

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan untuk mengetahui fenomena dan seluk-beluk sesuatu. Metode penelitian merupakan langkah yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisa informasi dan data dalam kegiatan penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme dan bermaksud untuk meneliti obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai kunci, kemudian pengambilan sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, menggunakan teknik triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif serta hasil penelitian menekankan pada generalisasi (Sugiyono, 2011).

Menurut Bogdan dan Biklen (1982, dalam Anggito dan Setawan, 2018:11) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bersifat deskriptif yaitu menjelaskan obyek, fenomena, atau keadaan sosial yang akan diterapkan dalam tulisan naratif. Maka dalam pendekatan kualitatif ini adalah untuk mencocokkan antara keadaan empiric dengan teori yang ada untuk selanjutnya dianalisis.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pendekatan kualitatif digunakan dengan menekankan pada kondisi alami untuk mendapatkan data yang mendalam dan mengandung makna. Kemudian

dalam penelitian kualitatif lebih mengutamakan proses daripada hasil dimana melihat gejala yang muncul pada suatu objek atas dasar mengapa.

Berdasarkan pendekatan kualitatif, penulis telah membatasi focus penelitian pada kegiatan periklanan *banquet*. Maka penulis telah merumuskan focus penelitian yang dituangkan dalam beberapa indikator dalam table dibawah ini.

TABEL 4
FOKUS PENELITIAN

Variabel	Dimensi	Indikator
5 Keputusan utama dalam manajemen periklanan (Kotler dan Keller, 2016)	Mission	Memberi informasi
		Membujuk
		Mengingatkan
		Memperkuat
	Money	<i>Stage in product life cycle</i>
		<i>Market share and consumer base</i>
		<i>Competition and clutter</i>
		<i>Advertising frequency</i>
		<i>Product substitutability</i>
	Message	Penyampaian pesan
		Eksekusi pesan
		Tanggung jawab social dan hukum
	Media	Jangkuan, frekuensi, dan dampak
		Spesifik alat media yang digunakan
		Media timing
		Alokasi media secara geografis
	Measurement	<i>Communication impact</i>
<i>Sales impact</i>		
<i>Banquet</i> (Davis et al., 2018)	<i>Banquet event</i>	Produk <i>Banquet</i>

Sumber: Hasil olahan penulis, 2020

B. Obyek Penelitian

1. Sejarah House Sangkuriang Bandung

House Sangkuriang Bandung adalah kelas hotel bintang tiga yang berdiri dibawah naungan perusahaan Singgasana Hotels and Resorts Indonesia. Hotel ini mulai beroperasi pada tahun 2014 dan memiliki total 55 *rooms* dengan tiga tipe kamar yang berbeda. House Sangkuriang Bandung berada di lokasi yang strategis di daerah Dago, tepatnya di Jalan Sangkuriang No. 1, Bandung. Lokasinya diantara kawasan hutan Babakan Siliwangi dan Jalan Raya Ir. H. Juanda, Dago. Dengan lokasinya yang strategis, membuat potensi hotel ini cukup bagus untuk dikembangkan.

House Sangkuriang Bandung memiliki bentuk bangunan yang cukup unik dengan mengusung tema *house contemporer*, yaitu hotel yang berkonsep rumah kekinian namun masih mengusung sentuhan budaya Sunda. Atribut para karyawannya *casual* layaknya pelayanan terhadap keluarga, maka tidak heran jika konsep pelayanannya adalah "*caring family service*" yang artinya memberikan pelayanan seperti keluarga dirumah sendiri. Konsep kenyamanan tamu sangat diutamakan di hotel ini.

House Sangkuriang Bandung memiliki motto "*House is not just a place to be, it's a way to be*". Maknanya adalah hotel ini bukan hanya sekedar rumah untuk tinggal, lebih dari itu sebuah filosofi yang lebih mendalam sebagai rumah tinggal. Dari motto

tersebut dapat dilihat bahwa hotel ini memiliki konsep pelayanan “*leisure*” bagi para tamunya.

2. Fasilitas House Sangkuriang Bandung

House Sangkuriang Bandung memiliki beberapa fasilitas layaknya standar hotel bintang tiga pada umumnya. Beberapa fasilitas publik yang ditawarkan oleh House Sangkuriang Bandung disajikan dalam table berikut.

