BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, di mana peneliti melakukan analisis data objek penelitian atau deskriptif penelitian kepada narasumber yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, yaitu kepada Kabid Pemasaran Disporapar Kab. Kuningan yang tentunya berkaitan langsung dengan penelitian yang dibahas. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif di mana teknik pengumpulan data yang disajikan merupakan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian kualitatif deskriptif merupakan salah satu pendekatan dalam metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh dan mendalam terhadap suatu fenomena sosial, gejala, atau peristiwa berdasarkan pandangan subjek penelitian. Menurut Sandelowski (2000), pendekatan deskriptif kualitatif digunakan ketika peneliti ingin menyajikan deskripsi yang akurat dan detail dari suatu fenomena tanpa interpretasi teoritik yang mendalam.

Sementara itu, Moleong (2012) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

3.2 Partisipan

Partisipan pada penelitian ini adalah kabid pemasaran dan kabid destinasi Disporapar Kab. Kuningan yang mana kedua partisipan tersebut berkontribusi dalam melaksanakan acara budaya saptonan. Tempat penelitian ini dilaksanakan di salah satu instansi di Kab. Kuningan yaitu Disporapar Kab. Kuningan.

Veni Anggraeni, 2025
STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA BUDAYA SAPTONAN DI KABUPATEN KUNINGAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.1 Partisipan

Dalam penelitian kualitatif, istilah "partisipan" merujuk pada individu atau kelompok yang menjadi sumber utama data karena mereka memiliki pengalaman, pemahaman, atau keterlibatan langsung dalam fenomena yang diteliti. Tidak seperti istilah "responden" yang lebih umum digunakan dalam penelitian kuantitatif, "partisipan" menunjukkan keterlibatan aktif dalam proses penelitian, bukan hanya sebagai objek pengumpulan data (Creswell, 2013).

Jenis-jenis partisipan dalam penelitian kualitatif Menurut Miles & Huberman (1994) dan Creswell (2014), partisipan dalam penelitian kualitatif deskriptif dapat dikategorikan berdasarkan beberapa pendekatan pemilihan subjek. Diantaranya, Partisipan Kunci *(Key Informants)*, Partisipan Tipikal *(Typical Informants)*, Partisipan Ekstrem *(Extreme or Deviant Cases)*, Partisipan Maksimal Variasi *(Maximum Variation Sampling)*, Partisipan Homogen *(Homogeneous Sampling)*, Partisipan Berdasarkan Kriteria *(Criterion Sampling)*, Partisipan Salju *(Snowball Sampling)*. Dalam penelitian ini menggunakan dua partisipan diantaranya:

a) Partisipan Kunci *(Key Informants),* Partisipan ini memiliki pengetahuan mendalam atau posisi strategis dalam fenomena yang diteliti. Mereka biasanya dipilih karena dapat memberikan informasi kaya dan relevan. Contohnya partisipan kunci pada penelitian ini adalah Kabid Pemasaran Disporapar Kab. Kuningan dan Kabid Destinasi Disporapar Kab. Kuningan yang mana beliau memiliki informasi yang relevan terhadap informasi yang dijadikan bahan penelitian peneliti.

b) Partisipan Tipikal *(Typical Informants),* Mereka adalah individu yang dianggap mewakili mayoritas atau kondisi umum dari populasi target. Informasi yang mereka berikan dianggap mencerminkan pola umum dari kelompok yang diteliti. Contohnya partisipan tipikal pada penelitian ini adalah Wisatawan yang pernah berkunjung menyaksikan pertunjukan kesenian saptonan.

No.	Partisipan	Jumlah	Keterangan
1.	Kabid pemasaran Disporapar Kab. Kuningan	1	Bapak Ahmad Jajuli merupakan, kabid pemasaran Pariwisata di Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kab. Kuningan.
2.	Kabid destinasi Disporapar Kab. Kuningan	1	Bapak Ritto Riswanto, SE.Par., M.Par. Telah menjabat sebagai Kabid Destinasi Pariwisata di Disporapar Kabupaten Kuningan.
3.	Wisatawan	3	Wisatawan yang menghadiri kesenian saptonan.

