

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode dan Desain Penelitian

3.1.1 Metode penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan sistematis yang digunakan untuk memperoleh data yang valid dan akurat guna menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip-prinsip keilmuan, seperti rasionalitas, empiris, dan sistematika. Seiring dengan perkembangan zaman, metode penelitian juga terus berkembang dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. (Fiantika, 2022). Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami makna dan pengalaman subjek penelitian dalam konteks sosial mereka. Penelitian ini menggunakan teori sebagai kerangka kerja untuk menginterpretasi data yang diperoleh dari lapangan, seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. (Fiantika, 2022). Berdasarkan alasan tersebut, penelitian ini memilih metode kualitatif sebagai kerangka kerja penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendalam dan rinci mengenai fenomena yang diteliti.

Penelitian kualitatif dengan landasan filsafat post-positivis atau interpretatif merupakan pendekatan yang menekankan pada pemahaman fenomena secara alami melalui proses induktif. Data yang dihasilkan bersifat kualitatif dan memerlukan interpretasi yang cermat untuk mengungkap makna yang terkandung di dalamnya (Sugiyono, 2023). Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui keterlibatan langsung peneliti di lapangan. Dengan menggunakan metode seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen, peneliti berusaha untuk menggali makna yang terkandung dalam data yang diperoleh.

Mengacu pada kerangka teoretis yang telah dipaparkan, penelitian ini akan menggunakan strategi penelitian kualitatif dengan desain studi kasus untuk menggali secara mendalam fenomena yang diteliti. (Abdussamad, 2021) Studi kasus adalah

metode penelitian yang melibatkan pengamatan mendalam terhadap suatu kasus unik dalam konteks lingkungannya. Tujuannya adalah untuk membangun pemahaman yang komprehensif dan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi, serta untuk mengembangkan teori baru atau menguji teori yang sudah ada Menurut (Sahir, 2021) Studi kasus adalah metode penelitian yang menggabungkan pengumpulan data kualitatif dengan analisis mendalam untuk memahami secara komprehensif suatu fenomena dalam konteksnya. Data dikumpulkan melalui berbagai teknik, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Menurut (Denzin & Lincoln, 1994) dalam (Abdussamad, 2021), Dalam membahas studi kasus, pendekatan yang digunakan akan menekankan metode kualitatif, bersifat naturalistik, dan berbasis pada budaya serta fenomenologi. Studi kasus bukanlah pilihan metodologi, melainkan pemilihan masalah khusus yang akan diteliti. Ciri-ciri studi kasus meliputi bahwa studi kasus bukanlah suatu metodologi penelitian melainkan bentuk studi tentang masalah tertentu; dapat ditujukan pada individu atau kelompok; masalah yang diteliti bisa sederhana atau kompleks; dan studi kasus tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi.

Berdasarkan pendapat para ahli, diharapkan penelitian ini akan mendapatkan hasil mengenai fenomena bagaimana sekolah melaksanakan dan menggunakan strategi pemasaran pendidikan yang menggunakan siklus penetapan, perencanaan, sumberdaya, pelaksanaan dan hasil dari pemasaran yang ada di MTs Kertabumi, MTs, Al-Fattah, MTs Lengkongsari dan kemudian peneliti mampu memberikan rekomendasi perbaikan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan peserta didik baru.