TABEL 5
FASILITAS PENUNJANG HOUSE SANGKURIANG

No.	Fasilitas	Tipe	Jumlah	Unit
1	Kamar	Sangkuriang	30	Unit
		Siliwangi	23	Unit
		Family Suite	2	Unit
2	<i>Restaurant</i>	Open Kitchen	1	-
3	Ruang Meeting	Siliwangi	1	Ruang
		Sangkuriang	1	Ruang
4	Kolam Renang	Outside Pool	1	-
5	<i>Communal Area</i>	-	-	-
6	Aula Pertemuan	Main Hall	1	Unit
7	<i>Wedding Venue</i>	Garden	1	-
		Main Pool	1	-
8	Area Parkir	Outside	20	Mobil

Sumber: Asisten Manajer dan hasil observasi penulis, 2020.

Selain fasilitas public diatas, ada juga beberapa fasilitas penunjang di House Sangkuriang Bandung antara lain *mini bar*, *wifi internet*, *public living room*, *cable TV*, dan sebagainya.

3. Produk *Banquet House Sangkuriang Bandung*

Selain produk kamar, House Sangkuriang Bandung juga menawarkan beberapa produk *event banquet* untuk kegiatan sosial, rapat, pertemuan, pernikahan, *dinner*, ulang tahun, dan sebagainya. Produk *banquet* ditawarkan untuk menjadi salah satu opsi bagi konsumen apabila memiliki rencana untuk menyelenggarakan acara tertentu. Selain itu, dengan produk *banquet* diharapkan dapat menjadi salah satu penghasil *revenue* di House Sangkuriang Bandung.

Berikut ini adalah beberapa produk dari *banquet* yang ditawarkan di House Sangkuriang Bandung dalam *publish rate*.

TABEL 6
PRODUK BANQUET

No	Produk	Paket	Harga	Ket	Inclusion
1	Paket Wedding	-	19.500.000	Nett	<ul style="list-style-type: none"> • 6 hrs venue usage • Free 2 Siliwangi Rooms • Free for Akad • Electric Supply upto 3000 watt • Prewedding photoshoot
2	Paket Honeymoon	-	1.500.000	++	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Siliwangi room • Fruit basket • Standard bed decoration • Candle light dinner • Free breakfast
3	Paket Akad	Sangkuriang	10.000.000	++	<ul style="list-style-type: none"> • Standard decoration • Buffet for 50 pax • Additional pax IDR175K

		Siliwangi	19.000.000	++	<ul style="list-style-type: none"> • Standard decoration • Buffet for 100 pax • Additional pax IDR175K
3	Paket Meeting	Full day	450.000	++ /pax	<ul style="list-style-type: none"> • 2x coffee break • 1x lunch
		Half day	350.000	++ /pax	<ul style="list-style-type: none"> • 2x coffee break • 1x lunch
4	Gathering	-	150.000	++ /pax	<ul style="list-style-type: none"> • Gathering set • Standard decoration
5	Birthday	-	150.000	++ /pax	<ul style="list-style-type: none"> • Birthday Set • Standard decoration

Sumber: Asisten Operasional Manajer, 2020.

C. Populasi dan Sampling

Dalam penelitian diperlukan populasi dan sample untuk menentukan akurasi data. Populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diambil oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2010). Maka dapat diartikan bahwa sample dapat ditarik dari populasi setelah dipelajari karakteristiknya.

Dalam penelitian kualitatif, sampling merupakan pilihan dari peneliti mengenai aspek apa, dari peristiwa apa, dan siapa yang dijadikan sebagai focus pada situasi tertentu. Oleh karenanya, sampling dilakukan terus menerus sepanjang penelitian (Afifuddin dan Saeani, 2009:80). Artinya sampling dalam penelitian kualitatif harus representatif terhadap informasi yang holistic, bukan menekankan pada representasi terhadap populasi.

Ada beberapa istilah dalam pendekatan kualitatif untuk menunjuk subjek penelitian seperti informan yang mengacu pada kelompok tertentu dan bukan diharapkan menjadi representasi dari kelompok tersebut. Selanjutnya adalah partisipan, yaitu digunakan apabila subjek mewakili kelompok tertentu, dan hubungan subjek dengan peneliti dianggap bermakna bagi subjek.

Salah satu tujuan pengambilan sampling adalah untuk dapat memberikan suatu informasi yang akurat, lebih menyeluruh dan mendalam (Martono, 2011:75). Dalam penelitian ini, teknik yang akan digunakan adalah *purposive sampling* yaitu merupakan bagian dari *non probability* sampling dimana pengertiannya menurut Sugiyono (2010) adalah teknik untuk menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu. Tujuannya agar data yang diperoleh bisa lebih representatif. Adapun ciri dari *purposive sampling* berdasarkan Lincoln et al. (1985; dalam Sugiyono, 2013:301):

- a. *Focusing of the sample* (sesuai keperluan)
- b. *Selection to the point of redundancy* (pemilihan hingga data jenuh)
- c. *Emergent sampling design* (desain sementara)

Dengan teknik *purposive sampling* diharapkan data yang diperoleh nantinya dapat lebih menggambarkan terhadap fenomena yang terjadi. Selain itu, peneliti sebagai instrument utama dalam penelitian kualitatif terjun langsung ke lapangan dan pengumpulan data diakhiri hingga peneliti tidak menemukan informasi baru lagi.

