



Sumber : Data olahan

Gambar di atas menunjukkan bahwa strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bentuk fisik yang merupakan unsur-unsur dari bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap pengaplikasian strategi pemasaran berbasis syariah pada hotel Oase Pekanbaru

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti sebagaimana adanya.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di hotel Oase Pekanbaru yang berada di jalan K.H. Wahid Hasyim No. 225 EF persimpangan dengan jalan Jend. Sudirman Kota Pekanbaru. Penelitian ini akan dilaksanakan selama 4 (empat) bulan, terhitung mulai Januari 2017 sampai dengan April 2017. Penelitian ini meliputi kegiatan dari tahap persiapan, turun lapangan untuk pengumpulan data, pengolahan data dan masa penulisan laporan.

Tabel 3 : Jadwal Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan																
2	Pengumpulan Data																
3	Pengelolaan Data																
4	Penulisan Laporan																

Sumber: Data Olahan

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Berbasis Syariah melalui pendekatan bauran pemasaran sedangkan objek dari penelitian ini adalah hotel Oase Pekanbaru.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Anwar Sanusi, 2014: 87). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh elemen yang ada di hotel Oase termasuk didalamnya Manajer Umum (*general manager*), Manajer Pemasaran (*marketing manager*), dan seluruh staf karyawan hotel Oase.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif, juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori (Sugiono, 2014: 216).

Menurut Anwar Sanusi (2014: 87) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yakni Manajer Pemasaran (*marketing manager*) dan staf *front office*.

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Menurut pendapat Prastowo (2011: 204) ada dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari sumber pertama, sementara data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber pertama, namun sumber kedua, ketiga,

dan seterusnya, adapun Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data mengenai aktivitas bauran pemasaran (*marketing mix*) perusahaan, data tersebut diperoleh dengan melakukan wawancara pada pihak dalam perusahaan dan melalui observasi pada hotel Oase Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan hanya melalui media perantara, data ini diperoleh dari pihak intern perusahaan, buku-buku, jurnal, makalah, literatur-literatur lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data Sementara (Sugiono, 2008: 62).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberi jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2013: 186).

Wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah jenis wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan (Sugiono, 2008:73). Dalam hal ini peneliti langsung mewawancarai manajer marketing dan karyawan perusahaan.

Wawancara kepada manajer pemasaran dilakukan karena manajer pemasaran merupakan pihak yang membuat dan menetapkan kebijakan kegiatan pemasaran perusahaan, sedangkan wawancara kepada karyawan dilakukan karena karyawan merupakan pihak yang melaksanakan seluruh kebijakan yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran perusahaan.

b. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti (Anwar Sanusi, 2014: 111)

Adapun observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengamati tingkah laku ataupun proses terjadinya kegiatan operasional perusahaan seperti cara berpakaian karyawan, pelayanan kepada pelanggan, data tanggap, kondisi dan bentuk fisik perusahaan, dan sebagainya. Dari pengamatan yang dilakukan, peneliti kemudian

melakukan pencatatan dengan kritis dan detail agar tidak ada gejala yang lepas dari pengamatan.

c. Dokumentasi

Penelitian dokumentasi yaitu penelitian terhadap seluruh dokumen atau arsip-arsip yang menyangkut masalah strategi pemasaran Hotel Oase Pekanbaru dalam memasarkan konsep Hotel Syariah.

Dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik pribadi maupun kelembagaan seperti: laporan keuangan, rekapitulasi personalia, struktur organisasi, peraturan-peraturan, riwayat perusahaan, dan sebagainya, biasanya telah tersedia dilokasi perusahaan.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan observasi selanjutnya disajikan secara sistematis sehingga mudah dibaca oleh orang lain. Data yang disajikan harus merujuk pada fokus penelitian.

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992) mencakup tiga kegiatan sebagai berikut (Basrowi, 2008: 209):

1. Reduksi data, reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi sehingga interpretasi bisa ditarik. Dalam proses ini peneliti benar-benar mencari data yang

valid. Ketika peneliti menyangsikan kebenaran data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informan lain yang dirasa peneliti lebih mengetahui.

2. Penyajian data, adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, atau bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok satu, kelompok dua, kelompok tiga, dan seterusnya. Dalam proses ini, data diklasifikasikan berdasarkan teori-teori yang ada.
3. Menarik kesimpulan atau verifikasi, dimana kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin. Kemudian langkah selanjutnya adalah melaporkan hasil penelitian dengan lengkap.

Terakhir ialah melakukan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai macam cara dan waktu atau dapat juga dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang.