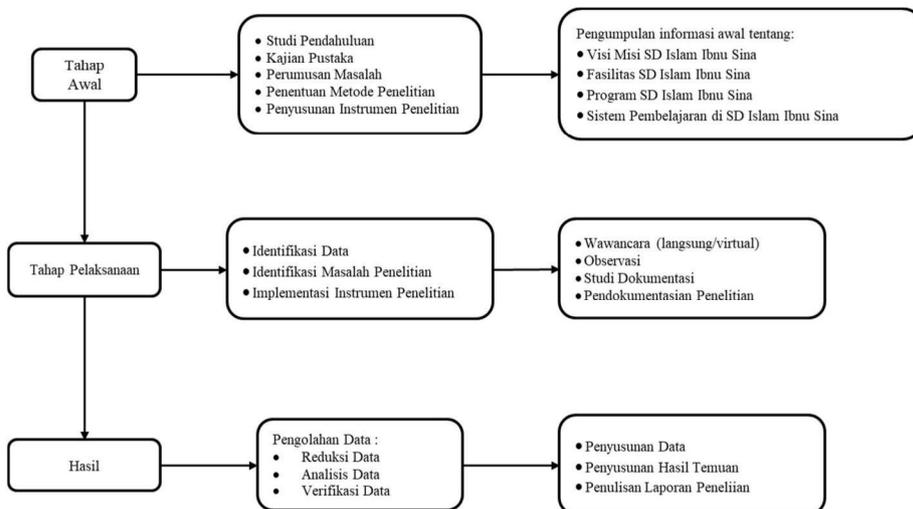


BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, mengingat karakteristik pendekatan kualitatif sejalan dengan fokus penelitian. Ciri-ciri tersebut adalah: 1) Penelitian kualitatif berfungsi sebagai alat yang penting karena memiliki lingkungan alam sebagai sumber data. 2) Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata, bukan angka. 3) Penelitian kualitatif berfokus pada proses. Akibatnya, 4) analisis data dalam penelitian kualitatif cenderung terfokus pada makna. (Bogdan & Biklen, 2007). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.

Dalam proses penelitian, peneliti mempersiapkan desain penelitian. Ini berfungsi sebagai panduan dari awal hingga proses dan akhir penelitian. Desain ini juga merupakan prosedur umum untuk melakukan prosedur investigasi. Desain penelitian terdiri dari tiga tahap yakni, 1) Tahap awal, 2) Tahap Pelaksanaan Penelitian, dan 3) Tahap Akhir.



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Dari bagan tersebut, dapat dipaparkan penjelasan sebagai berikut:

1. Tahap Awal

a) Studi pendahuluan

Penelitian pendahuluan dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang penelitian yang akan dilakukan. Hal ini karena kelayakan survei masih belum jelas dari segi metode survei dan sejenisnya. Studi pendahuluan ini harus meningkatkan pengukuran, meningkatkan keandalan asumsi, dan menetapkan metode survei yang mengarah pada desain survei yang lebih matang. Studi pendahuluan yang dilakukan yaitu berupa pengumpulan informasi dari beberapa kepustakaan dan literatur seperti jurnal-jurnal, penelitian sebelumnya dan buku-buku. Adapun studi pendahuluan yang lain adalah dengan melakukan wawancara kepada kepala sekolah SD Islam Ibnu Sina.

b) Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kegiatan yang mengikuti studi pendahuluan yang difokuskan untuk menemukan dokumen perpustakaan yang berisi teori-teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tinjauan pustaka ini merupakan bagian yang sangat penting dan mendasar dari keseluruhan metodologi penelitian. Creswell mengemukakan bahwa tinjauan pustaka memiliki beberapa tujuan, yaitu: untuk menginformasikan kepada pembaca tentang hasil penelitian lain yang berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan, untuk menghubungkan penelitian dengan literatur, data yang ada, dan mengisi kesenjangan pada penelitian sebelumnya. (Creswell, 2010).

c) Perumusan masalah

Setelah melakukan studi pendahuluan dan kajian pustaka, peneliti kemudian merumuskan masalah penelitian sehingga penelitian dapat terarah.

d) Penentuan Metode Penelitian

Metode penelitian ditentukan setelah melihat hasil dari langkah-langkah sebelumnya. Dari hasil penelitian pendahuluan, tinjauan pustaka dan observasi pendahuluan, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif.

e) Penyusunan instrumen penelitian

Hanifa Nidaulhaq Badriah, 2022

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SD ISLAM IBNU SINA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian
 - a. Identifikasi data;
 - b. Identifikasi masalah penelitian;
 - c. Implementasi instrumen penelitian.
3. Tahap Akhir
 - a. Pengolahan data;
 - b. Penyusunan data;
 - c. Penyusunan hasil temuan;
 - d. Penulisan laporan penelitian.

