

BAB III

METODE PENELITIAN

Gambaran metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan dilaksanakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*).

Menurut Bondan dan Taylor dalam Buku Moleong menjelaskan:

“metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini mengarah pada keadaan dan individu secara holistik (utuh). Jadi, pokok kajiannya, baik sebuah organisasi atau individu, tidak akan direduksi (disederhanakan) kepada variabel yang telah ditata atau sebuah hipotesis yang telah direncanakan sebelumnya, akan tetapi akan dilihat sebagai bagian dari suatu yang utuh”.¹²⁸

Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku dll, dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks yang alamiah dimana peneliti bertindak dan turun langsung ke lapangan untuk menggali dan memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Dalam penelitian ini, peneliti akan langsung mengamati bagaimana manajemen pemasaran jasa pendidikan yang berlangsung di SMAN 2 Amuntai.

¹²⁸ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h. 6

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMAN 2 Amuntai yang beralamat di jalan. Kebayuran Sungai Dikum kab. Hulu sungai utara, Amuntai, Kalimantan Selatan. Alasan peneliti melakukan penelitian di SMAN 2 Amuntai karena lokasi sekolah agak jauh kebelakang dari lokasi komplek sekolah lainnya yang berada dekat dengan jalan utama.

C. Data dan Sumber Data

Menurut Nasution, penelitian kualitatif disebut juga penelitian naturalistic. Dalam penelitian naturalistic yang dijadikan sampel hanyalah sumber yang dapat memberikan informasi. Sampel dapat berupa hal, peristiwa, manusia, dan situasi yang diobservasi.¹²⁹

Data yang digali pada penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, bauran pemasaran jasa pendidikan, faktor pendukung dan penghambat pemasaran jasa pendidikan, faktor internal pemasaran jasa pendidikan, yang menjadi informan adalah orang-orang yang mengetahui seluk beluk tentang pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai, maka peneliti akan melakukan observasi, wawancara secara nonformal dengan beberapa staf dan kepala sekolah, juga masyarakat, kemudian nantinya peneliti meminta beberapa dokumentasi berupa notulen terkait pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan di SMAN 2 Amuntai.

¹²⁹ S. Nasution, *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 1996), h. 167

Penelitian ini terkait manajemen pemasaran jasa pendidikan yaitu:

1. Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai;
2. Bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai;
3. Bagaimana pengorganisasian manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai;
4. Bagaimana pengawasan manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai;
5. Apa saja produk (kegiatan belajar mengajar) yang akan di pasarkan dari SMAN 2 Amuntai terkait dari produk inti, dan produk tambahan;
6. Bagaimana harga/ biaya pendidikan jasa di SMAN 2 Amuntai;
7. Bagaimana lokasi pemasaran jasa pendidikan dari SMAN 2 Amuntai;
8. Bagaimana promosi yang dilaksanakan oleh SMAN 2 Amuntai;
9. Siapa saja sumber daya yang terkait dalam pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan SMAN 2 Amuntai;
10. Apa saja bukti fisik yang bisa ditampilkan dalam memasarkan jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai;
11. Bagaimana proses pemasaran jasa pendidikan dari sekolah;

D. Teknik dan Pengumpulan Data

Selama penelitian lapangan penulis/peneliti memperoleh data-data yang berkenaan dengan judul penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan suatu objek dengan sistematis fenomena yang ada.¹³⁰ Observasi yaitu cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.¹³¹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan observasi adalah kegiatan pengamatan terhadap sesuatu baik subjek maupun objek tanpa adanya komunikasi semua observasi yang akan dilakukan terkait dengan proses pengelolaan pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai.

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi agar dapat melihat secara langsung kondisi kegiatan pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data tentang pemasaran jasa Sekolah baik di kalangan masyarakat luar maupun sebagian wali murid yang sekolah SMAN 2 Amuntai.

¹³⁰ Sukandarrumidi, *Metode Penelitian; Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004), h. 69

¹³¹ Anwar Sanusi, *metodologi penelitian Praktis; Untuk ilmu Sosial dan Ekonomi*, (Malang: Buntara Media, 2003), h. 97-98

Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengamati secara langsung di lapangan bagaimana produk pemasaran jasa pendidikan, harga pemasaran jasa pendidikan, lokasi pemasaran jasa pendidikan, promosi pemasaran jasa pendidikan, sumber daya pemasaran jasa pendidikan, bukti fisik dari pemasaran jasa pendidikan dan proses pemasaran jasa pendidikan. Manajemen pemasaran pendidikan dilaksanakan untuk meningkatkan minat konsumen, mengapa diadakan Manajemen pemasaran jasa, serta cara-cara dalam menerapkan Manajemen pemasaran jasa pendidikan yang ada di SMAN 2 Amuntai.

