

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu

Penelitian dilakukan di MTs Miftahul Huda pada bulan Maret sampai Agustus 2022 yang terletak di Jl. Raya Puncak Megamendung No. 58 Kp. Cipayung Desa Cipayung Girang Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi ini dikarenakan lokasi yang sangat strategis untuk mendirikan sebuah lembaga pendidikan, dan dapat dijangkau masyarakat. Berikut tabel jadwal pelaksanaan yang tersaji pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal																								
2	Pengajuan izin																								
3	Persiapan penelitian																								
4	Pengumpulan data																								
5	Pengolahan data																								
6	Analisis dan evaluasi																								
7	Penulisan laporan																								
8	Seminar hasil																								

Sumber : Penelitian (2022)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Dalam Isnati dan Fajriansyah (2019:54) SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) dari lingkungan perusahaan atau organisasi. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang

berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat ini di MTs Miftahul Huda. Sedangkan analisis SWOT berguna untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran MTs Miftahul Huda.

3.3 Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder, dengan pemaparan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus dan fanel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber (Sujarweni, 2020:73). Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung ke lapangan dan mengadakan wawancara, observasi, dan studi dokumen pada MTs Miftahul Huda. Informasi yang digali yaitu data-data yang berhubungan dengan strategi pemasaran. Proses wawancara yang dilakukan kepada Kepala Madrasah, Waka Kurikulum, dan Waka Kesiswaan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan-laporan keuangan publikasi perusahaan, artikel, buku-buku sebagai teori majalah dan lain sebagainya (Sujarweni, 2020:74). Data sekunder yang diperoleh dari MTs Miftahul Huda yaitu jumlah siswa-siswi, pemasukan dan jumlah guru serta staff MTs Miftahul Huda yang didapat dari Kepala MTs Miftahul Huda.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dua sumber data yaitu primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data yaitu melakukan wawancara, observasi dan studi dokumen dimana penulis memaparkan sebagai berikut:

a. Observasi

Nawawi & Martini dalam Afifuddin dan Beni (2018:134) mengatakan bahwa observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Dengan cara ini data yang diperoleh adalah data faktual dan aktual, dalam artian data yang

dikumpulkan diperoleh pada saat peristiwa berlangsung. Dalam penelitian ini penulis secara langsung mengadakan kegiatan penelitian yang berhubungan dengan strategi pemasaran agar lebih mengetahui strategi pemasaran dalam menarik konsumen, mulai cara melakukan pemasaran tersebut yang diterapkan oleh MTs Miftahul Huda serta mencatat hal-hal penting untuk mendukung penelitian. Dalam hal ini penulis mengamati bagaimana para guru dan staff MTs Miftahul Huda dalam melakukan pemasaran, mempelajari sistem kerja pemasaran dan lain sebagainya.

b. Wawancara

Menurut Affifuddin dan Beni (2018:131) Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari sumber-sumber yang mengetahui informasi tentang strategi pemasaran di MTs Miftahul Huda.

c. Studi Dokumen

Sujarweni dalam bukunya (2020:23) berpendapat bahwa studi dokumen merupakan kajian dari bahan dokumenter yang tertulis bisa berupa buku teks, surat kabar, majalah, surat-surat, naskah, artikel dan sejenisnya, bahan juga dapat berasal dari pikiran seseorang yang tertuang di dalam buku atau naskah-naskah yang terpublikasikan. Teknik pengumpulan data dengan cara studi dokumen ini sebagai bahan untuk memperjelas penulisan agar lebih dipahami. Studi dokumen dilakukan dengan pengumpulan foto, kegiatan promosi oleh MTs Miftahul Huda.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini bertujuan untuk memberikan jawaban terhadap rumusan masalah. Data-data yang telah dikumpulkan diolah sehingga bisa diambil simpulan sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan. Dan akan diketahui alternatif strategi MTs Miftahul Huda dengan menggunakan cara analisis SWOT yaitu melakukan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan cara melakukan wawancara yang kemudian hasilnya dianalisis sesuai dengan lingkungan internal dan eksternalnya. Adapun tujuan menggunakan analisis SWOT ini adalah :

1. Mengidentifikasi peluang ancaman, kelemahan kekuatan
Melalui analisis SWOT kita dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang ada di perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman apa saja yang ada didalam perusahaan tersebut.
2. Mengetahui analisis SWOT dengan matriks SWOT
Dengan analisis SWOT kita bisa membuat strategi baru berupa saran perbaikan dengan menggabungkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matriks SWOT seperti gambar berikut :

Gambar 3.1 Matriks SWOT

	IFAS	<i>Strength (S)</i> Tentukan 5-10 faktor Faktor-faktor kekuatan internal	<i>Weakness (W)</i> Tentukan 5-10 faktor Faktor-faktor kelemahan internal
EFAS			
<i>Opportunity (O)</i> Tentukan 5-10 faktor Peluang eksternal		STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>Threats (T)</i> Tentukan 5-10 faktor Ancaman eksternal		STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber : Rangkuti (2019:83)