

BAB V

METODOLOGI PENELITIAN

5.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dalam suatu studi kasus. Menurut Mulyana (2003) dalam Dewi (2005), studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai suatu organisasi atau suatu komunitas, suatu program atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subyek yang diteliti. Pada penelitian ini dilakukan studi kasus mengenai analisis strategi pemasaran berdasarkan konsep *New Wave Marketing* di RSIA Kemang Medical Care.

5.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di RSIA Kemang Medical Care yang terletak di Jalan Ampera Raya No. 34 Jakarta Selatan. Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan analisis strategi pemasaran berdasarkan konsep *New Wave Marketing* pada bulan Februari – Mei 2009.

5.3 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa informan untuk mendapatkan data dan informasi dengan cara melakukan wawancara mendalam terhadap informan tersebut. Peneliti memilih informan dalam penelitian ini berdasarkan pada prinsip pengambilan sampel penelitian kualitatif, yaitu:

a. Kesesuaian (*appropriateness*)

Informan dipilih berdasarkan pengetahuan yang dimiliki yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

b. Kecukupan (*adequacy*)

Data yang diperoleh dari informan harus menggambarkan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan topik penelitian.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Direktur Utama

- b. *Corporate Secretary*
- c. *Manajer Marketing & Public Relations*

5.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah peneliti sendiri dengan pedoman wawancara, daftar tilik, penelusuran dokumen rencana kerja departemen *Marketing* dan *Public Relations* RSIA Kemang Medical Care tahun 2009, data mengenai jumlah pasien, dan data-data mengenai topik penelitian. Peneliti menggunakan alat bantu perekam suara dan catatan manual dalam melakukan wawancara mendalam.

5.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

5.5.1 Wawancara Mendalam

Peneliti melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan informan penelitian. Panduan wawancara mendalam sebagai panduan yang berisikan pertanyaan terbuka untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran berdasarkan konsep *New Wave Marketing*.

5.5.2 Observasi Langsung

Peneliti melakukan observasi langsung dalam beberapa variabel penelitian, yaitu faktor lingkungan internal RSIA Kemang Medical Care dan strategi pemasaran. Observasi langsung ini dilakukan oleh peneliti pada saat peneliti melakukan praktikum kesehatan masyarakat di RSIA Kemang Medical Care.

5.5.3 Telaah Dokumen

Peneliti melakukan penelusuran dokumen sebagai data sekunder dalam penelitian ini, yaitu dokumen rencana kerja pada departemen *Marketing* dan *Public Relations* di RSIA Kemang Medical Care pada tahun 2009, data mengenai jumlah pasien berdasarkan bulan dan jumlah kunjungan, data hasil survey pelayanan kesehatan, struktur organisasi dan data karyawan RSIA Kemang

Medical Care serta melakukan penelusuran literatur melalui buku-buku dan internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

5.6 Validitas Data

Untuk menguji hasil penelitian kualitatif ini, penulis menggunakan uji validitas yang disebut triangulasi, yaitu sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Penulis melakukan *cross check* data hasil wawancara mendalam informan yang satu dengan yang lain karena penulis menggunakan beberapa informan yang berbeda satu sama lain.

b. Triangulasi Metode

Dalam penelitian ini, penulis tidak hanya menggunakan data yang bersumber dari wawancara mendalam, tetapi juga dengan metode observasi dan telaah dokumen.

5.7 Pengolahan dan Penyajian Data

Pengolahan data yang diperoleh baik melalui wawancara mendalam, maupun penelusuran dokumen dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data yang diperoleh dari informan melalui wawancara mendalam, penelusuran dokumen dan data mengenai topik penelitian serta hasil observasi.
- b. Proses transkrip data dengan cara menuliskan semua data yang didapatkan melalui wawancara mendalam. Setelah itu, penulis melakukan analisis data hasil wawancara tersebut dengan membandingkan dengan teori tentang topik penelitian.
- c. Kategorisasi untuk memudahkan dalam pengelompokkan data dan interpretasi data pada matriks wawancara mendalam.
- d. Menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara mendalam, penelusuran dokumen dan informasi mengenai topik penelitian serta hasil observasi berdasarkan variabel-variabel penelitian, yaitu membahas hasil penelitian pada faktor lingkungan eksternal, faktor

lingkungan internal, analisis TOWS, dan strategi pemasaran yang berdasarkan konsep *New Wave Marketing*, yaitu *communitization*, *confirming*, *clarifying*, *communal activation*, dan *conversation*.

5.8 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan menganalisa setiap teks atau isi yang didapatkan dari semua sumber (transkrip wawancara mendalam, dokumen, dan lainnya) berdasarkan topik penelitian. Hasil data penelitian akan disimpulkan, dikelompokkan, dan disajikan dalam bentuk narasi.