

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang terjadi di Hotel Amaris Setiabudi Bandung, terutama terkait upaya optimalisasi segmentasi pasar dan dinamika perubahan segmen pelanggan. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna, konteks, serta realitas sosial subjek penelitian secara holistik.

Menurut Creswell (2003) dalam Fiantika *et al.*, (2022), pendekatan kualitatif berangkat dari sudut pandang konstruktivisme, di mana makna dianggap sebagai sesuatu yang dibentuk secara sosial dan historis, serta dapat ditelusuri melalui pengalaman individu dalam konteks tertentu. Sementara itu, Moleong (2013) Fiantika *et al.*, (2022) menekankan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek secara holistik, dengan menggambarkan realitas melalui kata-kata dalam konteks alami. Hal ini relevan dengan kebutuhan penelitian ini yang bertujuan memahami strategi pemasaran hotel secara kontekstual dan menyeluruh.

Lebih lanjut, Ragin dan White (2004) dalam Morissan (2019) menjelaskan bahwa riset kualitatif cenderung berorientasi pada kasus-kasus yang terbatas

namun mendalam, termasuk studi kasus tunggal. Penelitian jenis ini tidak bertujuan melakukan generalisasi, melainkan fokus pada pemahaman mendalam atas suatu fenomena spesifik. Oleh karena itu, pendekatan ini dianggap paling tepat dalam menjawab fokus penelitian terkait penetapan segmentasi pasar yang diterapkan oleh satu hotel tertentu.

Dalam konteks ini, penelitian studi kasus menjadi pendekatan yang sesuai, mengingat tujuannya yang mendalami fenomena dalam kehidupan nyata, sebagaimana diungkapkan oleh Bungin (2001) dalam Fiantika *et al.*, (2022), yang menyatakan bahwa penelitian studi kasus adalah penelitian inkuiri empiris yang mendalami sebuah fenomena pada kehidupan nyata. Herdiansyah (2010) dalam Fiantika *et al.*, (2022) juga menambahkan bahwa dalam penelitian studi kasus, fenomena dan konteks masalah sering kali tidak tampak jelas perbedaannya. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk mempelajari situasi suatu unit sosial secara intensif, termasuk interaksi lingkungan yang terjadi di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai latar belakang situasi Hotel Amaris Setiabudi Bandung, khususnya terkait dengan upaya optimalisasi segmentasi pasar yang dilakukan.

B. Partisipan dan Tempat Penelitian

Penelitian ini melibatkan partisipasi dari berbagai pihak yang terlibat dalam operasional Hotel Amaris Setiabudi Bandung, dengan tujuan untuk memperoleh perspektif yang lebih komprehensif mengenai strategi diversifikasi pasar yang diterapkan. Partisipan penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu mereka yang memiliki

pengetahuan langsung atau pengalaman dalam mengelola dan mengimplementasikan strategi pemasaran serta perubahan segmen pelanggan di hotel tersebut

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini meliputi *General Manager* (GM), dan *Sales Executive* di Hotel Amaris Setiabudi Bandung. Pemilihan partisipan ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk memilih individu yang dianggap memiliki informasi yang relevan dan mendalam terkait dengan topik penelitian. Seperti yang dijelaskan oleh Turner (2020) dalam Salmaa (2023), *purposive sampling* digunakan ketika peneliti ingin menargetkan individu dengan karakteristik atau pengalaman tertentu yang dapat memberikan wawasan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, wawancara mendalam dan observasi langsung akan digunakan untuk menggali informasi mengenai upaya optimalisasi dinamika perubahan segmen pelanggan yang dikelola oleh pihak manajerial hotel.

Alasan Pemilihan Informan :

Pemilihan kedua informan ini didasarkan pada peran strategis dan operasional mereka yang saling melengkapi, sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai fenomena segmentasi pasar di hotel:

1. *General Manager* : Beliau dipilih sebagai informan karena posisinya sebagai pengambil keputusan tertinggi di tingkat hotel. Perspektif dari seorang *General Manager* sangat krusial untuk memahami alasan strategis ("mengapa") di balik kebijakan segmentasi pasar, bagaimana segmentasi dikaitkan dengan tujuan bisnis dan kinerja finansial hotel

secara keseluruhan, serta bagaimana hotel merespons tantangan pasar dari sudut pandang manajerial tingkat atas.