Tabel 3.1 Tabel Partisipan Penelitian

Sumber: olahan data peneliti 2025

3.3 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat, yang dikenal sebagai daerah dengan potensi wisata alam dan budaya yang berkembang pesat. Kabupaten Kuningan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki kekayaan budaya, tradisi lokal yang masih terjaga, serta berbagai destinasi wisata berbasis kearifan lokal yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

3.4 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kualitatif terdiri dari tiga prinsip yang harus diterapkan oleh peneliti, yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif merupakan tahapan krusial untuk memperoleh informasi yang mendalam dan holistik mengenai fenomena yang diteliti. Proses ini dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan subjek penelitian dalam konteks sosial dan budaya mereka. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan dianalisis secara induktif untuk menemukan pola atau makna tertentu.Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami persepsi, pengalaman, serta interaksi sosial dari partisipan terkait dengan objek

penelitian. Data dikumpulkan melalui berbagai metode seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta dokumentasi guna memastikan keakuratan informasi yang diperoleh.

Penelitian ini memiliki beberapa langkah dalam pengumpulan data kualitatif ada beberapa langkah diantaranya:

1. Menentukan subjek atau partisipan, identifikasi partisipan berdasarkan kriteria tertentu seperti pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk mendapatkan partisipan yang relevan pada penelitian ini memiliki lima partisipan diantaranya, Kabid pemasaran, Kabid destinasi, dan Wisatawan.
2. Melakukan wawancara mendalam, dengan menyusun daftar pertanyaan terbuka yang fleksibel dan memungkinkan eksplorasi lebih lanjut, melakukan wawancara dengan pendekatan semi-terstruktur atau tidak terstruktur agar partisipan merasa lebih nyaman, merekam hasil wawancara untuk keakuratan data.
3. Observasi Partisipatif, Mengamati perilaku dan interaksi sosial dan lingkungan tempat penelitian, mencatat fenomena yang terjadi di lapangan, baik dalam bentuk catatan lapangan maupun, dokumentasi visual seperti foto atau video.
4. Dokumentasi, mengumpulkan data sekunder seperti laporan resmi, artikel, buku, atau dokumen yang relevan, lalu mengkonfirmasi temuan dengan informan atau pihak lain yang memiliki otoritas terhadap data yang dikumpulkan.
5. Triangulasi Data, Yaitu membandingkan hasil berbagai sumber data (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk meningkatkan validitas dan keabsahan informasi, lalu mengkonfirmasi temuan dengan informan atau pihak lain yang memiliki otoritas terhadap data yang dikumpulkan dan menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis.

3.4.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam dari informan

mengenai pengalaman, pendapat, atau perspektif mereka terhadap suatu fenomena yang diteliti. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali data yang tidak dapat diperoleh melalui metode lain seperti observasi atau dokumentasi (Jannati et al., 2023).

Dalam penelitian ini, wawancara digunakan sebagai alat utama untuk memperoleh data primer. Teknik wawancara partisipan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*, di mana mereka dipilih karena memiliki pengalaman, pemahaman, atau peran yang relevan dengan topik penelitian. Proses wawancara dilakukan dengan memperhatikan etika penelitian, seperti meminta izin sebelum merekam percakapan, menjaga kerahasiaan data, serta memastikan kenyamanan informan dalam berbagi informasi. Cara yang diterapkan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pendekatan semi-terstruktur, yang memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk menggali informasi lebih lanjut berdasarkan jawaban yang diberikan oleh partisipan. Wawancara dilakukan secara tatap muka atau melalui media komunikasi daring, tergantung pada situasi dan kondisi yang memungkinkan.

