

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian deskriptif eksploratif dengan metode penelitian studi kasus mengenai strategi pemasaran pada SMPIT At-Takwin. Penelitian deskriptif eksploratif berfokus pada penjelasan kondisi suatu fenomena, dalam penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu, melainkan hanya untuk menggambarkan keadaan, variabel, atau gejala apa adanya. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang hasilnya tidak didapatkan melalui metode statistik dan lebih kepada cara peneliti menganalisis dan menginterpretasikan arti kejadian, interaksi, maupun perilaku subjek dalam kondisi tertentu berdasarkan sudut pandang penelitiannya (Fiantika et al., 2022).

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

1. **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini merupakan suatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Objek penelitian ini merupakan sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran.

2. **Unit Analisis**

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah suatu organisasi, yaitu sumber data merupakan respons dari divisi atau organisasi tertentu.

3. **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu di Desa Balekambang, Kecamatan Nagrak, Kabupaten Sukabumi Jawa Barat.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan menggunakan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, buku, literatur dan lainnya. Penelitian ini memiliki dua sumber data yang digunakan.

1. **Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung melalui kegiatan observasi dan wawancara, data yang diperoleh dikumpulkan berupa data informasi mengenai informasi terkait.

2. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Sumber data ini lebih banyak sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa yang bersumber dari bahan pustaka berupa laporan, buku, literatur, dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

3.4. Operasional Variabel

Operasional Variabel strategi pemasaran dalam membangun *school branding* di SMPIT At-Takwin.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Strategi Pemasaran <i>(marketing mix)</i>	<i>Product</i> (produk)	Logo Kurikulum Ekstrakurikuler Prestasi sekolah	Ordinal
	<i>Price</i> (harga)	Biaya	Ordinal
	<i>Place</i> (tempat)	Lokasi sekolah Terjangkau	Ordinal
	<i>Promotion</i> (promosi)	Periklanan Word of mouth Media sosial Hubungan masyarakat	Ordinal
	<i>People</i> (orang)	Pendidik Tenaga kependidikan Wali murid Peserta didik	Ordinal
	<i>Physical evidence</i> (bukti fisik)	Gedung atau bangunan Sarana dan fasilitas pendukung	Ordinal
	<i>Process</i> (proses)	Kegiatan pembelajaran Jadwal pekerjaan Aktivitas	Ordinal

Sumber: Data Sekunder, Diolah Peneliti (2024)

3.5. Metode Penarikan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel *purposive sampling* yaitu teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel sesuai dengan pengetahuan peneliti terhadap penelitian (berdasarkan tujuan atau masalah dari penelitian) (Sugiyono, 2017). Sampel dipilih karena dianggap sesuai untuk penelitian dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Dalam hal ini, sampel terdiri dari empat belas orang yaitu:

1. Kepala sekolah SMPIT At-Takwin = 1 orang
2. Tim PPDB SMPIT At-Takwin = 2 orang
3. Tim Media Sosial SMPIT At-Takwin = 1 orang
4. Peserta didik SMPIT At-Takwin = 6 orang
5. Masyarakat/Pelanggan Jasa Pendidikan = 4 orang

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjadi langkah strategis yang dilakukan dalam sebuah penelitian. Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih yang berlangsung antara narasumber dan pewawancara dengan tujuan mengumpulkan data berupa informasi. Wawancara langsung yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan dari peneliti kepada informan terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan *school branding*.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengamati secara langsung suatu objek tertentu dan memperoleh data dan informasi mengenai objek tersebut. Menggunakan metode ini peneliti akan mengamati mengenai situasi dan kondisi tempat pada saat penelitian berlangsung sehingga dalam penyusunan data akan sesuai dengan keadaan yang nyata.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan proses melakukan tinjauan umum dari literatur yang diterbitkan sebelumnya tentang berbagai macam topik. Studi kepustakaan berkaitan dengan penelitian dan referensi lain seperti buku, majalah dan literatur (Sugiyono, 2019). Penelitian ini didapatkan dengan cara mengumpulkan data dengan mempelajari berbagai tulisan, buku, skripsi dan *website* yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan studi putaka. Dilakukan dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, merinci menjadi unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih informasi yang relevan dan yang akan diteliti, serta menarik kesimpulan agar mudah dimengerti oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan objektif dalam mendeskripsikan visi serta misi terkait objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyajikan penjelasan dalam bentuk uraian mengenai data yang berkaitan dengan variabel dan indikator penelitian, serta membandingkan fakta atau kenyataan yang ada di lokasi penelitian dengan apa yang seharusnya berdasarkan teori atau peraturan yang berlaku.