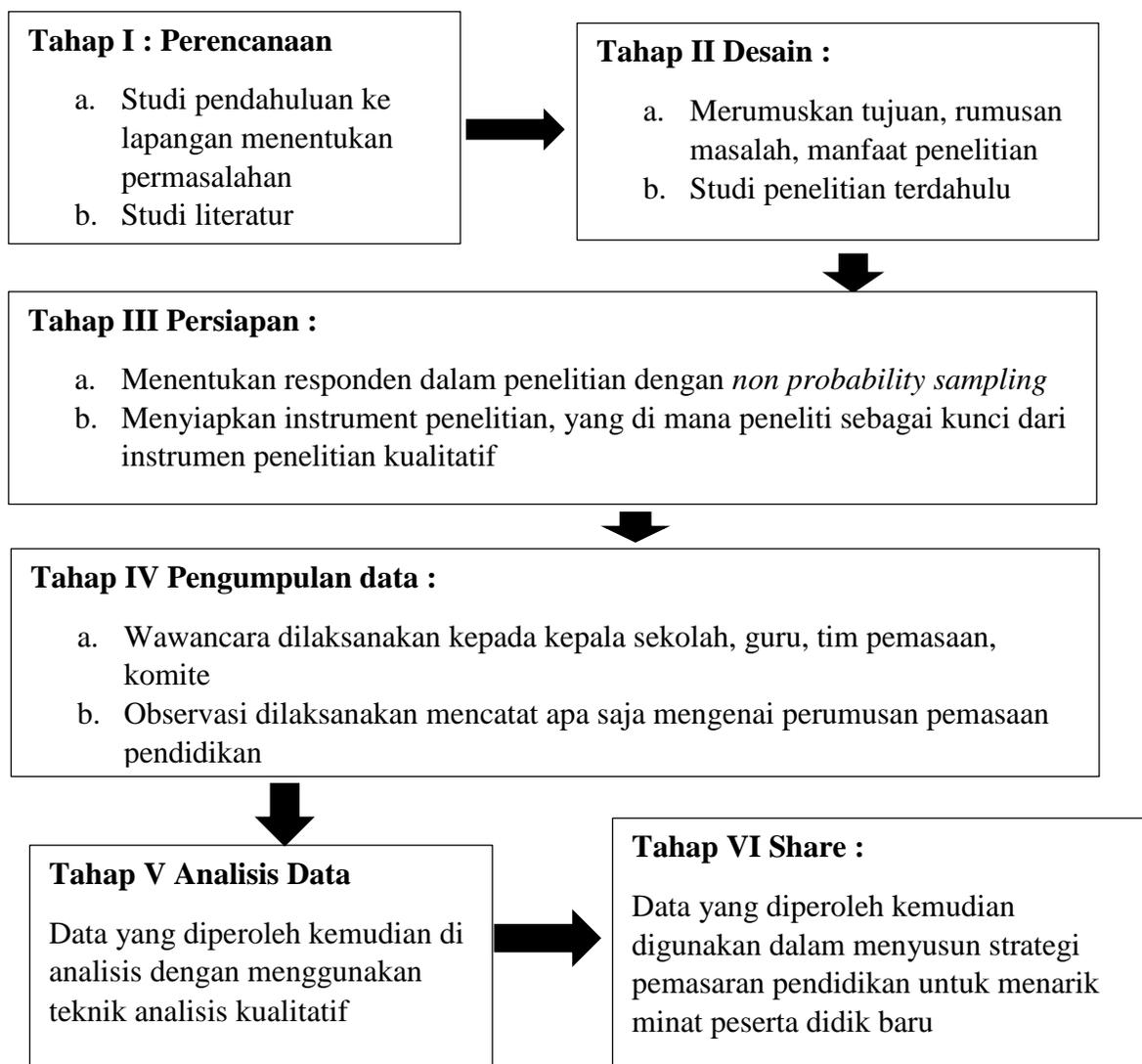
3.1.2 Desain penelitian

Dalam penelitian ini desain penelitian dilakukan dalam enam tahapan yaitu, perencanaan, desain, persiapan, pengumpulan data, analisis data, melaporkan dan membagikan. Merujuk pada desain penelitian tersebut maka secara lengkap peneliti uraikan tahapan penelitian sebagai berikut :

1. Peneliti melakukan studi pendahuluan mengenai strategi pemasaran pendidikan yang dilaksanakan di MTs Kertabumi, MTs, Al-Fattah, MTs Lengkongsari yang relevan dengan masalah yang ditemukan

2. Peneliti mempelajari data awal untuk merumuskan desain penelitian yang akan digunakan agar dapat menjadi panduan saat melakukan pengumpulan data
3. Tahap persiapan yaitu mempersiapkan instrumen penelitian, data yang diperlukan, dan sumber data
4. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis sesuai dengan tahapan metode kualitatif
5. Data hasil sebagai temuan penelitian, dan dukungan teori dan konsep serta acuan penelitian terdahulu yang relevan. Maka selanjutnya peneliti merancang perbaikan pada strategi pemasaran pendidikan untuk menarik minat peserta didik baru di MTs Kertabumi, MTs, Al-Fattah, MTs Lengkongsari
6. Peneliti mengajukan rekomendasi perbaikan strategi pemasaran pendidikan di MTs Kertabumi, MTs, Al-Fattah, MTs Lengkongsari

Secara keseluruhan desain penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap yang dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat penulis melaksanakan penelitian, guna mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data primer

Data primer adalah data dasar yang diperoleh langsung dari sumber aslinya melalui teknik pengumpulan data yang dirancang khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data ini

bersifat original, akurat, dan relevan, serta memberikan wawasan yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini mencari sumber data primer yaitu berasal dari wawancara secara langsung kepada pihak terkait, observasi yaitu berupa pengamatan rapat perencanaan penerimaan peserta didik baru dan kaji dokumentasi yaitu berupa mengkaji beberapa dokumen yang dibutuhkan, seperti profil sekolah, alat yang digunakan untuk pemasaran pendidikan, data peserta didik baru.