2. *Sales Executive* : Beliau dipilih karena perannya sebagai ujung tombak operasional di lapangan yang bertanggung jawab langsung atas implementasi strategi pemasaran. Perspektif dari seorang Sales Executive sangat penting untuk memahami realitas implementasi ("bagaimana") strategi segmentasi diterapkan dalam praktik sehari-hari, tantangan yang dihadapi saat berinteraksi dengan setiap segmen, serta dinamika pasar yang dirasakan secara langsung.

Dengan menggabungkan perspektif strategis dari General Manager dan perspektif operasional dari Sales Executive, penelitian ini dapat memperoleh data yang kaya dan seimbang, serta melakukan triangulasi informasi antara kebijakan dan praktik di lapangan.

Penelitian ini dilakukan di Hotel Amaris Setiabudi Bandung, sebuah hotel yang terletak di kawasan strategis Bandung, yang memiliki segmen pasar yang beragam. Pemilihan tempat ini dilakukan karena hotel tersebut sedang mengalami perubahan dalam strategi pemasaran dan berupaya mengembangkan diversifikasi pasar untuk menjangkau lebih banyak segmen pelanggan, baik lokal maupun internasional. Lokasi penelitian ini juga dipilih karena representatif dalam menggambarkan dinamika pasar industri perhotelan di Bandung.

Melalui partisipasi langsung dari berbagai pihak yang terlibat dalam operasional hotel, serta observasi di lokasi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran untuk mengoptimalkan tingkat hunian kamar melalui proses segmentasi pasar

yang diterapkan oleh Hotel Amaris Setiabudi Bandung dan bagaimana strategi tersebut berdampak pada segmen pelanggan yang dilayani.

C. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi pemasaran dalam pengoptimalan segmentasi pasar yang diterapkan oleh Hotel Amaris Setiabudi Bandung. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi, yang sesuai dengan teknik-teknik yang dijelaskan oleh Sugiyono (2012) dalam Fiantika *et al.*, (2022) dalam penelitian kualitatif.

1. Wawancara Mendalam (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2012) dalam Fiantika *et al.*, (2022), wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi, sehingga dapat dikonstruksikan dalam sebuah makna yang mengacu pada suatu topik tertentu. Wawancara mendalam akan dilakukan dengan *General Manager (GM)*, dan *Sales Executive* di Hotel Amaris Setiabudi Bandung untuk menggali informasi terkait implementasi strategi pemasaran dan optimalisasi segmentasi pasar. Data yang diperoleh dari wawancara ini akan dianalisis untuk memahami bagaimana strategi-strategi tersebut diterapkan dan dampaknya terhadap segmen pelanggan yang dilayani.

Wawancara ini dirancang untuk memperoleh data yang lebih akurat dan mendalam dengan mengajukan pertanyaan terbuka dan fleksibel. Wawancara mendalam juga memungkinkan peneliti untuk

menggali lebih dalam mengenai konteks strategi pemasaran yang diterapkan oleh hotel dan prosesnya dari perspektif para manajer yang terlibat.

2. Observasi

Sugiyono (2012) dalam Fiantika *et al.*, (2022) juga menyatakan bahwa observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini bertujuan untuk melihat secara langsung bagaimana implementasi segmentasi pasar berlangsung dalam praktik sehari-hari di hotel. Teknik observasi ini akan digunakan untuk mencatat perilaku dan dinamika yang terjadi selama interaksi antara staf hotel dan tamu dari berbagai segmen pasar. Observasi ini akan dijelaskan dengan catatan deskriptif.

3. Dokumentasi

Studi dokumentasi akan digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa arsip, laporan, materi promosi, serta dokumen-dokumen lain yang relevan dengan strategi pemasaran dan segmentasi pasar yang diterapkan oleh hotel. Sugiyono (2012) dalam Fiantika *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan cara untuk mengumpulkan informasi yang dapat berbentuk tulisan, gambar, atau catatan aktivitas yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dokumen-dokumen ini akan memberikan gambaran lebih jelas tentang rencana, implementasi, serta evaluasi dari strategi yang diterapkan oleh Hotel Amaris Setiabudi Bandung.

