BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif-analitik. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan menyeluruh (holistik), yaitu strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Ani Hamid Banjarmasin dalam merekrut jamaah umroh, sebagaimana yang dialami dan dijalankan oleh para partisipan penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu, analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksi menjadi pemahaman dan kesimpulan yang bermakna. Penelitian kualitatif memanfaatkan wawancara untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian.[1] Jenis penelitian lapangan (*field research*) dipilih karena penelitian ini mengacu pada pengumpulan data langsung dari sumbernya melalui observasi dan wawancara di lapangan, yaitu di kantor PT Ani Hamid Banjarmasin.

[1] Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, ed. revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 6–8.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian. Informan dalam penelitian ini terdiri atas pihak pengelola perusahaan, staf pemasaran, dan alumni jamaah PT Ani Hamid Banjarmasin.

Pihak pengelola perusahaan menjadi informan untuk memperoleh informasi mengenai kebijakan dan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran. Staf pemasaran menjadi informan untuk menjelaskan kegiatan pemasaran yang dilaksanakan perusahaan, sedangkan alumni jamaah menjadi informan untuk memberikan informasi mengenai pengalaman pelayanan serta pertimbangan dalam memilih PT Ani Hamid Banjarmasin sebagai penyedia jasa perjalanan umroh.

Adapun objek penelitian ini adalah strategi pemasaran PT Ani Hamid Banjarmasin dalam merekrut jamaah umroh. Fokus kajian meliputi proses perumusan, penetapan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran melalui bauran pemasaran 7P, serta faktor-faktor yang mendukung strategi pemasaran tersebut sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di kantor PT Ani Hamid Banjarmasin yang berlokasi di Jalan A. Yani KM 7,8 Ruko Citraland, Pemurus Luar, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi

tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa PT Ani Hamid Banjarmasin merupakan salah satu biro perjalanan umroh yang mengalami perkembangan di Kota Banjarmasin serta memiliki keterkaitan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian.[2] Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan pimpinan atau pengelola PT Ani Hamid Banjarmasin, staf pemasaran, dan alumni jamaah yang benar-benar menjadi informan penelitian. Selain itu, data primer juga diperoleh melalui observasi langsung terhadap kondisi kantor, fasilitas pelayanan, serta kegiatan dan media pemasaran perusahaan. Dokumen asli perusahaan yang diperoleh secara langsung, seperti profil perusahaan, brosur, dan dokumen legalitas, juga digunakan sebagai sumber data pendukung sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui sumber-sumber yang telah tersedia.[3] Data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal ilmiah, skripsi, serta literatur lain yang

[2] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), hlm. 171–173.
[3] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), hlm. 173–175.

berkaitan dengan strategi pemasaran, bauran pemasaran 7P, dan penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

   Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aspek yang relevan dengan pemasaran PT Ani Hamid Banjarmasin, antara lain lokasi dan kondisi kantor, fasilitas pelayanan yang dapat diamati, serta media atau materi promosi yang digunakan perusahaan. Hasil observasi dicatat sebagai temuan lapangan dan digunakan untuk melengkapi keterangan informan.

2. Wawancara

   Wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) dan semi- kepada informan yang dipilih sesuai dengan fokus penelitian. Pertanyaan diarahkan pada strategi pemasaran 7P, alasan pemilihan saluran promosi, pengalaman jamaah, faktor pendukung, serta proses perencanaan dan evaluasi apabila informan memiliki pengetahuan langsung mengenai hal tersebut.

3. Dokumentasi

   Dokumentasi dilakukan dengan menelaah dokumen yang benar-benar diperoleh peneliti, seperti profil perusahaan, brosur atau materi promosi, tangkapan atau dokumentasi akun media sosial, serta arsip perusahaan yang relevan. Dokumen digunakan untuk mendeskripsikan

objek yang dapat dibuktikan dan untuk melengkapi keterangan hasil wawancara dan observasi.

F. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang terdiri dari empat tahapan:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

   Dalam hal ini, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan pencarian dokumen yang relevan, dengan mengelompokkannya ke dalam kategori yang sesuai dengan permasalahan penelitian.

2. *Data Condensation* (Kondensasi Data)

   Kondensasi data merupakan tahap di mana data yang terkumpul dari catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan sumber empiris lainnya diseleksi, difokuskan, disederhanakan, dan diubah bentuknya. Proses ini bertujuan untuk memperkuat kualitas data yang diperoleh.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

   Menurut Miles dan Huberman, penyajian data membutuhkan pengorganisasian informasi secara sistematis agar memudahkan penafsiran dan perumusan tindak lanjut. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data umumnya dilakukan melalui narasi deskriptif, bagan, atau visualisasi lainnya.

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

Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola, tema, dan hubungan yang ditemukan dalam data. Kesimpulan bersifat tentatif pada awalnya dan terus diverifikasi selama proses penelitian berlangsung hingga diperoleh kesimpulan akhir yang kredibel.

G. Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengecekan keabsahan data sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan keterangan dari informan yang benar-benar diwawancarai, seperti staf pemasaran dan alumni jamaah, serta pimpinan atau pengelola apabila tersedia keterangannya. Dengan cara ini, data yang diperoleh dapat dipastikan kebenarannya dan tidak bergantung pada satu sumber saja.

2. Triangulasi Metode

Peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data secara bersamaan, yaitu observasi langsung ke lapangan, wawancara mendalam, serta studi dokumentasi. Kesesuaian data dari ketiga metode tersebut memperkuat kredibilitas temuan penelitian.

3. Member Check

Setelah pengumpulan data, peneliti mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan observasi kepada informan terkait untuk memastikan

interpretasi dan pemahaman data sudah tepat dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan.