

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Rancangan Penelitian**

Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui dan memahami makna yang diberikan oleh seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu hal. Proses penelitian ini melakukan beberapa langkah penting, seperti mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data langsung dari para peserta, lalu menganalisis dan menafsirkan data yang didapatkan (Creswell, 2009).

Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menjadi relevan untuk mencari tahu secara mendalam persepsi dan pengalaman peserta terhadap kualitas pelaksanaan Maybank Marathon. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami makna subjektif yang diberikan oleh para peserta dan *event organizer* terhadap elemen-elemen kualitas dalam event olahraga, seperti pelayanan, fasilitas, dan manajemen acara. Hasil pemahaman ini akan menjadi dasar dalam membangun konsep acara marathon yang efektif dan berorientasi pada peningkatan kualitas layanan (*service quality*) dalam penyelenggaraan event olahraga.

## B. Partisipan dan Tempat Penelitian

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan studi dokumentasi. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi dokumentasi ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam untuk mengidentifikasi penilaian dan perencanaan *sport event service quality* dalam event Maybank Marathon.

Adapun partisipan yang terlibat dalam penelitian ini dipilih berdasarkan *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Bernard (2002), merupakan sampling berdasarkan penilaian dengan pemilihan narasumber secara sengaja yang memiliki kualitas atau keahlian yang dibutuhkan oleh peneliti. Dengan menggunakan *purposive sampling*, peneliti dapat menentukan informasi apa saja yang dibutuhkan dan mencari narasumber yang memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan serta bersedia membagikan informasi tersebut (Bernard 2002, Lewis & Sheppard 2006).

**TABEL 2**

### KODE KETERANGAN PARTISIPAN

| No | Kode | Keterangan Patisipan                |
|----|------|-------------------------------------|
| 1  | P1   | Peserta Maybank Marathon tahun 2024 |
| 2  | P2   | Peserta Maybank Marathon tahun 2024 |
| 3  | P3   | Peserta Maybank Marathon tahun 2023 |
| 4  | P4   | Peserta Maybank Marathon tahun 2023 |
| 5  | EO   | Penyelenggara tahun 2023            |

Dengan mengacu pada penjelasan diatas, penting bagi peneliti untuk memilih narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan

dalam mengikuti event Maybank Marathon. Maka target narasumber untuk penelitian ini adalah:

1. Peserta Maybank Marathon sebanyak 4 orang yang pernah mengikuti event Maybank Marathon pada tahun 2023, 2024, atau keduanya. Peserta yang terlibat langsung dalam *event* ini memiliki pengalaman dan pengetahuan yang dibutuhkan peneliti untuk mengidentifikasi penilaian *sport event service quality* yang ada pada event Maybank Marathon. Peneliti akan mencari dan menghubungi narasumber melalui media social Maybank Marathon.
2. Penyelenggara acara Maybank Marathon tahun 2023 yaitu PT Drupadi Artha Mulia Nusantara. Pemilihan narasumber ini didasarkan pada keterlibatan PT Drupadi Artha Mulia Nusantara yang pernah berperan sebagai penyelenggara acara dan ikut terlibat dalam *pitching event* Maybank Marathon tahun 2024. Dengan pengalaman yang dimiliki, PT Drupadi Artha Mulia Nusantara dapat memberikan informasi terkait perencanaan konsep acara berdasarkan *sport event service quality* yang dapat membantu peneliti dalam menilai aspek yang perlu dikembangkan atau diperbaiki.

Untuk tempat penelitian dilakukan secara fleksibel, baik melalui media daring (*online*) seperti Zoom, Google Meet, atau secara tatap muka. Peneliti akan menyesuaikan tempat berdasarkan ketersediaan narasumber.

### **C. Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan data utama sehingga dapat melakukan evaluasi kepada *event* terkait. Sementara itu, peneliti juga menggunakan studi dokumentasi untuk mengumpulkan data pendukung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Wawancara

Wawancara menurut Khan dan MacEachen (2022) merupakan pendekatan tradisional dan populer untuk pengumpulan data penelitian kualitatif yang melibatkan wawancara secara langsung, di mana peneliti mengajukan pertanyaan terbuka kepada narasumber untuk mendapatkan informasi. Wawancara akan dilaksanakan secara *offline* maupun *online*

Wawancara akan melibatkan 4 peserta yang mengikuti Maybank Marathon tahun 2023, 2024, atau keduanya dan penyelenggara acara Maybank Marathon tahun 2023 yaitu PT Drupadi Artha Mulia Nusantara. Keterlibatan peserta dalam wawancara ini bertujuan untuk mengetahui persepsi peserta terhadap *sport event service quality* pada *event* Maybank Marathon, hal ini termasuk aspek pelayanan, fasilitas, pengalaman peserta, hingga kepuasan keseluruhan acara. Sedangkan untuk penyelenggara acara, wawancara ini dilakukan untuk mengetahui perencanaan konsep *event* Maybank Marathon melalui sudut pandang *sport event service quality*, yang hasilnya dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki bahkan mengembangkan konsep acara dengan penerapan *sport event service quality* di *event* selanjutnya.