Oleh karena itu objek yang digunakan penulis dalam penelitian ini sebagai sumber data atau informan baik yang dipilih sebagai informan awal atau informan berikutnya, mereka adalah narasumber yang mengetahui keadaan dan sumber informasi yang lebih banyak mengetahui informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Maka dari itu sumber data pada penelitian ini adalah MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah, adapun sumber data pada wawancara pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Kepala Madrasah MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah yaitu sebanyak 3 orang, data yang akan digali dalam penelitian ini terkait perencanaan perumusan pemasaran pendidikan yang akan dilaksanakan, pelaksanaan pemasaran, keterlibatan sumber daya manusia dalam pelaksanaan pemasaran, dan hasil yang diperoleh dari pemasaran pendidikan
- b) Guru MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah, yaitu sebanyak 6 orang 2 orang dari masing-masing Madrasah
- c) Tim pemasaran pendidikan sebanyak 6 orang dengan 2 orang dari masing-masing madrasah, data yang digali adalah terkait penyusunan strategi pemasaran pendidikan yang akan dilaksanakan
- d) Komite sebanyak orang dengan 2 orang dari masing-masing madrasah, data yang akan digali adalah berupa data grafik peserta didik petahunnya.

3.3.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya, seperti laporan pemerintah, jurnal ilmiah, atau database online. Data ini sering digunakan sebagai titik awal dalam penelitian untuk memberikan gambaran umum tentang fenomena yang akan diteliti. Data sekunder dapat dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk buku, situs web, atau dokumen pemerintah. Dalam penelitian

ini data sekunder yang didapatkan berasal dari buku, jurnal artikel, dan penelitian terdahulu terkait strategi pemasaran pendidikan terhadap minat peserta didik baru.

3.4 Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan jantung dari setiap penelitian. Dengan memilih teknik yang tepat, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan, akurat, dan dapat diandalkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sebaliknya, pemilihan teknik yang tidak tepat dapat menghasilkan data yang bias, tidak reliabel, dan tidak dapat diinterpretasikan secara akurat. (Sugiyono, 2023).

3.4.1 Observasi (Pengamatan)

Pengamatan atau observasi berarti memperhatikan dengan seksama. Dalam konteks penelitian, observasi merujuk pada metode pencatatan sistematis mengenai perilaku dengan cara mengamati secara langsung tindakan individu atau kelompok yang sedang diteliti (rahmadi, 2011). Menurut (Nasution, 1988) dalam (Sugiyono, 2023) Observasi adalah proses pengumpulan data yang sistematis dan objektif tentang dunia nyata. Data yang diperoleh melalui observasi kemudian dianalisis untuk menghasilkan pengetahuan baru. Dengan kata lain, observasi adalah mata dan telinga ilmu pengetahuan. Tanpa observasi, para ilmuwan tidak akan dapat menguji teori, membangun model, atau membuat prediksi (Marshall, 1995) dalam (Sugiyono, 2023). Pada penelitian ini, dilaksanakan pada kondisi alamiah, pada teknik observasi ini menggunakan jenis teknik observasi partisipasi pasif, di mana peneliti tidak ikut terlibat langsung dalam kegiatan perumusan perencanaan, pelaksanaan, dan hasil dari strategi pemasaran pendidikan. Dengan demikian penelitian ini difokuskan pada observasi pengumpulan data meliputi perencanaan, pelaksanaan, hasil dari strategi pemasaran pendidikan yang akan dilaksanakan di MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah terhadap menarik minat peserta didik baru. Format pengamatan yaitu rapat perumusan pemasaran pendidikan untuk penerimaan peserta didik baru, pada penelitian strategi pemasaran pendidikan ini di tampilkan pada tabel berikut

Tabel 3.2 pedoman observasi proses perencanaan strategi pemasaran pendidikan

Nama Madrasah	
Objek/ Aspek yang diobservasi	
Waktu pelaksanaan	
Peserta	
Proses	
Hasil observasi	

3.4.2 Wawancara

Wawancara adalah suatu proses interaktif yang melibatkan pertukaran informasi antara pewawancara dan responden. Melalui wawancara, peneliti dapat mengajukan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden untuk memberikan jawaban yang lebih luas dan mendalam. Wawancara juga memungkinkan peneliti untuk melakukan probing, yaitu mengajukan pertanyaan lanjutan untuk menggali informasi yang lebih spesifik (rahmadi, 2011). Menurut (Esterberg 2022) dalam (Sugiyono, 2023) Wawancara dalam penelitian ini dirancang sebagai suatu pertemuan yang terarah, di mana pewawancara secara sistematis mengajukan pertanyaan kepada responden berdasarkan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam mengenai topik penelitian, sekaligus memastikan bahwa semua responden diberikan pertanyaan yang sama. Dengan cara ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara untuk mengumpulkan data dan informasi penelitian yang mencakup gagasan, persepsi, atau pendapat dari partisipan penelitian. Berikut ini merupakan pedoman wawancara kepada kepala madrasah, guru, komite sekolah dan tim pemasaran pendidikan.

Daftar Pedoman wawancara

1. Kepala Madrasah
 - 1) Bagaimana proses perencanaan dalam melaksanakan strategi pemasaran pendidikan?
 - 2) Berapa jumlah peserta didik tahun ini? Apakah ada target dalam menarik minat peserta didik baru?

- 3) Siapa saja yang terlibat dalam proses pemasaran pendidikan ini?
- 4) Apa saja yang dilakukan dalam pemasaran pendidikan ini?
- 5) Apa harapan dari hasil pemasaran pendidikan?
- 6) Bagaimana cara sekolah dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru?

2. Guru

- 1) Sejauh mana guru terlibat dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan?
- 2) Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran pendidikan terhadap minat peserta didik baru di MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah?
- 3) Apa tantangan utama yang dihadapi guru dalam mendukung strategi pemasaran pendidikan MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah?
- 4) Seperti apa peran guru dalam memperkuat daya tarik MTs Kertabumi, MTs Lengkongsari, MTs Al-Fattah bagi peserta didik baru melalui strategi pemasaran pendidikan?

3. Komite Sekolah

- 1) Bagaimana tata kelola pendanaan dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan?
- 2) Apakah dari tahun ke tahun terjadi kenaikan/ penurunan yang signifikan?
- 3) Apakah *jobdesc* dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan dilaksanakan sesuai dengan tugasnya?
- 4) Seperti apa keterlibatan orangtua dalam proses pemasaran pendidikan?

4. Tim Pemasaran Pendidikan

- 1) Apa saja yang dipersiapkan dalam proses pelaksanaan pemasaran pendidikan?
- 2) Bagaimana tata kelola pembagian tugas dalam proses pemasaran ini?
- 3) Sarana apa saja yang digunakan untuk menunjang pemasaran pendidikan?

- 4) Seperti apa pelaksanaan perbaikan strategi pemasaran pendidikan dari tahun ke tahun?
- 5) Siapa saja stakeholder yang terlibat dan turut andil dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan

3.4.3 Kaji dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah suatu metode penelitian yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi data dari berbagai jenis dokumen. Dokumen-dokumen ini dapat berupa catatan sejarah, laporan penelitian, surat kabar, memo, foto, video, atau bentuk-bentuk lain yang mengandung informasi relevan dengan topik penelitian. (rahmadi, 2011). Dokumen kualitatif dikumpulkan berdasarkan pada fokus penelitian yaitu penelitian mengenai strategi pemasaran pendidikan maka diperlukan mengenai proses bagaimana strategi pemasaran pendidikan itu dilaksanakan. Kaji dokumen dilaksanakan sebagai pelengkap teknik wawancara. Oleh karena itu kaji dokumen ini dilakukan terhadap dokumen-dokumen mengenai pemasaran pendidikan. Adapun panduan yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah disesuaikan dengan kebutuhan pertanyaan penelitian yang dirumuskan pada pedoman observasi dan wawancara.