3.7.2. Analisis SWOT

1. Melakukan pengumpulan data dengan wawancara dan observasi pada SMPIT At-Takwin untuk memperoleh indikator SWOT:

- a. Faktor eksternal dengan mengidentifikasi dari sisi politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan.
 - b. Faktor internal dengan pendekatan *resource and capability analysis* dan *core competence analysis*.
 - 1) Analisis sumber daya dan kapabilitas (*resource and capability analysis*), langkah-langkah implementasinya meliputi:
 - a) Identifikasi Sumber Daya dan Kapabilitas; Sumber daya meliputi fasilitas (laboratorium, ruang kelas, perpustakaan), keuangan (anggaran untuk kegiatan pendidikan), dan sumber daya manusia (kemampuan dan kualitas guru). Sedangkan, kapabilitas meliputi kemampuan dalam mengelola proses pendidikan, pengembangan kurikulum, manajemen kelas, hubungan dengan orang tua, serta kemampuan menggunakan teknologi pendidikan.
 - b) Evaluasi Kualitas dan Keunikan Sumber Daya; Evaluasi apakah sumber daya yang dimiliki sekolah cukup untuk mendukung pencapaian tujuan strategis, seperti meningkatkan kualitas pendidikan, memperkuat citra merk, dan memfasilitasi keberhasilan siswa.
 - c) Analisis Kapabilitas; Menilai seberapa efektif sekolah dalam memanfaatkan sumber daya untuk menciptakan keunggulan. Contohnya, apakah penggunaan teknologi pendidikan di sekolah berjalan dengan optimal, apakah ada program pengembangan guru yang efektif, atau apakah manajemen sekolah mampu menciptakan lingkungan yang mendukung pembelajaran yang berkualitas.
 - 2) Analisis kompetensi inti (*core competence analysis*), langkah-langkah yang dilakukan dalam mengidentifikasi kompetensi inti, meliputi:
 - a) Identifikasi Kompetensi Inti Sekolah; Apa yang membedakannya dari sekolah lain? Misalnya, apakah program akademik yang lebih baik, pendekatan pengajaran yang unik, hubungan dengan masyarakat yang kuat, atau pendekatan berbasis teknologi dalam pengajaran?
 - b) Evaluasi Keunggulan Kompetitif yang Diberikan oleh Kompetensi Inti; Apa dampak dari kompetensi inti ini terhadap kinerja sekolah? Apakah kompetensi ini memperkuat posisi sekolah dalam persaingan dan berkontribusi pada peningkatan citra merk?
 - c) Analisis Faktor-Faktor Pendukung Kompetensi Inti; Apa yang mendukung kompetensi inti tersebut? Misalnya, apakah ada program pelatihan untuk guru, sistem pendukung pembelajaran, atau jaringan kemitraan dengan lembaga pendidikan lainnya yang memperkuat kompetensi inti?
2. Mengelompokkan data yang telah didapatkan untuk kemudian diproses. Data tersebut dikelompokkan kedalam masing-masing faktor, yaitu faktor internal

(kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman) untuk mengetahui indikator apa saja.

3. Membuat form pemberian nilai bobot dan rating oleh karyawan yang mengisi kuisioner. Setelah mengelompokkan data hasil wawancara dan memperoleh indikator SWOT, kemudian membuat form pengisian bobot dan rating sebagai berikut:

Tabel 3.2 Form Pengisian Bobot dan Rating Indikator SWOT

No	Indikator S/W/O/T	Bobot				Rating			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pernyataan								
2	Pernyataan								
3	Pernyataan								
4	Pernyataan								

Sumber: Data Sekunder, Rangkuti, (2017)

Untuk bobot ditentukan nilai 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing factor untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan relatif dalam keberhasilan dalam industri. Faktor yang dianggap memiliki faktor keberhasilan paling besar dalam sekolah harus diberikan dengan bobot paling tinggi, dengan total seluruh jumlah bobot harus sama dengan 1,0.

Untuk penilaian rating tersebut diberikan parameter penilaian dari 1 sampai dengan 4, dimana:

- a. Angka 1 = sangat kurang
- b. Angka 2 = kurang
- c. Angka 3 = baik
- d. Angka 4 = sangat baik

Apabila semakin besar rating yang diberikan maka semakin tinggi pula nilainya. Kemudian sebaliknya, semakin rendah bobot yang diberikan maka semakin rendah pula nilainya.

