Griya Mawar Asri Ruko No 3, Kelurahan Guntung Manggis, Kecamatan Landasan Ulin, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan, 70722.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data merupakan hasil pencatatan peneliti, baik berupa fakta maupun angka yang diperoleh dari objek penelitian dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Data dalam penelitian kualitatif umumnya berbentuk kata-kata, tindakan, serta dokumen yang menggambarkan fenomena yang diteliti.³

Dalam penelitian ini, data digunakan sebagai dasar untuk menganalisis optimalisasi strategi marketing mix di PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru, khususnya pada aspek *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder:

³ Ramadhan Muhammad, *METODE PENELITIAN* (Cipta Media Nusantara, 2021) 2.

a. Data primer

Data primer adalah data pokok atau data utama yang berkaitan langsung dengan rumusan masalah penelitian.⁴ Dalam penelitian ini, data primer berupa informasi mengenai pelaksanaan strategi marketing mix di PT Avicenna Taibah Wisata, khususnya pada aspek *promotion, people, process,* dan *physical evidence*. Data tersebut meliputi kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, peran dan kinerja sumber daya manusia, alur proses pelayanan jemaah, kondisi fasilitas atau bukti fisik yang dimiliki, serta kendala yang dihadapi dalam mengoptimalkan strategi tersebut. Data ini diperoleh dari hasil wawancara dengan staf administrasi Ibu Mardiana dan pembimbing ibadah Ustadz Fauzi Rahmani, serta melalui observasi langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data primer dalam penelitian.⁵ Data sekunder dalam penelitian ini berupa informasi yang berkaitan dengan profil dan aktivitas PT Avicenna Taibah

⁴ Amrullah, *METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN* (Bayumedia Publishing Anggota IKAPI, 2013), 119.

⁵ Amrullah, *METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN*.

Wisata Banjarbaru, serta data pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian. Data tersebut meliputi profil perusahaan, struktur organisasi, dokumen administrasi dan data jemaah. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari literatur seperti buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi *marketing mix*.

2. Sumber Data

Sumber data adalah pihak atau asal diperolehnya data dalam sebuah penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung.⁶ Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh melalui informan, observasi, dan dokumen.

Informan dalam penelitian ini adalah Ibu Mardiana sebagai staf administrasi dan Ustadz Fauzi Rahmani sebagai pembimbing ibadah (*muthawwif*) PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru. Keduanya dipilih karena memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan mengenai pelaksanaan strategi *marketing mix* di perusahaan.

Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi yang dilakukan secara langsung terhadap aktivitas pelayanan dan pemasaran di PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru. Observasi difokuskan pada pelaksanaan strategi *marketing mix*, khususnya

⁶ Anas Ahmadi, *METODE PENELITIAN SASTRA PERSPEKTIF MONODISIPLINER DAN INTERDISIPLINER* (Graniti, 2019), 243.

aspek *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*, seperti kegiatan promosi yang dilakukan, interaksi staf dengan jemaah, alur proses pelayanan, serta kondisi fasilitas atau bukti fisik yang dimiliki perusahaan.

Sumber data lainnya diperoleh dari dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti profil perusahaan, konten media sosial, serta berbagai dokumen pendukung yang berhubungan dengan pelaksanaan strategi marketing mix di PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian mengenai Optimalisasi Strategi Marketing Mix di PT Avicenna Taibah Wisata adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan di PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru selama proses penelitian, yaitu dari Januari 2026 sampai April 2026. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan penerapan strategi *marketing mix* pada aspek *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Pengamatan difokuskan pada kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, interaksi staf dengan jemaah, alur pendaftaran dan pelayanan jemaah, serta kondisi

fasilitas dan tampilan kantor yang mendukung kegiatan operasional perusahaan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi secara langsung dari responden melalui pengajuan pertanyaan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.⁷ Dalam penelitian ini digunakan wawancara semi-terstruktur, yaitu wawancara yang bersifat fleksibel namun tetap berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun. Wawancara dilakukan kepada informan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional dan pelayanan, yaitu Ibu Mardiana sebagai staf administrasi dan Ustadz Fauzi Rahmani sebagai pembimbing ibadah (*muthawwif*).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam bentuk buku, arsip, tulisan, angka, gambar, laporan, maupun keterangan lain yang mendukung penelitian.⁸ Pada penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan menghimpun data berupa konten media sosial dan dokumentasi kegiatan seperti manasik umrah, keberangkatan dan pelayanan jemaah, serta bukti fisik seperti