3.2 Tempat dan Partisipan Penelitian

Untuk mendapatkan informasi yang valid dan relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian, maka dilakukan observasi langsung, yaitu meneliti langsung proses layanan pendidikan, kegiatan pembelajaran, interaksi kepala sekolah, guru, dan peserta didik. Sekolah yang dipilih menjadi tempat penelitian adalah sebagai berikut.

Nama Sekolah : SD Islam Ibnu Sina
 NPSN : 20227531
 Status : Swasta
 Bentuk Pendidikan : SD
 Status Kepemilikan : Yayasan
 SK Pendirian Sekolah : 1067/102.1/Kep/OT/1997
 Alamat : Lembah Asri No 2 Komp. Padasuka Bumi Asri
 Kepala Sekolah : Siti Nurjanah, S.Pt

SD Islam Ibnu Sina Bandung tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian karena pertimbangan sebagai berikut:

- a. Lokasinya unik. SD Islam Ibnu Sina berada di daerah perkomplekan, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan.
- b. Mempunyai ciri khas sekolah yang menarik
- c. Setiap tahunnya SD Islam Ibnu Sina selalu mengalami peningkatan jumlah peserta didik.

Hanifa Nidaulhaq Badriah, 2022

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SD ISLAM IBNU SINA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sedangkan partisipan yang akan dilibatkan, selain peneliti sendiri, dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) Kepala sekolah SD Islam Ibnu Sina yang berperan sebagai pimpinan lembaga pendidikan dan pembuat kebijakan sekolah.
- 2) Wakasek Humas
- 3) Sejumlah peserta didik
- 4) Orangtua Siswa

3.3 Teknik Penggalan Data

Untuk memperoleh data mengenai Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik di SD Islam Ibnu Sina, peneliti menggunakan tiga teknik dalam pengumpulan dan penggalan data penelitian, yaitu: observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati dan mencatat segala keadaan dan kejadian dari berbagai hal yang diamati di lapangan dengan tujuan untuk memperoleh data supaya menghasilkan data yang akurat.

2. Wawancara

Metode wawancara adalah proses percakapan oleh pewawancara dengan narasumber yang telah ditetapkan untuk memperoleh informasi dan menggali data tentang strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didiknya. Alat yang digunakan adalah pedoman wawancara, perekam suara, dan alat tulis. Wawancara yang digunakan yaitu wawancara mendalam dilakukan secara langsung oleh penulis kepada Kepala Sekolah, Humas dan Siswa.

3. Studi Dokumentasi

Teknik ini merupakan sejumlah catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Studi dokumentasi diperlukan untuk mengumpulkan data-data dengan mempelajari dan mencatat bagian-bagian resmi yang terdapat di lokasi penelitian. Teknik ini saling berkaitan satu sama lain untuk memperoleh data atau informasi saat melakukan penelitian terkait Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik di SD Islam Ibnu Sina.

Hanifa Nidaulhaq Badriah, 2022

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SD ISLAM IBNU SINA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4 Prosedur Pengolahan Data

Pada penelitian kualitatif, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Tetapi data yang sudah ada dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan. Ketika proses analisis data dilakukan, peneliti dapat kembali ke lapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali. Suyanto dan Sutinah (2006, hlm. 173), mengatakan pengolahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengklasifikasikan data ke dalam beberapa tema yang sesuai fokus penelitian.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

Teknik-teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Michael Huberman dalam Sugiyono bahwa analisis data penelitian terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1) Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah suatu usaha untuk menghimpun informasi yang berhubungan dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara serentak dengan komponen yang lain selama kegiatan berlangsung dengan menggunakan satu atau lebih teknik pengumpulan data. Pada waktu data mulai terkumpul, saat itu juga peneliti sudah mulai memaknai dari setiap data yang ada selanjutnya memberikan penjelasan yang mudah dipahami dan ditafsirkan untuk menjawab dari setiap pertanyaan yang muncul.

2) Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian atau penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, membuang yang tidak penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data ini merupakan bentuk analisis yang menajamkan,

menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga bisa ditarik kesimpulan akhir

3) Penyajian data

Penyajian data dibatasi dengan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan sebuah tindakan. Dalam penyajian data cenderung mengarah pada kerangka berpikir atau kognitif manusia, yaitu menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan yang mudah dipahami dalam bentuk uraian deskriptif yang bersifat naratif.

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Namun yang paling sering digunakan dalam penyajian data penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

4) Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Pertama-tama peneliti melakukan penelitian di lapangan dengan mengadakan wawancara, observasi dan dokumentasi yang disebut tahap pengumpulan data. Karena data yang dikumpulkan banyak maka diadakan reduksi data yaitu proses pemilihan dan pemusatan pada penyederhanaan data yang muncul dari catatan tertulis di lapangan kemudian digunakan untuk penarikan kesimpulan dan verifikasi.

3.5 Kode Etik Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melibatkan beberapa pihak, maka peneliti harus memperhatikan hak partisipan dalam penelitian ini dengan berpegang pada prinsip-prinsip etika dalam penelitian yang mengacu pada pendapat Ade Heryana tahun 2020 (Heryana, 2020).

Hanifa Nidaulhaq Badriah, 2022

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SD ISLAM IBNU SINA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. *Respect of autonomy*

Untuk menjaga *respect of autonomy*, dalam penelitian ini peneliti menghargai kebebasan responden dalam mengambil keputusan. Prinsip ini mengandung makna bahwa peneliti memberikan hak otonomi kepada partisipan. Peneliti memberikan hak mundur atau bersedia kepada partisipan atas keterlibatannya dalam penelitian.

2. *Promotion of justice*

Untuk memberikan keadilan dalam memperoleh risiko dan manfaat penelitian kepada partisipan, prinsip *promotion of justice* peneliti terapkan dalam proses pengumpulan data kepada partisipan. Terdapat tiga jenis keadilan yang didapat partisipan yakni keadilan yang berkaitan dengan perolehan sumberdaya, hak individu dan penghormatan kesamaan dalam hukum.

3. *Ensuring beneficence*

Peneliti berupaya untuk meminimalisir risiko dan memaksimalkan manfaat penelitian dengan memberikan kebermanfaatan langsung maupun tidak langsung bagi partisipan penelitian.

4. *Ensuring maleficence*

Peneliti memerhatikan hal-hal yang memicu terjadinya kecelakaan fisik dan mental partisipan.

3.5.1 Definisi Konseptual dan Operasional

3.5.1.1 Definisi Konseptual

Silalahi (2009, hlm. 118), mengungkapkan bahwa definisi konseptual adalah definisi yang menjelaskan konsep dengan penggunaan konsep-konsep lain.

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik suatu masalah yang akan diteliti. Sehingga berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

1) Strategi

Menurut Iban Sofyan, strategi merupakan seni untuk mengelola sumber daya dengan tujuan mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Strategi merupakan suatu rencana

kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.

2) Pemasaran

Philip Kotler menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Pemasaran ini dirancang secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan perusahaan.

3) Pendidikan

Redja Mudyahardjo (2001, hlm. 11), menjelaskan bahwa pendidikan merupakan usaha sadar yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan atau latihan, yang berlangsung di sekolah dan di luar sekolah sepanjang hayat untuk mempersiapkan peserta didik agar dapat berperan dalam berbagai lingkungan hidup secara tepat di masa yang akan datang.

4) Peningkatan

Menurut Peter Salim dan Yeni Salim, Peningkatan secara epistemologi adalah menaikkan derajat taraf dan sebagainya mempertinggi, memperhebat produksi dan sebagainya.

5) Peserta Didik

Peserta didik adalah orang yang mempunyai pilihan untuk menempuh ilmu sesuai dengan cita-cita dan harapan masa depan. Oemar Hamalik mendefinisikan peserta didik sebagai suatu komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.

3.5.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah uraian yang menjembatani antara konsep suatu variabel dengan langkah penyusunan instrument. Untuk menghindari timbulnya salah satu pengertian dan penafsiran dari pembaca dikarenakan banyaknya istilah yang dilakukan dalam penelitian ini, maka perlu didefinisikan secara khusus, sebagaimana yang diungkapkan oleh Sugiyono (2013) bahwa definisi operasional adalah suatu variabel kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditentukan

Hanifa Nidaulhaq Badriah, 2022

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SD ISLAM IBNU SINA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun definisi operasional dari setiap variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1) Strategi Pemasaran Pendidikan

Strategi merupakan suatu pendekatan yang berkaitan dengan perencanaan dan pelaksanaan program. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi yang bisa membawa suatu lembaga pendidikan ke masyarakat dengan maksud agar masyarakat bisa mengenal lebih jauh tentang lembaga pendidikan yang ditawarkan. Strategi ini harus dimiliki dan diimplementasikan oleh kepala sekolah jenjang Sekolah Dasar berstatus Swasta di SD Islam Ibnu Sina Bandung dalam rangka untuk mencapai peningkatan jumlah peserta didik.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi konsumen. Pemasaran yang dimaksud di sini adalah pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan dengan melihat dari kebutuhan masyarakat sekitar. Pemasaran pendidikan harus diimplementasikan oleh suatu lembaga pendidikan berstatus swasta dalam rangka mengenalkan kepada masyarakat.

Strategi pemasaran pendidikan merupakan langkah untuk maju ke hal yang baru karena tuntutan zaman yang semakin banyak persaingan. Implementasi pemasaran pendidikan yang dilakukan SD Islam Ibnu Sina akan lebih menekankan kepada pengotimalan layanan kepada orang tua siswa, karena birokrasi dengan orang tua siswa adalah hal yang terpenting dalam membuat mereka nyaman dan bisa menyebarkan informasi kepada yang lain. SD Islam Ibnu Sina juga harus lebih menggali lagi mengenai strategi pemasaran guna memperluas pengetahuan masyarakat tentang sekolah ini.

2) Peningkatan Jumlah Peserta Didik

Peningkatan jumlah peserta didik ini berkaitan dengan upaya sekolah dalam mempertinggi dan memperhebat produksi peserta didik. Dalam hal ini sekolah swasta harus lebih mendalam untuk mempelajari strategi-strategi pemasaran untuk mendatangkan banyak peserta didik di sekolah swasta. SD Islam Ibnu Sina

merupakan sekolah swasta yang mana membutuhkan pemasaran yang lebih luas untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

3.5.2 Kisi-Kisi dan Instrumen Penelitian

Tabel 3.1

Kisi-Kisi dan Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
Strategi Pemasaran Pendidikan	Strategi Penentuan Pasar Sasaran	1. Segmentasi 2. <i>Targetting</i> 3. <i>Positioning</i>	Konsumen dapat dikelompokkan dan dilayani dalam berbagai cara berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Lalu sekolah melakukan pemilihan segmen atau segmen-segmen yang akan dimasuki. Dan setelah itu sekolah harus memastikan keberadaanya diingatan pelanggan dalam pasar sasaran.	Wawancara & Studi Dokumentasi	Kepala Sekolah, Humas

Variabel	Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
	Strategi Penentuan Posisi Pasar Persaingan	1. Perbedaan Struktur 2. Kesesuaian kurikulum dengan pembelajaran 3. Perbedaan gaya metode belajar dan mengajar	Sekolah merancang penawaran dan citra sekolah. Konsumen dapat membedakan produk sekolah dengan kompetitor.	Wawancara & Studi Dokumentasi	Kepala Sekolah
	Strategi Bauran Pemasaran	1. Produk (<i>Product</i>) 2. Harga (<i>Price</i>) 3. Lokasi (<i>Place</i>)	Terciptanya kesan tertentu diingatan konsumen dengan menawarkan pemasaran yang baik.	Wawancara & Studi Dokumentasi	Kepala Sekolah, Wakasek Humas

Variabel	Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
Peningkatan Jumlah Peserta Didik	Faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah peserta didik	4. Promosi (<i>Promotion</i>) 5. Orang (<i>People</i>) 6. Bukti Fisik (<i>Proof</i>) 7. Proses (<i>Process</i>)	Faktor-faktor tersebut mempengaruhi minat untuk mendatangkan pelanggan baru di suatu lembaga pendidikan. Dan hal tersebut didukung oleh keunggulan dari lembaga pendidikan tersebut sehingga terciptanya citra yang baik di masyarakat.	Wawancara & Studi Dokumentasi	Kepala Sekolah, Wakasek Humas, Orangtua siswa, siswa

Variabel	Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
		5. Tenaga Pendidik 6. Kondisi sekolah dan lingkungan 7. Jarak sekolah 8. Sesuai dengan kebutuhan dan karakter anak 9. Biaya yang dibutuhkan			