Wawancara menjadi instrumen utama karena mampu menggali data secara natural dan mendalam sesuai dengan konteks kehidupan partisipan, Menurut Sugiyono (2017) Wawancara dalam penelitian kualitatif dibedakan kedalam beberapa jenis berdasarkan tingkat struktur dan pendekatannya, diantaranya: Wawancara Terstruktur *(Structured Interview)*, Wawancara Semi-Terstruktur *(Semi-Structured Interview)*, Wawancara Tidak Terstruktur *(Unstructured Interview)*, Wawancara Mendalam *(In-Depth Interview)*.

3.4.2 Observasi

Pengumpulan data observasi dalam penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian kualitatif deskriptif terjadi secara langsung berupa observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan. Observasi adalah pengamatan terhadap

berbagai peristiwa atau gejala yang berhubungan dengan tujuan penelitian (Jannati et al., 2023).

Dalam penelitian ini, observasi partisipatif digunakan untuk memahami fenomena secara langsung di lapangan. Peneliti tidak hanya bertindak sebagai pengamat pasif, tetapi juga turut serta dalam aktivitas yang dilakukan oleh subjek penelitian. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih autentik dan menyeluruh terhadap perilaku, nilai, norma, serta pola interaksi yang terjadi dalam lingkungan yang diteliti.

Observasi partisipatif dapat dibagi menjadi beberapa jenis diantaranya, observasi penuh, observasi terbuka, observasi Semi-Partisipatif, dan observasi Non-Partisipatif. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi semi-partisipatif yang mana peneliti secara aktif berinteraksi dengan subjek, tetapi tetap menjaga peran sebagai pengamat dan tidak sepenuhnya terlibat dalam aktivitas mereka. Teknik ini memungkinkan peneliti membangun hubungan dengan partisipan sambil tetap menjaga objektivitas dalam pengamatan.

3.4.3 Dokumentasi

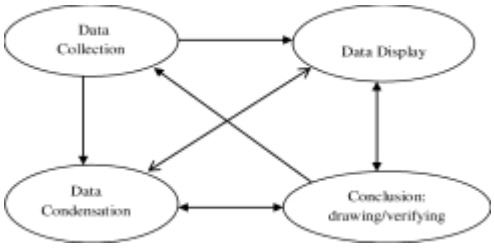
Dokumentasi adalah teknik pengumpulan informasi melalui pencarian bukti yang akurat sesuai fokus masalah penelitian. Dokumentasi dalam penelitian kualitatif dapat berupa dokumen kebijakan, biografi, buku harian, surat kabar, majalah atau makalah. Selain ketiga teknik tersebut, dokumentasi dapat dilengkapi dengan rekaman, gambar, foto dan lukisan (Waruwu, 2023).

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data historis, kebijakan, serta bukti-bukti pendukung yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen-dokumen yang dikumpulkan akan dianalisis untuk menemukan pola, tren, dan hubungan yang mendukung temuan penelitian. Teknik dokumentasi ini sangat penting karena dapat memberikan informasi yang objektif dan terverifikasi, serta membantu dalam mengkonfirmasi data dari sumber lain seperti wawancara dan observasi.

3.4.4 Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis agar hasilnya objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Tahapan tersebut meliputi triangulasi data, analisis tematik, dan penarikan simpulan sebagai berikut:

1) Triangulasi Data, Untuk menjamin validitas data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai partisipan, yaitu Kabid Pemasaran, Kabid Destinasi Disporapar, serta wisatawan pengunjung Saptonan. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan mengombinasikan data dari wawancara, observasi langsung di lapangan, dan dokumentasi kegiatan. Menurut Patton (1999), triangulasi merupakan strategi penting dalam meningkatkan validitas data kualitatif dengan memanfaatkan berbagai sumber dan teknik pengumpulan data agar hasil yang diperoleh lebih kuat dan terpercaya.



Gambar 3.1 Diagram Analisis Data Miles dan Huberman

Sumber: Olahan data peneliti 2025

Penjelasan Diagram:

1. Data Kualitatif: Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2. Reduksi Data: Data yang tidak relevan Dieliminasi,data penting dipilih dan disederhanakan.
3. Penyajian Data: Data disusun secara sistematis untuk mempermudah pemahaman dan analisis

4. Penarikan Kesimpulan & Verifikasi: Kesimpulan dibuat berdasarkan pola yang ditemukan, lalu diverifikasi untuk memastikan validitas.

