

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian yang disebutkan di atas, penelitian ini untuk mengetahui Tujuan secara umum dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui “Manajemen Pemasaran Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur”.

Tujuan yang lebih *spesifik* dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui cara menentukan harga Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur, untuk mengetahui cara mempromosikan Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur yang berlokasi di Jl. Raya Mekarsari, Gg. Pandu, Bekasi Jaya Kel. Bekasi Jaya Kec. Bekasi Timur-Bekasi.

## **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan selama tiga bulan terhitung pada bulan April-Juni 2016.

## **C. Latar Penelitian**

Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur merupakan salah satu kolam renang di wilayah Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat yang memiliki berbagai macam fasilitas yang ditawarkan. Lokasinya juga berada di kota Bekasi hanya. Kolam renang ini cocok untuk segala umur dari anak-anak hingga dewasa. Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur mempunyai manajemen pemasaran yang baik dan unggul dalam menarik minat jumlah konsumen terutama masyarakat yang ada di sekitar kolam renang.

## **D. Metode dan Prosedur Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.<sup>1</sup> Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan

---

<sup>1</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2009) h. 54

masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.<sup>2</sup>

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.<sup>3</sup>

Prosedur dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengikuti tahapan pelaksanaan yang meliputi perumusan masalah, observasi awal, penentuan, kegiatan di lokasi penelitian, pengolahan dan analisis data. Perumusan masalah dalam penelitian ini manajemen pemasaran yang sudah diterapkan oleh Kolam Renang Pandu Jaya *Sport* Bekasi Timur kepada pengunjung. Adapun observasi awal dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data dan informasi awal dalam menyusun penelitian, berupa: karakteristik Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur, memahami gejala-gejala permasalahan tentang manajemen pemasaran, kajian-kajian referensi yang relevan untuk digunakan, latar sampel penelitian, dan berbagai informasi lainnya.

---

<sup>2</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta:Gajah Mada University Press, 2012) h. 67

<sup>3</sup> Moh. Nazir, loc. cit., h. 54

Faktor-faktor yang terlibat dalam pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini adalah pewawancara itu sendiri, responden, topik yang akan dibahas, dan situasi ketika wawancara berlangsung. Responden yang akan terlibat dalam penelitian ini adalah manajer Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur yang kompeten pada manajemen pemasaran kolam renang tersebut. Data yang diperoleh kemudian direduksi untuk memilah data yang akan digunakan dan tidak digunakan. Data yang digunakan kemudian dianalisis dengan model analisis Miles dan Huberman. Analisis data dilaksanakan antara lain untuk menyederhanakan data dan informasi dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Data dan informasi diatas digunakan untuk mengidentifikasi ada beberapa cara manajemen pemasaran yang sudah diterapkan oleh Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur kepada pengunjung, dan bagaimana manajemen pemasaran yang sudah ada di Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur dapat menarik pengunjung.

## **E. Data dan Sumber Data**

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari:

### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh penulis secara langsung dari responden melalui wawancara. Data primer tersebut berupa data yang

belum diolah, antara lain informasi tentang manajemen pemasaran yang berada di Kolam Renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur.

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang sudah diolah dan berfungsi sebagai pendukung yang dikumpulkan oleh pihak lain terkait dengan penelitian. Data diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara di lapangan. Sumber data diperoleh dengan cara mewawancarai manajer kolam renang Pandu Jaya *Sport Centre* Bekasi Timur.

## **F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data**

Teknik dan prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Observasi**

Kegiatan observasi dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung serta mencatat data yang diperoleh secara sistematis.

### **2. Wawancara**

Kegiatan wawancara dilaksanakan dengan melakukan kegiatan tanya jawab kepada manajer Kolam Renang dengan menggunakan Panduan Wawancara yang telah disusun dengan bentuk semi-terstruktur.