D. Metode Pengumpulan Data

Salah satu komponen penting dalam penelitian adalah proses pengumpulan data. Tujuan dari pengumpulan data dan teknik pengumpulan data yaitu untuk memperoleh data yang benar atau valid. Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

a) Interview/Wawancara

Metode wawancara dalam mengumpulkan data bermaksud untuk mendalami fenomena atau kejadian secara langsung dari subjek wawancara sehingga dianggap efektif dalam pendekatan kualitatif. Dalam kegiatan wawancara ini dibantu oleh 2 partisipan sebagai narasumber yaitu Asep Saepudin yang merupakan Asisten Operasional Manager yang merangkap sebagai Sales Manager dan Elsa yang merupakan Manajer Akunting yang tentunya mengetahui tentang anggaran dana di House Sangkuriang Bandung.

b) Observasi Lapangan

Salah satu data primer dalam penelitian ini adalah observasi. Menurut Nawawi dan Martini dalam Afifuddin dan Saebani (2009:134), observasi merupakan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu

gejala-gejala dalam objek penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi langsung di House Sangkuriang Bandung mengenai hal yang berkaitan dengan kegiatan periklanan dan manajemen *banquet* di lokasi tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipatori, yaitu melibatkan diri dalam kondisi dan situasi social yang sedang diteliti. Tujuannya adalah untuk lebih bisa menggali informasi dan data melalui wawancara dan diskusi perlahan yang mengarah pada tujuan penelitian.

b. Data Sekunder

a) Studi kepustakaan

Merupakan usaha mengumpulkan data, informasi dan teori-teori yang berkenaan dengan masalah yang sedang diteliti, dalam hal ini dapat melalui buku, website, jurnal ilmiah, dan lain sebagainya.

b) Data sekunder dari manajemen House Sangkuriang Bandung

Adapun data sekunder yang penulis kumpulkan dari manajemen hotel berupa informasi mengenai profil hotel, tingkat hunian kamar, produksi kuantitas *banquet* Januari - Maret 2020, penghasilan *banquet year to date*, brosur *event*, fasilitas pendukung di hotel, dan beberapa dokumentasi foto.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Pedoman Wawancara

Merupakan kumpulan pertanyaan wawancara yang telah disiapkan untuk diajukan kepada Asisten Operasional Manajer dan narasumber di House Sangkuriang Bandung.

b. Dokumentasi Foto

Berisi lampiran foto mengenai *event venues*, fasilitas penunjang, dan acara yang sudah berlalu.

E. Analisis Data Penelitian

Berpedoman pada buku *Qualitative Data Analysis* milik Milles et al. (2014), menjelaskan bahwa ada 3 elemen untuk menganalisis data kualitatif yaitu dengan kondensasi data, penyajian data, dan gambaran kesimpulan.

1. Kondensasi data (*condensation*)

Kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstrakan, atau mengubah data yang muncul selama pencatatan lapangan yang ditulis berupa wawancara, transkrip, dokumen, dan bahan empiris lainnya. Kondensasi akan membuat data menjadi lebih akurat. Data proses kondensasi berlanjut setelah kerja lapangan selesai, hingga laporan akhir selesai dengan lengkap. Analisis ini tergantung pada peneliti tentang data mana yang akan ditarik, kategori mana, dan potongan mana yang diambil.