2) Analisis Tematik, Data yang telah tervalidasi melalui triangulasi kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga langkah utama:

a) Reduksi Data

Menyaring dan memilih data yang relevan berdasarkan fokus penelitian, seperti strategi promosi Saptonan.

b) Penyajian Data

Menyusun hasil dalam bentuk narasi, tabel SWOT, dan elemen Business Model Canvas agar dapat dipahami dengan mudah dan sistematis:

a) SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)*

SWOT adalah singkatan. Dimana SWOT digunakan sebagai model untuk menganalisis suatu organisasi nonprofit dan profit oriented dengan tujuan utama untuk mempelajari lebih dalam tentang keadaan organisasi tersebut. Agar dapat dilakukan analisis SWOT yang lebih mendalam bisa dilihat sebagai berikut (Tampi et al., 2023):

1) Faktor Eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (*O and T*). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi,kependudukan, dan sosial budaya.
2) Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weakness* (*S and W*). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Semua jenis manajemen fungsional termasuk dalam kategori faktor internal ini: keuangan, operasi, pemasaran, sumber daya

manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi untuk manajemen, dan budaya perusahaan.

Matriks SWOT	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
Peluang (Opportunities)	**Strategi SO** (Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang)	**Strategi WO** (Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang)
Ancaman (Threats)	**Strategi ST** (Memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman)	**Strategi WT** (Mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman)

Gambar 3.2 Matriks SWOT

Sumber: (Tampi 2023)

b) BMC (*Business Model Canvas*)

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah gambaran kerangka pemikiran perencana strategi dalam menyusun strategi bisnis baru yang dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai targetnya (Sukarno et al., 2021).

Elemen	Deskripsi
Key Partners (Mitra Utama)	Pihak-pihak yang bekerja sama untuk menjalankan bisnis (supplier, distributor, partner strategis).
Key Activities (Aktivitas Kunci)	Aktivitas utama yang dilakukan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.
Key Resources (Sumber Daya Kunci)	Sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis (SDM, teknologi, keuangan).
Value Proposition (Proposisi Nilai)	Nilai unik yang ditawarkan bisnis kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka.
Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)	Cara bisnis berinteraksi dan membangun hubungan dengan pelanggan.
Channels (Saluran)	Media yang digunakan untuk menjangkau dan memberikan produk/layanan kepada pelanggan.
Customer Segments (Segmen Pelanggan)	Kelompok pelanggan yang menjadi target bisnis.
Cost Structure (Struktur Biaya)	Biaya-biaya utama dalam menjalankan bisnis.
Revenue Streams (Sumber Pendapatan)	Cara bisnis menghasilkan pendapatan (penjualan, langganan, iklan, dll.).

Gambar 3.3 Elemen BMC (Business Model Canvas)

Sumber: (Sukarno 2021)

c) Penarikan Kesimpulan, Menyusun temuan utama dalam bentuk tema-tema, seperti, Strategi promosi Saptonan melalui media sosial, Kendala dalam pelaksanaan promosi, Keterlibatan masyarakat lokal, Potensi digitalisasi dalam promosi budaya.

Analisis tematik ini mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna dalam data kualitatif yang diperoleh dari lapangan (Creswell, 2016).

3.5 Kesimpulan

Setelah analisis dilakukan, simpulan ditarik secara induktif, yaitu dari temuan-temuan spesifik menuju kesimpulan umum. Simpulan ini tidak hanya menjawab rumusan masalah, tetapi juga membentuk dasar rekomendasi pengembangan strategi pemasaran Saptonan yang lebih modern dan berkelanjutan.

Penarikan simpulan yang akurat membutuhkan pemahaman menyeluruh terhadap konteks penelitian dan harus dilakukan secara sistematis agar dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis (Miles, Huberman & Saldaña, 2014).