4. Analisis SWOT

Data jawaban dari responden terhadap faktor internal dan eksternal, (Rangkuti, 2017):

Tabel 3.3 Jawaban Responden terhadap Faktor Internal

K E K U A T A N	Indikator	Responden	Bobot	Bobot Relatif	Skor (Bobot x Rating)
	Indikator I	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Indikator II	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Jumlah Total				

K E L E M E N A H A N	Indikator	Responden	Bobot	Bobot Relatif	Skor (Bobot x Rating)
	Indikator I	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Indikator II	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Jumlah Total				

Sumber: Data Sekunder, Rangkuti (2017)

Tabel 3.4 Jawaban Responden terhadap Faktor Eksternal

P E L U A N G	Indikator	Responden	Bobot	Bobot Relatif	Skor (Bobot x Rating)
	Indikator I	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Indikator II	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Jumlah Total				

A N C A M A N	Indikator	Responden	Bobot	Bobot Relatif	Skor (Bobot x Rating)
	Indikator I	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Indikator II	1			
		2			
	Total Rata-rata				
	Jumlah Total				

Sumber: Data Sekunder, Rangkuti (2017)

Langkah perhitungan matriks adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung bobot rata-rata, diperoleh dari jumlah total bobot responden per indikator yang kemudian dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Bobot rata – rata indikator} = \frac{\text{Jumlah total jawaban responden}}{\text{jumlah responden}}$$

- b. Menghitung total EFE, diperoleh dari jumlah total bobot rata-rata indikator kekuatan dan indikator kelemahan.

$$\text{Total IFE/EFE} = \text{rata rata indikator 1} + \text{rata rata indikator 2} + \dots$$

- c. Menghitung bobot relatif, diperoleh dari pembagian total bobot rata-rata per indikator dibagikan dengan total EFE.

$$\text{Bobot relatif} = \frac{\text{Bobot rata rata per indikator}}{\text{Total IFE/EFE}}$$

- d. Menghitung rating, rating diperoleh dengan mencari nilai rata rata rating dari jawaban keempat responden.

$$\text{Rating rata – rata indikator} = \frac{\text{Jumlah total jawaban responden}}{\text{jumlah responden}}$$

- e. Dari perhitungan tersebut diperoleh matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut (Rangkuti, 2017):

Tabel 3.5 Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Total Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan				
1	Pernyataan			
2	Pernyataan			
Total				
Kelemahan				
1	Pernyataan			
2	Pernyataan			
Total				
Jumlah				

Sumber: Data Sekunder, Rangkuti (2017)

Tabel 3.6 Matriks EFAS

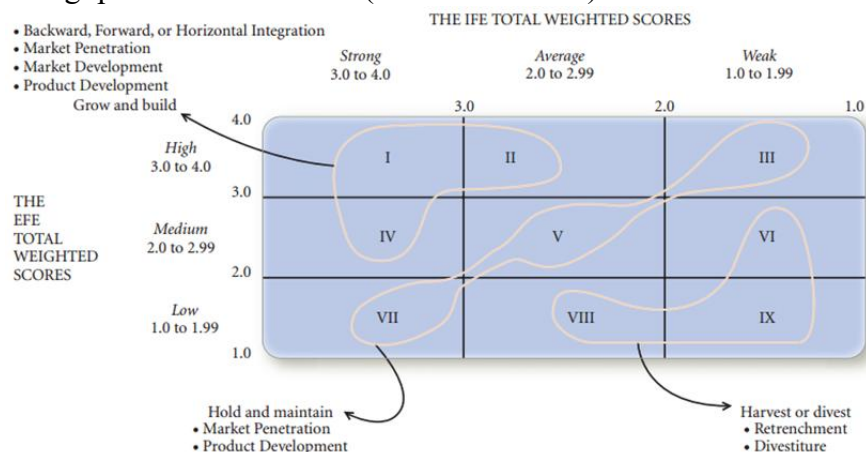
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Total Skor (Bobot x Rating)
Peluang				
1	Pernyataan			
2	Pernyataan			
Total				
Ancaman				
1	Pernyataan			
2	Pernyataan			
Total				
Jumlah				

Sumber: Data Sekunder, Rangkuti (2017)