3.3 Tabel pedoman kaji dokumentasi

No.	Dokumen
1.	Profil Lembaga
2.	Data Peserta Didik (Jumlah peserta didik baru dari tahun ke tahun)
3.	Data sarana prasarana sekolah
4.	Formulir Pendaftaran
5.	<i>Banner</i>
6.	Spanduk
7.	Brosur
8.	Daftar pembiayaan
9.	<i>Social media</i>
10.	<i>Website</i>
11.	Foto-foto kegiatan

12.	Penghargaan
13.	Dokumen kelulusan
14.	Data program kegiatan sekolah

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses yang kompleks yang melibatkan serangkaian kegiatan, mulai dari transkripsi data mentah, pengkodean data, pembuatan kategori, hingga penarikan kesimpulan. Tujuan utama dari analisis data adalah untuk menemukan pola, tema, dan kategori yang muncul dalam data, serta untuk menginterpretasikan temuan-temuan tersebut dalam konteks teori yang relevan.

a. Data collection

Pengumpulan data merupakan jantung dari setiap penelitian kualitatif. Melalui observasi, peneliti dapat mengamati perilaku dan interaksi secara langsung. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang perspektif dan pengalaman partisipan. Analisis dokumen dapat memberikan konteks historis dan sosial yang lebih luas. Triangulasi data, yaitu penggunaan beberapa metode pengumpulan data secara bersamaan, dapat meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

b. Data reduction

Seiring berjalannya waktu di lapangan, jumlah data yang dikumpulkan akan semakin bertambah. Untuk menghindari kebingungan dan memudahkan dalam analisis, peneliti perlu melakukan reduksi data secara berkala. Reduksi data melibatkan proses pemilihan, pengelompokan, dan penyederhanaan data mentah menjadi unit-unit informasi yang lebih kecil dan lebih mudah dikelola. Dengan demikian, peneliti dapat dengan lebih mudah mengidentifikasi tema-tema utama, membangun hubungan antara berbagai konsep, dan menarik kesimpulan yang valid.

c. Data display

Setelah melakukan reduksi data, peneliti perlu menyajikan data dalam bentuk yang jelas, terstruktur, dan mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti narasi, tabel, grafik, diagram, atau kombinasi dari semuanya.

Tujuan dari penyajian data adalah untuk mengkomunikasikan temuan penelitian kepada pembaca, baik itu sesama peneliti, praktisi, atau masyarakat umum. Dengan menyajikan data secara visual dan naratif, peneliti dapat membantu pembaca untuk memahami makna yang terkandung dalam data dan menarik kesimpulan yang relevan.

3.6 Kisi-kisi Penelitian

Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Penelitian

Tujuan Penelitian	Data	Sub data	Alat pengumpul data	Sumber data/ Informan
Strategi pemasaran pendidikan	Perencanaan	Perencanaan strategi pemasaran	Observasi	
		Penetapan tim pemasaran	Observasi	
		Penentuan strategi pemasaran	Observasi	
		Menentukan target jumlah peserta didik baru	Wawancara	Kepala Madrasah
		Segmentasi pasar	Wawancara	Kepala Madrasah
		Pembagian tugas dalam proses pemasaran pendidikan	wawancara	Tim pemasaran

		Perencanaan anggaran	Wawancara	Komite
		Sarana pemasaran	Dokumentasi	
	Pelaksanaan	Produk pemasaran	Wawancara	Kepala Madrasah
		Promosi	Dokumentasi	
		Harga	Dokumentasi	
		Bukti fisik/fasilitas	Dokumentasi	
		Program	Wawancara	Kepala Madrasah
		Proses Pelaksanaan PPDB	Observasi	
		Lokasi	Wawancara	Kepala Madrasah
	Sumberdaya	Pembagian tugas	Wawancara	Tim pemasaran
		Keterlibatan <i>stakeholder</i> Madrasah	Wawancara	Guru
		Pengaruh peran <i>stakeholder</i>	Wawancara	Guru
		Profil alumni	Dokumentasi	
	Hasil	Berjalannya kegiatan PPDB dengan baik	Dokumentasi	

		Kesesuaian dengan rencana	Dokumentasi	
		Keterlibatan <i>stakeholder</i> dalam pemasaran	Wawancara	Guru
		Kesesuaian dengan tugas yang diberikan		
		Pengaruh dari tiap pelaku pemasaran	Wawancara	Guru
		Kebutuhan masyarakat	Dokumentasi	
		Target jumlah peserta didik baru	Observasi dan dokumentasi	
Minat peserta didik baru	Faktor yang memengaruhi minat	Dorongan dari kemauan dan keinginan	Observasi	
		Pilihan orang tua	Wawancara	Guru
		Motif sosial	Wawancara	Tim pemasaran
		Pertimbangan orang tua	Wawancara	Komite

