

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada salah satu unit usaha yang mengambil konsentrasi di bidang pendidikan yaitu Sekolah TKIT Al-Kumala yang terletak di daerah Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi. Sistem Jasa Pendidikan yang digunakan oleh TKIT Al-Kumala adalah Business To Consumer (B2C) yaitu target yang pilih adalah masyarakat yang mempunyai anak umur 4-5 tahun yang berada disekitar daerah Rawa Sapi dan Sekitarnya.

### **3.2 Metode dan Desain Penelitian**

#### **3.2.1 Metode Penelitian**

Beralaskan variabel yang diteliti, maka penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dimana penelitian meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Data deskriptif dikumpulkan melalui informasi suatu gejala yang terjadi saat proses penelitian dilakukan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Sedangkan Menurut Robert C. Bogdan & Sari Knopp Biklen (1998), penelitian kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif dari hasil pengumpulan data selama proses penelitian.

Maka metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Zellatifanny & Mudjiyanto (2018), Penelitian kualitatif adalah "metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan keadaan sebenarnya." Metode ini digunakan untuk memperoleh deskripsi yang tepat dan faktual mengenai objek yang diteliti (Herlina, 2011).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait inovasi pemasaran di TKIT Al-Kumala. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat menyusun deskripsi yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, karakteristik, serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti.

#### **3.2.2 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi

kasus untuk menggambarkan objek secara autentik. Selain itu, studi kasus digunakan untuk memahami peristiwa sosial yang terjadi atau pengalaman individu yang menjadi latar belakang dari sebuah kasus (Prihatsanti et al., 2018). Lebih lanjut, Prihatsanti et al (2018) Penelitian studi kasus juga menjelaskan bahwa fokusnya adalah pada kasus tertentu secara mendalam untuk mengidentifikasi batasan antara fenomena dan konteks secara bersamaan.

Penelitian dengan pendekatan studi kasus memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan jenis pendekatan penelitian kualitatif lainnya, terutama dalam hal kedalaman analisis pada kasus tertentu yang lebih spesifik. Analisis mendalam dan triangulasi data digunakan untuk menguji keabsahan data dan menemukan kebenaran objektif. Metode ini sangat sesuai untuk menganalisis kejadian tertentu di suatu tempat dan waktu tertentu. Penelitian dengan jenis studi kasus ini melibatkan beberapa tahap dalam desain penelitiannya, yaitu sebagai berikut:

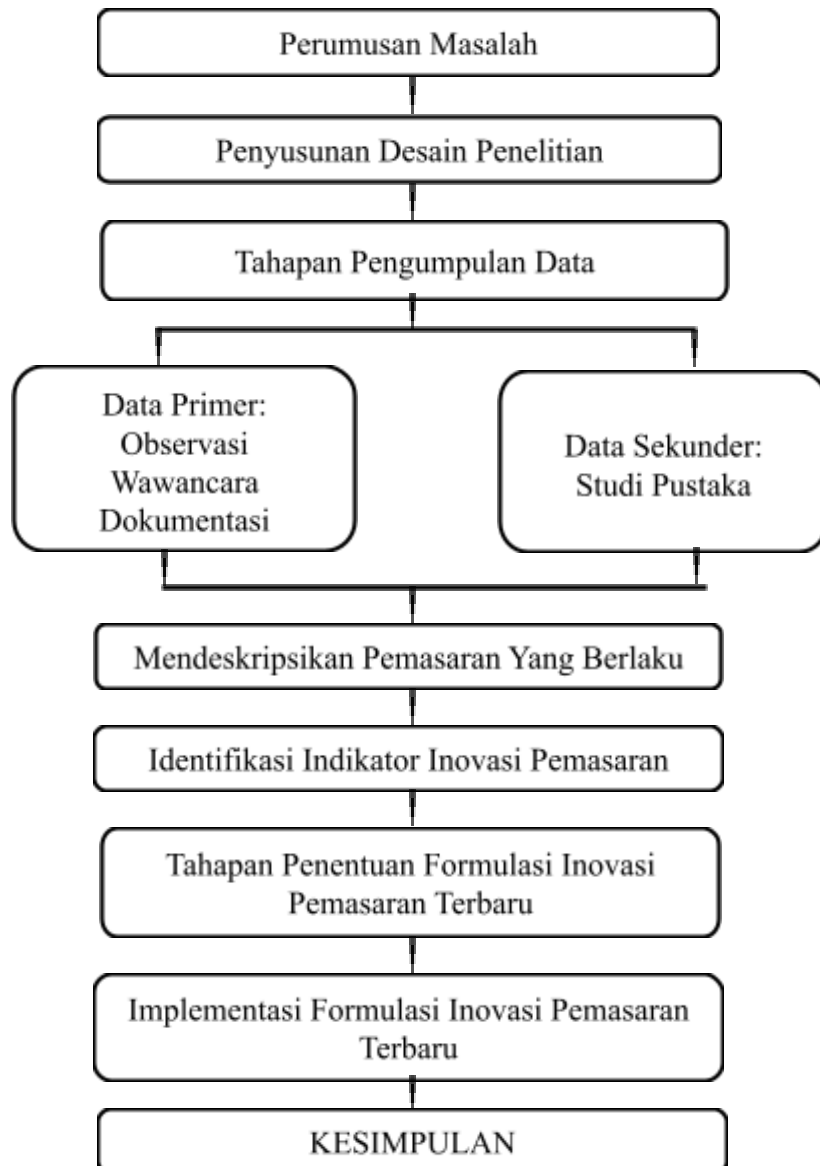
Tahap pertama adalah perencanaan. Pada tahap ini, kegiatan yang akan dilakukan meliputi penyusunan rancangan penelitian, penetapan waktu dan jadwal penelitian, serta penyusunan beberapa pertanyaan wawancara untuk partisipan penelitian pada minggu pertama bulan pertama penelitian.

Tahapan kedua, pelaksanaan. Dalam tahap pelaksanaan, akan dilakukan untuk beberapa hal kegiatan sebagai berikut:

1. Observasi dan wawancara langsung kepada pihak TKIT Al-Kumala untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai inovasi pemasaran yang ada pada TKIT Al-Kumala.
2. Melakukan wawancara untuk mendapatkan penilaian dari indikator inovasi pemasaran TKIT Al-Kumala agar dapat diidentifikasi lebih lanjut.
3. Setelah mendapatkan beberapa faktor-faktor sebelumnya, kemudian dilakukan analisis untuk dicari tahu mana saja faktor-faktor yang pas untuk dijadikan inovasi pemasaran.

Tahap ketiga, yaitu tahap evaluasi. Keseluruhan data yang sudah didapatkan dan telah dianalisis kemudian dievaluasi dengan melakukan wawancara konfirmasi untuk meminimalisir kekeliruan dan kesalahan data yang telah didapatkan selama proses penelitian. Berikut merupakan gambaran alur

penelitian ini:



**Gambar 3. 1 Diagram Alat Penelitian**

### 3.3 Sumber dan Alat Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

##### 1. Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan Kepala Sekolah TKIT Al-Kumala. Peneliti menggunakan alat pengumpulan data berupa kegiatan wawancara dan observasi di lokasi yang menjadi objek penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam proses penelitian (Sugiyono, 2016). Data primer yang dibutuhkan peneliti

berupa data sekolah visi, misi, sejarah dan data informasi mengenai inovasi pemasaran yang diterapkan.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder digunakan untuk mengumpulkan informasi dari studi kepustakaan dan data lain selain dari narasumber wawancara penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku, baik fisik maupun elektronik, jurnal, tesis/disertasi, laporan, serta media informasi lainnya yang dapat mendukung proses penelitian (Sugiyono, 2016). Studi pustaka yang digunakan peneliti mengenai Inovasi pemasaran.

### 3.3.2 Alat Pengumpulan Data Penelitian

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui beberapa cara yaitu observasi, wawancara langsung terstruktur, studi pustaka, dan dokumentasi.

#### 1. Observasi

Menurut Nugrahani (2014) observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menggali informasi dari sumber berupa tempat dan aktivitas. Melalui observasi, peneliti dapat mendokumentasikan kegiatan dan interaksi objek penelitian secara sistematis. Dalam penelitian ini, teknik observasi digunakan untuk mendapatkan data dan melakukan survei lokasi di TKIT Al-Kumala.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan percakapan antara dua pihak atau lebih dengan tujuan tertentu untuk memperoleh informasi (Nugrahani, 2014). Teknik wawancara dilakukan untuk memahami gambaran inovasi pemasaran di TKIT Al-Kumala yang ada saat ini, serta untuk mengidentifikasi indikator-indikator inovasi pemasaran yang diterapkan di TKIT Al-Kumala.