4. Triangulasi

Triangulasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh. Menurut Sugiyono (2012) dalam Fiantika *et al.*, (2022), triangulasi dilakukan dengan memeriksa data dari berbagai sumber atau metode untuk memastikan kebenaran dan konsistensinya. Dalam penelitian ini, triangulasi akan digunakan untuk menguji hasil wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi yang telah dilakukan. Misalnya, hasil wawancara dengan manajer hotel dapat dibandingkan dengan data yang diperoleh melalui observasi di lapangan atau dokumentasi strategi yang ada. Dengan menggunakan triangulasi, diharapkan data yang diperoleh menjadi lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

D. Analisi Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan teknik analisis tematik, yang bertujuan untuk memahami fenomena segmentasi pasar yang diterapkan oleh Hotel Amaris Setiabudi Bandung. Sebagai referensi, langkah-langkah analisis yang dijelaskan oleh Miles (2004) dalam Fiantika *et al.*, (2022) digunakan untuk memproses dan menganalisis data yang terkumpul. Menurut Miles, terdapat tiga langkah utama dalam analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (*verification*)

1. Reduksi data (*Data reduction*)

Langkah pertama dalam analisis data adalah reduksi data, yang menurut Miles (2014) dalam Fiantika *et al.*, (2022) merupakan proses

penyederhanaan, merangkum, memilih hal-hal pokok, dan mengklasifikasikan data yang relevan dengan topik penelitian. Pada tahap ini, data yang terkumpul dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan disaring dan dipilih berdasarkan relevansinya dengan tujuan penelitian. Data yang tidak relevan akan dibuang, sementara data yang penting akan difokuskan pada tema dan pola yang muncul dari fenomena segmentasi pasar. Proses ini mempermudah peneliti untuk memahami dan menggambarkan temuan yang ada.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah berikutnya adalah penyajian data, yang menurut Miles (2014) dalam Fiantika *et al.*, (2022) dapat dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, bagan, grafik, atau bentuk lain yang memudahkan pemahaman. Dalam penelitian ini, data yang telah direduksi akan disajikan dalam bentuk tabel dan narasi yang menggambarkan pola-pola atau tema yang muncul terkait dengan strategi diversifikasi pasar. Penyajian data ini bertujuan untuk memberi gambaran yang jelas mengenai hubungan antar kategori, serta untuk mempermudah peneliti dalam memahami dinamika yang ada di Hotel Amaris Setiabudi Bandung.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan, yang mengedepankan temuan baru yang muncul dari analisis data. Miles (2014) dalam Fiantika *et al.*, (2022) menyatakan bahwa temuan dalam

penelitian kualitatif dapat berupa deskripsi atau gambaran yang lebih jelas mengenai objek yang sebelumnya belum terungkap sepenuhnya. Dalam konteks penelitian ini, kesimpulan yang diambil akan menggambarkan bagaimana strategi segmentasi pasar di Hotel Amaris Setiabudi Bandung diimplementasikan dan dampaknya terhadap segmen pelanggan yang dilayani. Proses *verification* akan dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan.

Dengan mengikuti langkah-langkah yang dijelaskan oleh Miles, diharapkan proses analisis data dalam penelitian ini dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam dan akurat mengenai fenomena yang diteliti, serta memberikan temuan yang relevan mengenai strategi segmentasi pasar yang diterapkan oleh Hotel Amaris Setiabudi Bandung.

E. Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi hal yang krusial untuk menjamin bahwa hasil penelitian benar-benar merepresentasikan realitas di lapangan. Bungin (2011) dalam Pahleviannur *et al.*, (2022) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif sering kali menghadapi tantangan dalam hal validitas, terutama karena sifatnya yang subjektif, penggunaan teknik pengumpulan data yang cenderung terbuka, serta kemungkinan penggunaan sumber data yang kurang kredibel. Oleh karena itu, perlu dilakukan serangkaian teknik pengujian keabsahan data guna meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian.

Dalam konteks penelitian ini yang berfokus pada strategi segmentasi pasar di Hotel Amaris Setiabudi Bandung, pengujian keabsahan data dilakukan melalui pendekatan-pendekatan yang telah dirumuskan oleh Moleong (2013) dan Bungin (2011) dalam Pahleviannur *et al.*, (2022). Mereka merinci sepuluh langkah sistematis sebagai acuan dalam menguji keabsahan data kualitatif, antara lain:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti memperpanjang kehadiran di lapangan hingga mencapai titik jenuh dalam pengumpulan data. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir bias peneliti, mengurangi pengaruh situasi tidak biasa, serta mendapatkan pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak manajemen Hotel Amaris Setiabudi Bandung

2. Menemukan Siklus Kesamaan Data (*Data Saturation*)

Proses pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh dari informan mulai berulang atau tidak ada temuan baru yang signifikan. Hal ini menandakan bahwa peneliti telah mencapai kedalaman informasi yang mencukupi.

3. Ketekunan Pengamatan

Peneliti melakukan observasi secara terus-menerus dan menyeluruh terhadap aktivitas pemasaran dan strategi operasional hotel. Ketekunan ini bertujuan agar hasil pengamatan lebih akurat, tidak hanya berdasarkan penglihatan, tetapi juga dari hasil interaksi, suasana, dan intuisi lapangan.

4. Triangulasi

Triangulasi digunakan untuk mengecek keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sudut pandang dan metode:

- a. Triangulasi Sumber Data: Membandingkan informasi dari manajemen, staf pemasaran, dan tamu hotel.
- b. Triangulasi Metode: Menggunakan wawancara mendalam, observasi langsung, serta dokumentasi untuk memverifikasi temuan.
- c. Triangulasi Teori: Hasil temuan dibandingkan dengan teori-teori pemasaran dan manajemen strategis yang relevan untuk menguji konsistensi makna data.

5. Pengecekan Melalui Diskusi

Hasil sementara dari analisis data didiskusikan dengan dosen pembimbing, rekan sejawat, atau pakar yang relevan di bidang manajemen perhotelan. Diskusi ini bertujuan untuk menguji interpretasi awal dan mendapatkan umpan balik terhadap kekuatan dan kelemahan hasil temuan.

6. Kajian Kasus Negatif

Peneliti juga memperhatikan dan mencatat kejadian-kejadian atau strategi yang tidak berhasil atau menyimpang dari kecenderungan umum yang ditemukan. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian tidak bias terhadap informasi yang hanya mendukung hipotesis awal.

7. Pengecekan Anggota Tim (*Member Check*)

Dalam tahap ini, peneliti mengonfirmasi kembali data hasil wawancara kepada para informan guna memastikan bahwa informasi yang tertulis telah sesuai dengan yang mereka sampaikan. Jika terdapat perbedaan persepsi atau makna, peneliti akan memperbaiki catatan atau interpretasinya.

8. Kecukupan Referensi

Peneliti juga menggunakan berbagai bentuk dokumentasi seperti brosur hotel, laporan internal, serta rekaman wawancara untuk menguatkan data lapangan. Referensi-referensi ini digunakan sebagai bukti fisik untuk menunjang validitas data.

9. Uraian Rinci

Deskripsi hasil penelitian disusun secara detail dan sistematis untuk memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai strategi segmentasi yang dijalankan oleh Hotel Amaris Setiabudi Bandung, baik dari aspek perencanaan, implementasi, hingga dampaknya terhadap pasar.

10. *Audit Trail*

Langkah ini dilakukan dengan mendokumentasikan proses penelitian secara transparan, termasuk alur pengumpulan data, analisis, serta keputusan-keputusan penting yang diambil selama proses penelitian berlangsung. Dengan demikian, pihak lain dapat menelusuri dan mengaudit proses penelitian secara menyeluruh.

Sebagai tambahan, menurut Lincoln dan Guba (1985) dalam Pahleviannur *et al.*, (2022), terdapat empat standar utama untuk menjamin keabsahan penelitian kualitatif, yaitu:

- a. Kredibilitas : Menjamin bahwa hasil penelitian sesuai dengan kenyataan di lapangan
- b. Transferabilitas: Memberikan gambaran kontekstual yang jelas agar temuan dapat diaplikasikan dalam konteks lain yang serupa
- c. Dependabilitas: Memastikan konsistensi proses penelitian, mulai dari pengumpulan hingga pelaporan data
- d. Konfirmabilitas: Menjamin bahwa temuan merupakan hasil dari proses pengumpulan data, bukan interpretasi subjektif peneliti

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, penelitian ini berupaya semaksimal mungkin untuk menghasilkan temuan yang kredibel, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

F. Jadwal Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama enam bulan, dimulai dari bulan Februari hingga Juli 2025. Selama periode tersebut, kegiatan penelitian dilakukan secara bertahap, mulai dari penyusunan dokumen awal hingga pelaksanaan sidang proyek akhir. Jadwal ini disusun agar pelaksanaan penelitian dapat berjalan secara sistematis dan efisien.

TABEL 5
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Penyusunan TOR						
2	Penyusunan Usulan Penelitian						
3	Seminar Usulan Penelitian						
4	Pelaksanaan Penelitian						
5	Analisa Hasil Penelitian						
6	Sidang Proyek Akhir						