Peneliti menggunakan instrumen observasi ini karena dinilai hasil dari observasi sangat membantu menambahkan informasi yang diperoleh dari sekolah. Data yang diperoleh dari observasi tersebut dapat memperkuat informasi dari hasil wawancara atau sebaliknya, sehingga hasil yang di dapat semakin akurat.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹³²

Jadi dapat disimpulkan pengertian wawancara adalah proses interaksi dengan satu atau beberapa orang untuk mendapatkan informasi yang diinginkan semua wawancara yang akan dilakukan terkait dengan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasannya dalam pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai.

¹³² Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h.70

Dalam penelitian nantinya peneliti akan menanyakan tentang manajemen pemasaran jasa pendidikan terkait produk apa saja yang dijadikan sebagai pemasaran jasa pendidikan, harga, lokasi pemasaran jasa pendidikan di adakan, promosi pemasaran jasa pendidikan, sumber daya yang kait dalam pemasaran pendidikan, bukti fisik yang dijadikan sebagai pemasaran jasa pendidikan, dan proses pemasaran jasa pendidikan.

Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan kepada staff sekolah, kepala sekolah, para guru, para siswa dan para orang tua dari siswa serta pada masyarakat di sekitar sekolah. Wawancara dilakukan pada berbagai kesempatan dan dalam berbagai bentuk wawancara.

Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan dan menemukan apa yang terdapat dalam pikiran orang lain. Wawancara yang dilakukan dengan tujuan untuk menemukan sesuatu yang tidak mungkin ditemukan melalui pengamatan/observasi.

3. Studi Dokumen

Dokumentasi ini adalah teknik pengumpulan data dari sejumlah dokumen yang berkaitan dan relevan dengan fokus penelitian. Teknik ini digunakan untuk melengkapi dan atau mengcross-cek data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara semua dokumentasi yang akan dilakukan dan dikumpulkan terkait tentang pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai.

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini terkait dengan dokumen pemasaran jasa pendidikan seperti dokumen dari produk jasa yang akan dipasarkan kemasyarakat, harga/ biaya, lokasi pemasaran jasa pendidikan di

masyarakat, promosi yang digunakan sekolah untuk memasarkan sekolahnya, bukti fisik dari pemasaran sekolah, dan proses jasa di SMAN 2 Amuntai.

Data yang diperoleh dengan teknik dokumentasi ini biasanya ditambahkan juga data yang berkaitan dengan profil sekolah yang berisi sejarah berdiri, visi dan misi, keadaan siswa dan tenaga kependidikan, sarana dan fasilitas sekolah, dan lainnya.

E. Analisis Data

Kegiatan analisis data dan pengumpulan data pada penelitian kualitatif sejatinya sangat sulit dipisahkan. Dua kegiatan ini secara bergandengan dan bersamaan telah dilakukan peneliti sejak awal pengumpulan data. Jadi, kegiatan analisis data ini berjalan ketika proses pengumpulan data dan sesudah proses pengambilan data.

Menurut Bodgan dan Biklen dalam buku Moleong, *Analisis Data Kualitatif* adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasi data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹³³

Dapat disimpulkan bahwa analisis data adalah proses mengolah data menjadi informasi sehingga data dapat dipahami untuk menjawab masalah-masalah yang terkait dengan kegiatan penelitian.

¹³³ Lexy Moleong, *Analisis Data Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h. 284

Dalam penelitian yang akan dilaksanakan ini, analisis data dari semua sumber data yang di dapat dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi di SMAN 2 Amuntai akan di analisis.

F. Pengecek Keabsahan Data

Keabsahan data dimaksud untuk memperoleh tingkat kepercayaan yang berkaitan dengan seberapa jauh kebenaran hasil penelitian, mengungkap dan memperjelas data dengan fakta-fakta di lapangan. Untuk mengetahui keabsahan data peneliti menggunakan beberapa teknik yaitu:

1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik Triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.¹³⁴

Jadi dapat disimpulkan triangulasi adalah membandingkan informasi tentang hal yang sama yang diperoleh dari berbagai pihak, agar ada jaminan tentang kepercayaan data yang didapat.

2. Kecukupan referensial

Konsep kecukupan referensial ini mula-mula diusulkan oleh Eisner sebagai alat untuk menampung dan menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi.¹³⁵

¹³⁴ Ibid, hal. 330.

¹³⁵ Lexi J. Moleong, *Analisis Data Kualitatif*, hal. 181

Dapat disimpulkan bahwa kecukupan referensial itu adalah bahan baik itu catatan, rekaman yang bisa digunakan sebagai patokan untuk menafsirkan dan menganalisis data.

Dalam hal ini peneliti menggunakan perekam suara (dari *Handphone*) sebagai alat perekam yang dapat dimanfaatkan untuk membandingkan hasil yang diperoleh dengan kritik yang telah terkumpul.