⁷ Sudaryono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, MIX METHOD* (Depok, 2017), 213

⁸ Imam Gunawan, *METODE PENELITIAN KUALITATIF Teori & Praktik* (PT Bumi Aksara, 2013)

fasilitas kantor dan perlengkapan umrah. Dokumentasi tersebut bertujuan untuk melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

F. Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mengumpulkan dan menyusun data secara sistematis yang bersumber dari wawancara, pengamatan lapangan, serta dokumentasi. Dalam pengolahan data, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan menelaah aspek-aspek yang terdapat pada objek penelitian.⁹ Adapun tahapan analisis data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data dilakukan dengan cara menyaring, merangkum, dan memfokuskan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi di PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru. Proses ini dilakukan dengan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu optimalisasi strategi *marketing mix* berdasarkan indikator efektivitas dan efisiensi pada aspek *promotion, people, process, dan physical evidence*. Data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian akan disisihkan, sedangkan data yang berhubungan dengan tingkat keberhasilan pencapaian tujuan strategi pemasaran serta

⁹ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL* (Media Sahabat Cendikia, 2019).

ketepatan penggunaan sumber daya dalam pelaksanaan strategi tersebut akan dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Penyajian Data (*Display Data*)

Data yang telah melalui proses reduksi selanjutnya disajikan secara sistematis dalam bentuk tabel, kutipan hasil wawancara, maupun uraian naratif. Penyajian data tersebut bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami hasil penelitian, mengamati pola yang muncul, serta mengidentifikasi hubungan yang terdapat dalam data penelitian antar elemen marketing mix, khususnya pada *aspek promotion, people, process, dan physical evidence*. Melalui penyajian data tersebut, peneliti dapat mengetahui tingkat efektivitas *strategi marketing mix* dalam mencapai tujuan pemasaran serta tingkat efisiensi penggunaan sumber daya dalam pelaksanaan strategi tersebut. Dengan demikian, penyajian data membantu peneliti dalam menganalisis optimalisasi strategi marketing mix berdasarkan indikator efektivitas dan efisiensi.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir dalam analisis data kualitatif. Pada tahap ini, peneliti menyimpulkan hasil temuan berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan yang diperoleh berkaitan

dengan optimalisasi strategi marketing mix pada PT Avicenna Taibah Wisata Banjarbaru, khususnya pada aspek *promotion, people, process, dan physical evidence* berdasarkan indikator efektivitas dan efisiensi. Selanjutnya, dilakukan verifikasi atau pengecekan kembali terhadap data yang diperoleh untuk memastikan bahwa kesimpulan tersebut valid, konsisten, dan sesuai dengan fakta di lapangan. Proses ini juga dilakukan dengan meninjau kembali data untuk melihat tingkat keberhasilan strategi *marketing mix* dalam mencapai tujuan pemasaran serta ketepatan penggunaan sumber daya dalam pelaksanaan strategi tersebut. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan dapat menggambarkan optimalisasi strategi *marketing mix* secara efektif dan efisien.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari beberapa informan yang berbeda. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari staf administrasi Ibu Mardiana dan pembimbing ibadah Ustadz Fauzi Rahmani. Data yang berkaitan dengan

pelaksanaan strategi *marketing mix*, khususnya pada aspek *promotion, people, process, dan physical evidence*, kemudian dibandingkan untuk melihat kesesuaian, perbedaan, serta memperkuat hasil temuan penelitian. Selanjutnya, data yang telah diperoleh dikonfirmasi kembali kepada informan (*member check*) untuk memastikan kebenaran dan keakuratan informasi.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber yang sama melalui beberapa metode pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, data yang berkaitan dengan pelaksanaan strategi *marketing mix*, khususnya pada aspek *promotion, people, process, dan physical evidence*, dianalisis dengan cara membandingkan hasil wawancara, hasil observasi, serta dokumen pendukung untuk melihat kesesuaian dan konsistensi informasi. Apabila ditemukan adanya perbedaan data, peneliti melakukan konfirmasi lebih lanjut kepada informan guna memperoleh data yang lebih akurat dan sesuai dengan kondisi di lapangan. Proses ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar menggambarkan upaya optimalisasi melalui efektivitas dan efisiensi.