2. Penyajian data (*data display*)

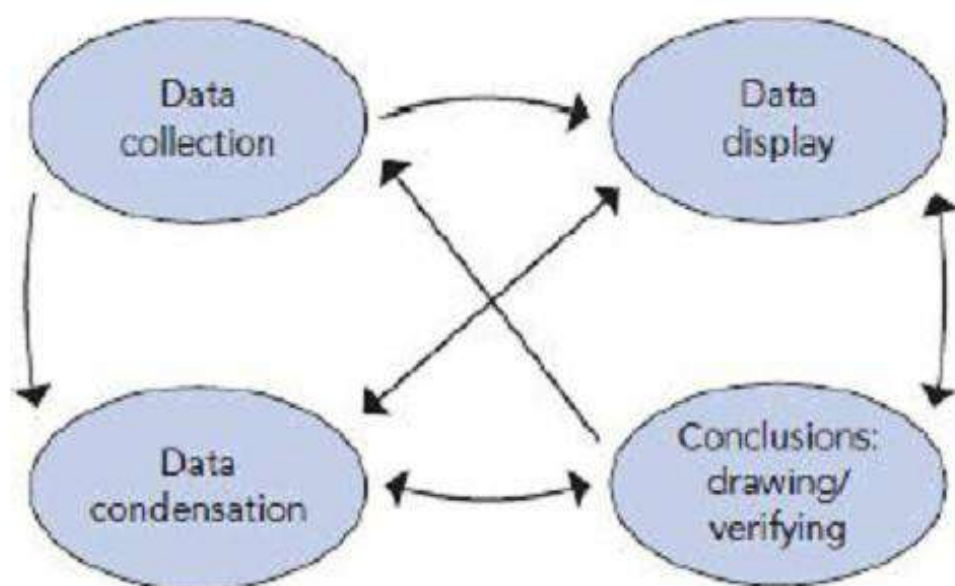
Penyajian data selayaknya terorganisir menjadi kumpulan informasi yang padat, ringkas dan mempermudah dalam penarikan kesimpulan atau tindakan.

3. Kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing*)

Keseimpulan didapat dari awal pengumpulan data, analisis kualitatif mengartikan apa yang dimaksud dengan mencatat pola, penjelasan, aliran sebab akibat, dan proposisi.

Berikut ini adalah pemaparan siklus analisis interaktif dalam analisis data.

GAMBAR 4
COMPONENTS OF DATA ANALYSIS: INTERACTIVE MODEL



Sumber: Milles et al. dalam *Qualitative Data Analysis*, 2014

F. Pengujian Keabsahan Data

Keabsahan data penelitian harus diuji supaya data yang didapat bisa dipertanggung jawabkan. Menurut Sugiono (2012), mengungkapkan bahwa ada empat metode uji keabsahan data meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reabilitas), dan *confirmability* (objektivitas).

1. *Credibility* (validitas internal)

a. Memperpanjang pengamatan

Perpanjangan waktu pengamatan untuk meningkatkan akurasi penelitian dengan meningkatkan intensitas pertemuan dengan sumber data.

b. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan dengan tujuan untuk mengecek dan mengoreksi kembali data-data yang diperoleh jika mungkin ada yang terlewat oleh peneliti.

c. Triangulasi data

Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi teknik, yaitu dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

d. Analisis kasus negatif

Analisis ini berarti penulis mencari data yang berlawanan dengan data yang telah ditemukan sebelumnya. Apabila sudah tidak ada lagi yang berlawanan, berarti data yang ditemukan sudah dipercaya. Jika masih ditemukan data yang berlawanan, maka peneliti dimungkinkan untuk dapat mengubah temuannya.

e. Referensi

Referensi disini artinya adalah pendukung dari semua data. Contohnya data hasil interview didukung dengan rekaman, foto, dan sebagainya.

f. *Member check*

Member check artinya pengecekan data oleh peneliti kepada pemberi data. Tujuannya untuk menguji seberapa akurat data yang diperoleh sesuai dengan data yang diberikan olehnya.

2. *Transferability* (validitas eksternal)

Transferability yaitu ketepatan dalam suatu penelitian hingga dapat diterapkan. Dalam konteks penelitian kualitatif, transferability digunakan untuk menyusun hasil laporan dengan detail yang jelas, rinci, sistematis, dan dapat dipercaya.

3. *Dependability* (reabilitas)

Pada penelitian kualitatif, uji reabilitas dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses. Dalam penelitian ini penulis bekerjasama dengan pembimbing untuk melakukan audit keseluruhan aktivitas penelitian dari awal hingga akhir.

4. *Confirmability* (objektivitas)

Penulis melakukan evaluasi terhadap hasil penelitian serta mengaitkan proses penelitian sehingga ditemukan fungsi seperti dalam penjelasan awal dalam penelitian ini. Karakter dari confirmability sekilas mirip dengan dependability.

G. Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian yang meliputi persiapan, pelaksanaan hingga pelaporan hasil penelitian, dimulai dari survei awal pada pertengahan bulan Februari 2020 dan diakhiri dengan sidang Proyek Akhir (PA) pada bulan Agustus 2020.

TABEL 7
JADWAL PENELITIAN

Uraian Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
Survei Lokus							
Pengajuan Judul & Dosen Pembimbing							
Penyusunan & Bimbingan Proposal UP							
Pengumpulan & Seminar UP							
Revisi Proposal UP							
Proses Penelitian							
Penyusunan & Bimbingan Proyek Akhir (PA)							
Sidang Proyek Akhir (PA)							

Sumber: Hasil Intepretasi Peneliti, 2020