### **3. Dokumen**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat pula berupa berkas tertulis seperti data pengunjung dari tahun-tahun sebelumnya, gambar atau foto kegiatan, profil kolam renang tersebut, dan lain sebagainya. Data dokumen diperoleh untuk melengkapi metode observasi dan wawancara dari penelitian ini. Informasi dan data yang dikumpulkan dalam bentuk dokumen, bertujuan untuk dapat menjawab pertanyaan-penelitian melalui proses analisis data.

### **4. Studi pustaka**

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari dan memahami manajemen pemasaran, kajian pustaka manajemen pemasaran yang baik menurut para ahli, dan berbagai referensi lain yang dianggap relevan untuk digunakan.

### **G. Prosedur Analisis Data**

Prosedur analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah:

## **1. Reduksi Data**

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis.<sup>4</sup>

## **2. Model Data (*Data Display*)**

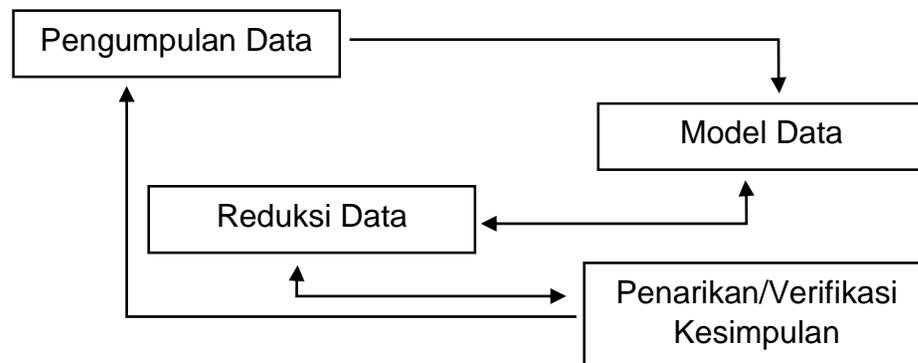
Pada tahap ini peneliti akan melakukan tahapan kegiatan penyajian data dalam bentuk berbagai jenis matrik, grafik, jaringan kerja, dan bagan. Merancang kolom dan baris dari suatu matrik untuk data kualitatif dan menentukan data yang mana, dalam bentuk yang mana, harus dimasukkan ke dalam sel yang mana adalah aktifitas analisis. Semuanya dirancang untuk merakit informasi yang disusun dalam suatu bentuk yang dapat diakses secara langsung dan praktis agar peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan dapat menggambarkan kesimpulan dengan baik dan bergerak pada tahap analisis berikutnya.

## **3. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan**

Langkah ketiga dari penelitian adalah dengan melakukan penarikan dan verifikasi kesimpulan, yaitu dengan memberikan makna dari data yang telah tersaji, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proposisi-proposisi.

---

<sup>4</sup> Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2014) h. 129



Gambar 1. Komponen Analisis Data: Model Interaktif  
 Sumber: Buku karangan Emzir, Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data, h. 134

## H. Pemeriksaan Keabsahan Data

### 1. Kredibilitas

Skripsi ini disusun dengan menggunakan panduan pedoman penulisan ilmiah yang dikeluarkan oleh Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Jakarta tahun 2015 dan referensi-referensi yang dapat dipertanggung-jawabkan secara akademis.

### 2. Transferabilitas

Hasil dari penelitian ini mungkin dapat digunakan pula pada konteks yang berbeda, misalnya pada penelitian yang lainnya, tetapi bukan merupakan tanggung jawab penulis jika ternyata terdapat hasil yang berbeda.

### 3. Dependabilitas

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2016, dimana persaingan usaha atau bisnis kolam renang sangat ketat sekali dan memerlukan suatu

manajemen pemasaran yang baik untuk dapat tercapainya suatu tujuan yang dituju oleh perusahaan.

#### **4. Konfirmabilitas**

Skripsi ini ditulis dengan sudut seobjektif mungkin dari penulis, yaitu dengan melakukan penggunaan data yang absah, cek dan ricek data dengan sungguh-sungguh, melibatkan dosen pembimbing.