- f. Total skor memiliki kisaran antara 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi) dengan nilai rata-rata skor harus 2,5. Apabila sekolah memiliki total rata-rata dibawah 2,5 maka akan dapat dikatakan bahwa perusahaan itu lemah secara internal dan eksternalnya. Sedangkan jika sekolah memiliki nilai rata-rata diatas 2,5 maka dikatakan sekolah kuat menghadapi lingkungan internal dan eksternalnya.
5. Matriks IE
- Matriks Internal-Eksternal atau matrik IE menurut Fred R. David (2016) merupakan langkah awal dalam pembentukan strategi yang meliputi pemetaan dari analisis faktor internal dan eksternal yang telah diperoleh, yaitu skor IFE pada sumbu horizontal dan skor EFE pada sumbu vertikal. Matrik IE bertujuan untuk memperdalam analisis yang telah dilakukan pada matrik IFE dan EFE, yang kemudian dipetakan dalam matriks untuk mendapatkan strategi usaha di level organisasi yang lebih jelas.
- a. Kondisi untuk divisi yang memasuki sel I, II atau IV dapat digambarkan sebagai pertumbuhan dan perkembangan (*grow and build*). Untuk kondisi ini cocok menggunakan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
 - b. Kondisi untuk divisi yang memasuki sel III, V, dan VII dapat dikelola secara efektif menggunakan strategi bertahan dan mempertahankan (*hold and*

maintain). Dengan penetrasi pasar dan pengembangan produk menjadi dua strategi yang paling umum digunakan dalam jenis divisi ini.

- c. Kondisi untuk divisi yang memasuki sel VI, VIII, dan IX dapat menggunakan strategi panen atau divestasi (*harvest or divest*).



Sumber: Data Sekunder, David (2016)

Gambar 3.1 Matriks IE

6. Matriks SWOT

Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats Matrix*) merupakan alat mencocokkan yang penting untuk membantu Manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (kekuatan-peluang/ *strengths-opportunities*), WO (kelemahan-peluang/ *weaknesses-opportunities*), ST (kekuatan ancaman/ *strengths-threats*), dan WT (kelemahan-ancaman/ *weaknesses-threats*). Terdapat delapan langkah untuk membuat matriks SWOT, sebagai berikut:

- Tuliskan peluang eksternal kunci perusahaan.
- Tuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan.
- Tuliskan kekuatan internal kunci perusahaan.
- Tuliskan kelemahan internal kunci perusahaan.
- Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi SO dalam sel yang ditentukan.
- Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, dan catat hasil strategi WO dalam sel yang ditentukan.
- Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi ST dalam sel yang ditentukan.
- Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, dan catat hasil strategi WT dalam sel yang ditentukan.

Tabel 3.7 Matriks Analisis SWOT

Internal \ Eksternal	Eksternal	
	OPPORTUNITIES	THREATS
STRENGTHS	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
WEAKNESSES	<i>Divestment/ Investment</i>	<i>Damage Control</i>

Sumber: Data Sekunder, Kurniasih et al. (2021)

Keterangan:

- a. *Comparative Advantage*
Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.
- b. *Mobilization*
Sel ini menggambarkan hubungan antara ancaman dan kekuatan. Dalam konteks ini, perlu dilakukan mobilisasi sumber daya yang menjadi kekuatan organisasi untuk mengendalikan kerugian akibat divestasi/investasi, serta mengurangi dampak ancaman eksternal, bahkan berpotensi mengubah ancaman tersebut menjadi sebuah kesempatan.
- c. *Divestment/ Investment*
Interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang eksternal tercermin dalam kondisi ini. Situasi semacam ini menciptakan pilihan dalam keadaan yang tidak jelas. Meskipun peluang yang ada tampak menjanjikan, organisasi tidak dapat memanfaatkannya karena kekuatan yang dimiliki tidak memadai. Keputusan yang diambil adalah melepaskan peluang tersebut untuk dimanfaatkan oleh organisasi lain atau berusaha untuk mengejar peluang itu melalui investasi.
- d. *Damage Control*
Sel ini adalah keadaan yang paling rentan di antara semua sel, karena merupakan hasil dari kombinasi kelemahan internal organisasi dan ancaman eksternal. Oleh karena itu, keputusan yang keliru dapat mengakibatkan konsekuensi yang sangat merugikan bagi organisasi. Strategi yang perlu diterapkan adalah pengendalian kerugian, agar situasi tidak berkembang menjadi lebih buruk dari yang diperkirakan (Kurniasih et al., 2021).