#### 3. Studi Pustaka

Teknik studi pustaka dilakukan untuk menyediakan informasi tambahan yang mendukung proses penelitian serta teori terkait variabel atau alat penelitian. Ini mencakup penelaahan buku, e-book, jurnal, dan artikel yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan.

#### 4. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu tambahan untuk merekam audio selama wawancara dan mengambil gambar yang akan mendukung proses penelitian dan disimpan sebagai lampiran penelitian.

### 3.4 Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian adalah individu atau kelompok yang memiliki pengalaman dan wawasan mendalam mengenai objek yang diteliti, sehingga dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif, penentuan jumlah partisipan tidak didasarkan pada kuantitas, melainkan pada kesesuaian dan sampai tercapainya saturasi data. Jumlah partisipan dianggap memadai jika informasi yang diperoleh sudah mencapai titik saturasi data (Sugiyono, 2016). Menurut Martha & Kresno (2016) dalam menentukan jumlah partisipan atau informasi, terdapat dua syarat utama yaitu kecukupan dan kesesuaian. Kecukupan mengacu pada jumlah informasi yang diperlukan untuk mencapai saturasi data, sedangkan kesesuaian berkaitan dengan relevansi informasi yang diberikan oleh partisipan terhadap fokus penelitian.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, subjek yang akan dijadikan kunci informan atau partisipan adalah kepala sekolah, guru, dan orang tua murid TKIT Al-Kumala. Mereka dipilih karena memenuhi syarat kecukupan dan kesesuaian dalam memberikan informasi yang dibutuhkan. Informasi dari mereka dianggap lebih jelas dan akurat karena mereka mengetahui dan memahami permasalahan yang ada di TKIT Al-Kumala.

### 3.5 Waktu dan Jadwal Penelitian

Waktu dan Jadwal penelitian memuat kegiatan dan waktu pelaksanaan penelitian. Pada penelitian kualitatif relatifnya membutuhkan waktu penelitian selama 6 bulan sampai 24 bulan (Sugiyono, 2016). Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dari bulan Januari sampai bulan Juli 2024. Berikut rincian kegiatan penelitian:

#### a. Tahapan perencanaan

Tahapan perencanaan penelitian dimulai pada bulan Desember 2023

dengan mencari dan menentukan objek penelitian, yaitu Sekolah TKIT Al-Kumala. Pada bulan Desember 2023, peneliti melakukan observasi untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di sekolah tersebut. Di bulan Januari 2024, peneliti mengumpulkan informasi pra-penelitian dengan bertanya langsung kepada Kepala Sekolah TKIT Al-Kumala. Dari Januari hingga April 2024, peneliti menetapkan dan merumuskan masalah dari permasalahan yang ditemukan serta melakukan konsultasi dengan dosen untuk mendapatkan saran terkait permasalahan di TKIT Al-Kumala yang akan dijadikan objek penelitian skripsi.

b. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan dilakukan oleh peneliti pada bulan Mei hingga Juni 2024 dengan turun ke lapangan untuk mengumpulkan data secara langsung dari kepala sekolah, guru, dan orang tua murid TKIT Al-Kumala. Pengambilan data meliputi observasi, wawancara, dan pengumpulan data sekunder. Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan pedoman yang telah dipersiapkan dalam rancangan penelitian.

c. Tahap Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis indikator inovasi pemasaran yang memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi faktor-faktor terkait dalam inovasi pemasaran. Selain itu, identifikasi hasil wawancara juga dilakukan. Proses analisis dan pengolahan data dilaksanakan pada bulan Juni 2024.

d. Formulasi Inovasi Pemasaran

Dalam tahap formulasi inovasi pemasaran, peneliti menganalisis kembali hasil wawancara untuk menentukan indikator inovasi pemasaran yang dapat ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan TKIT Al-Kumala. Proses formulasi inovasi pemasaran dilakukan pada bulan Juni 2024.

e. Implementasi Hasil Inovasi Pemasaran

Dalam tahap implementasi hasil inovasi pemasaran, peneliti menerapkan formulasi inovasi pemasaran yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan pengolahan data sebelumnya. Tujuannya adalah untuk membantu menyelesaikan permasalahan di bagian pemasaran dan meningkatkan jumlah

pendaftar setiap tahunnya dengan memaksimalkan inovasi pemasaran di TKIT Al-Kumala. Implementasi hasil inovasi pemasaran ini dilakukan pada bulan Juni hingga Juli 2024.