## 2. Studi Dokumentasi

Menurut Hasan (2002), studi dokumentasi merupakan pengumpulan data tanpa melibatkan langsung narasumber. Studi dokumentasi ini dilakukan untuk mengetahui gambaran nyata dilapangan (Prawiyogi A, Sadiyah T, Purwanugraha, dan Elisa P, 2021). Studi dokumentasi merupakan data pelengkap dari penelitian kualitatif (Sugiyono, 2017).

Studi dokumentasi dilakukan dengan cara mencari dokumentasi-dokumentasi dari internet yang berkaitan dengan indikator pertanyaan wawancara dari Maybank Marathon tahun 2023 dan 2024, kemudian menjadikannya data pendukung dari hasil wawancara yang nantinya akan dilakukan.

Tujuan utama dari studi dokumentasi bagi penelitian ini adalah untuk membandingkan dan melihat bagaimana kondisi di lapangan saat itu, sehingga peneliti dapat memberikan perbandingan dan melihat perbedaanya. Hal ini dapat membantu peneliti untuk melihat apakah ada yang perlu dikembangkan atau tetap untuk dipertahankan, serta membantu peneliti dalam membangun perencanaan konsep *running event*.

#### **D. Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menyusun data yang telah diperoleh sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam terhadap event Maybank Marathon yang dapat membantu untuk membangun perencanaan konsep baru dengan penerapan *sport event service quality*. Dalam proses ini, wawancara membantu peneliti untuk mendapatkan wawasan lebih dalam dari peserta mengenai pengalaman mereka,

sedangkan studi dokumentasi sebagai data pelengkap yang dapat memberikan pemahaman dan perbandingan tentang *event* sebelumnya.

Dalam penelitian ini, mencakup tahapan utama, yaitu, analisis tematik. Analisis tematik menurut Braun dan Clarke (2006), merupakan metode untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menghadirkan pola atau tema dari data yang dihasilkan. Metode ini membantu untuk mengorganisir dan mendeskripsikan kumpulan data secara rinci dan mendalam.

Tidak hanya fokus dalam pengorganisasian dan deskripsi data analisis tematik, metode ini juga fokus pada analisis dan hal yang mendalam. Dengan sifat lain dari analisis tematik, memungkinkan peneliti untuk menerapkan metode ini untuk berbagai konteks dan pendekatan teoritis (Braun dan Clarke, 2006).

Analisis tematik akan dilakukan mulai dari transkrip data, pengkodean awal, identifikasi tema, peninjauan tema, dan diakhiri dengan mendefinisikan dari setiap tema yang ada. Metode ini sangat cocok untuk penelitian ini karena dapat membantu penelitian yang menghasilkan suatu rekomendasi, pengidentifikasian tema yang didapat dari hasil wawancara dengan mengetahui pola dan ide yang relevan, dan pengalaman peserta yang dapat mempengaruhi perencanaan *event*.

Dalam perencanaan *event*, peneliti dapat menyesuaikan analisis dengan kebutuhan spesifik dari *event* yang sedang direncanakan, dan memungkinkan peneliti untuk melihat dari perspektif berbeda, sehingga rekomendasi yang dihasilkan lebih relevan.

#### **E. Pengujian Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menguji keabsahan data dengan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi merupakan pendekatan yang melibatkan perbandingan serta penggabungan dari berbagai sumber data, metode, atau sudut pandang untuk memperoleh data yang lebih menyeluruh (Creswell & Creswell, 2018). Terdapat beberapa jenis triangulasi yaitu, triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Triangulasi sumber menurut Flick (2018), merupakan metode untuk menguji data dengan memanfaatkan berbagai sumber informasi untuk melihat akurasi serta validitas temuan penelitian. Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Yang terakhir adalah triangulasi waktu, yang menguji dengan cara melakukan pengecekan menggunakan observasi wawancara, atau teknik lain dalam kurun waktu atau situasi yang berbeda (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan dua jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber dengan cara mencari kesamaan ataupun perbedaan data dari berbagai sumber yaitu peserta Maybank Marathon sebagai narasumber yang akan diwawancara. Sedangkan triangulasi Teknik dilakukan dengan memverifikasi kesesuaian data mengenai *sport event service quality* di Maybank Marathon dengan menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu wawancara dan studi dokumentasi. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data ini, peneliti dapat mengetahui dan memastikan beberapa hal, seperti:

1. Menjadikan jawaban dari beberapa peserta sebagai acuan dalam memahami dan mengevaluasi *sport event service quality* yang ada pada event Maybank Marathon.
2. Menjadikan jawaban dari penyelenggara acara sebagai acuan untuk memperbaiki dan mengembangkan *sport event service quality* yang ada pada event Maybank Marathon
3. Memverifikasi hasil wawancara dari peserta dan penyelenggara acara untuk menjadikan acuan untuk membangun penerapan konsep acara berbasis *sport event service quality*.

#### **F. Value Proposition Canvas**

Dalam merancang sebuah konsep *event* yang inovatif dan relevan, penelitian ini akan mengaplikasikan model *value proposition canvas*. *Value proposition canvas* (VPC), menurut Osterwalder dan Pigneur (2014), merupakan alat strategis untuk memastikan sebuah proposisi nilai (apa yang ditawarkan) sesuai dengan kebutuhan segmen pelanggan (siapa yang dituju). Dalam penelitian ini, VPC akan menjadi metode pendukung untuk mengoptimalkan konsep *event* Maybank Marathon.

*Value proposition canvas* sendiri terbagi menjadi dua segmen utama: pemahaman mendalam terhadap target pasar (peserta *event*) dan identifikasi tujuan penyelenggara (penyelenggara *event*) dalam menghadirkan nilai (*value*) bagi pelanggan (peserta). Kedua segmen ini didesain agar dapat saling beradaptasi dan menciptakan keselarasan optimal saat penyelenggara menyajikan nilai kepada para peserta yang menjadi sasaran. (Osterwalder et al.,

2014). Namun, pada penelitian ini peneliti hanya akan berfokus pada poin *pain* dan *gain* untuk lebih memfokuskan apa keinginan peserta

a. *Customer Pains*

Menurut Osterwalder et.al (2014), "*Customer Pains describe anything that annoys your customers before, during, and after trying to get a job done, or simply prevents them from getting a job done. Pains also describe risks, i.e. potential bad outcomes, related to getting a job done badly or not at all.*". *Pains* bisa bersifat fungsional (misalnya, antrean panjang), emosional (misalnya, bosan), sosial (misalnya, tidak mengenal siapa pun), atau terkait biaya/waktu.

b. *Customer Gains*

Osterwalder et al. (2014) menjelaskan, "*Customer Gains describe the outcomes and benefits your customers want. Some Gains are required, expected, or desired by customers, and some Gains would surprise them. Gains include functional utility, social gains, positive emotions, and cost savings.*". *Gains* bisa fungsional (misalnya, belajar hal baru), emosional (misalnya, merasa termotivasi), sosial (misalnya, membangun jaringan), atau berupa penghematan sumber daya.. Menjelaskan ekspektasi atau hasil positif yang sangat diinginkan peserta dari partisipasi dalam event.

c. *Pain Relievers*

Menurut Osterwalder et.al (2014), "*Pain relievers describe how your products and services alleviate specific customer pains.*". Artinya, *pain relievers* harus sangat spesifik dan sesuai pada *pains* yang telah didapat dari segmen pelanggan.

Pada penelitian ini *pain relievers* akan menjadi jembatan yang menghubungkan masalah peserta dengan solusi yang ditawarkan oleh event Maybank Marathon. Hal ini akan secara spesifik mengurangi atau menghilangkan *pains* yang telah teridentifikasi.

d. *Gain Creator*

Pada penelitian ini, *gain creators* digunakan untuk menghasilkan manfaat atau mewujudkan harapan yang diinginkan peserta. Hal ini dilakukan untuk menciptakan pengalaman positif dan nilai tambah yang dicari peserta, bahkan terkadang melampaui ekspektasi mereka.

Seperti yang dijelaskan oleh Osterwalder et al. (2014), "*Gain creators describe how your products and services create customer gains.*". Ini menekankan bahwa *gain creators* harus secara eksplisit dirancang untuk menghasilkan *gains* yang telah diketahui.

Metode ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang menyeluruh terhadap kendala dan keunggulan peserta, dengan mengidentifikasi secara cermat apa saja kesulitan yang dihadapi peserta dan apa saja harapan serta manfaat yang peserta inginkan. Sehingga penyelenggara dapat secara strategis mengembangkan *pain relievers* dan *gain creators* yang konkret. Ini akan memastikan bahwa setiap elemen konsep Maybank Marathon yang baru tidak hanya mengatasi masalah yang ada, tetapi juga secara aktif memenuhi dan bahkan melampaui ekspektasi peserta, sehingga menciptakan pengalaman event lari yang benar-benar bernilai dan memuaskan.

### G. Jadwal Penelitian

**TABEL 3**

## JADWAL PENELITIAN PENULIS

| No | Uraian                          | Februari |   |   |   | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   | Juni |   |   |   |
|----|---------------------------------|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|
|    |                                 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Studi pustaka                   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 2  | Persiapan Pra Survey            |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 3  | Pra- Survey                     |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 4  | Penyusunan Proposal             |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 5  | Bimbingan proposal              |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 6  | Seminar Usulan Penelitian       |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 7  | Revisi proposal                 |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 8  | Persiapan survey                |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 9  | Survey                          |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 10 | Penyusunan laporan Proyek Akhir |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 11 | Bimbingan laporan Proyek Akhir  |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 12 | Sidang Akhir                    |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |