

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif yang berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang dan pelaku yang diamati serta tidak menggunakan angka-angka (Moloeng, 2012: 3).

#### B. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif*, yaitu dengan menggambarkan fakta-fakta dan peristiwa yang terjadi di BMT Batik Mataram, kemudian peneliti mencatat, mendeskripsikan dan menganalisis kejadian yang terjadi di BMT Batik Mataram sesuai dengan tema penelitian.

### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu yang dijadikan tujuan kasus yang diteliti sebagai narasumber atau informan subyek dalam penelitian ini adalah Kepala Pengelolaan, staff pemasaran, dan sample satu orang nasabah produk simpanan wadiah pada BMT Batik Mataram Yogyakarta.

Sedangkan objek dari penelitian ialah apa yang menjadi fokus atau titik perhatian dari suatu penelitian. Adapun objek dari penelitian ini adalah implementasi strategi pemasaran dalam produk simpanan wadiah di BMT Batik Mataram Yogyakarta yang terletak di Jl. Kapt.Tendean 50 A Wirobrajan Kota Yogyakarta.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk kepentingan penelitian ini sumber data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi, Sugiyono (2010: 226) menyatakan bahwa, “Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi”.
2. Wawancara, Sugiyono (2010 : 194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui

hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Sutrisno Hadi mengungkapkan dalam (Sugiyono 2010 : 194) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview dan juga kuesioner adalah sebagai berikut :

- a. Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
  - b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
  - c. Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.
3. Dokumentasi (Sugiyono 2010: 240) menyebutkan bahwa, “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu”. Teknik dokumentasi merupakan suatu proses pengumpulan dokumen yang mendukung data penelitian.

#### E. Metode Analisis Data

Konsep dasar dari analisis data ialah proses mengatur urutan-urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian data. Untuk memenuhi konsep dasar analisis data ini peneliti melakukan analisis secara komprehensif, yakni secara mendalam dari berbagai aspek sesuai dengan lingkup penelitian sehingga tidak ada yang terlupakan.

Apabila data yang berkaitan dengan implementasi strategi pemasaran produk wadiah terkumpul, maka penulis menganalisis data tersebut dengan menggunakan deskriptif analisis, yaitu metode penelitian yang membuat gambaran mengenai situasi, proses, atau kejadian dalam penelitian. Metode tersebut digunakan untuk mendeskripsikan Implementasi Strategi Pemasaran produk Simpanan Wadiah di BMT Batik Mataram Yogyakarta.

Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki untuk mendapatkan keabsahan data (Lexy J Moleong, 2009: 186-189).

Kemudian data tersebut diolah dan dianalisa dengan pola pikir deduktif, yang berarti pola pikir dengan menggunakan analisa yang berpijak dari pengertian-pengertian atau fakta-fakta yang bersifat umum, kemudian diteliti dan hasilnya dapat memecahkan masalah khusus. Fakta-fakta yang dikumpulkan adalah perspektif strategi pemasaran produk simpanan wadiah. Penelitian ini memberikan pemecahan persoalan yang bersifat khusus, melalui penentuan rumusan masalah sementara dari observasi awal yang dilakukan.

#### F. Keabsahan Data

Untuk menguji kebenaran dari data yang terkumpul maka peneliti melakukan triangulasi. Triangulasi adalah cara yang paling umum digunakan bagi peningkatan validitas dalam penelitian kualitatif.

Menurut Lexy J. Moloeng teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang telah diperoleh melalui alat dan waktu yang berbeda dengan metode kualitatif yaitu dapat dilakukan dengan cara:

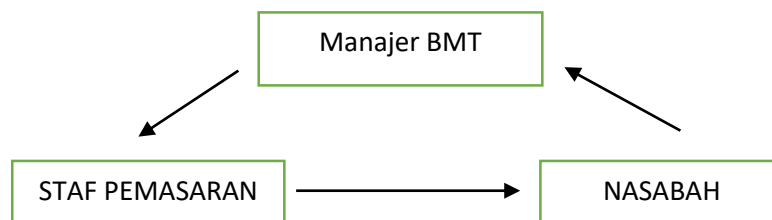
1. Membandingkan apa yang dikatakannya secara pribadi
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu

3. Membandingkan keadaan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang
4. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang berkaitan.

Sedangkan triangulasi dengan metode meliputi dua hal:

- 1) Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
- 2) Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Dalam keabsahan data dari metode wawancara kepada manajer BMT, staf pemasaran serta nasabah seperti skema berikut:

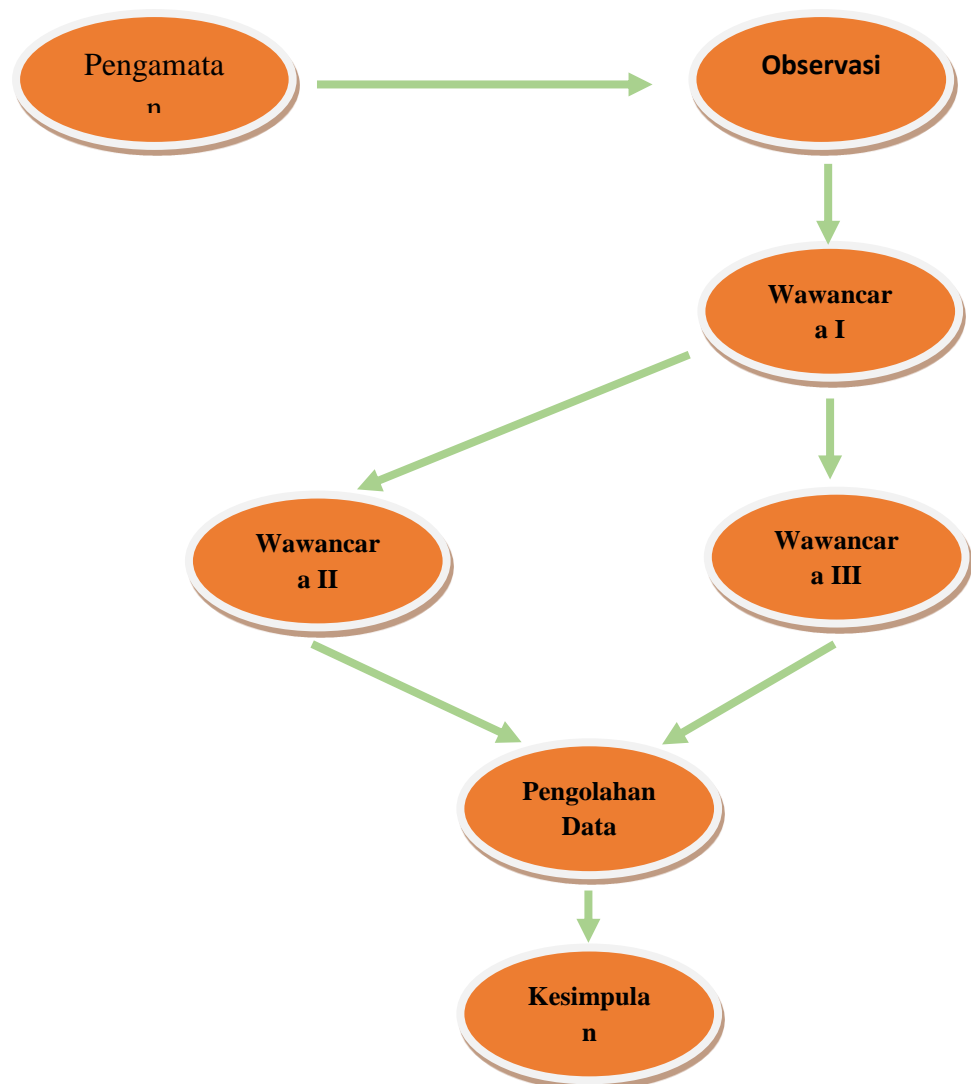


Gambar. 1.1 Triangulasi dengan tiga teknik pengumpulan data

Dari siklus gambar diatas mempunyai tujuan yakni untuk membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dalam hal ini adalah wawancara dengan manajer BMT, nasabah dan staf pemasaran (marketing) agar data yang didapat sinkron dan kredibel. Metode ini digunakan dengan cara berdialog langsung pada manajer BMT Batik Mataram dan stafnya serta nasabah agar mendapatkan data yang benar dan sesuai dengan keadaan dilapangan yang berkaitan dengan implementasi strategi pemasaran produk *wadiah* di BMT Batik

Mataram, diawali dengan mewawancarai kepala pengelolaan BMT kemudian kepada staf pemasaran (marketing) dan diakhiri dengan mewawancarai salah satu nasabah produk simpanan wadiah di BMT Batik Mataram Yogyakarta. mengenai penjabaran tentang tujuan umum dan tujuan khusus produk, penetapan aspek harga, pengelompokan tugas-tugas secara fungsional, penetapan target pasar dan pemasaran.

## G. Skema Alur Penelitian



Gambar. 1.2 Skema alur penelitian

Jadi dari skema tersebut menggambarkan alur penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam kurun waktu 7 bulan, yang dimana diawal dengan proses pengamatan yang dilakukan peneliti saat melangsungkan praktek lapangan (Magang) pada bulan maret 2017, lalu kemudian peneliti mulai melakukan observasi satu bulan setelah melaksanakan magang di BMT Batik Mataram Yogyakarta untuk merumuskan latar belakang



masalah dari judul penelitian ini, kemudia barulah setelah itu peneliti mengkonsep pengumpulan data dan informasi melalui wawancara. Yang dimana wawancara mulai dilakukan pada bulan oktober 2017, dalam penelitian ini terdapat 3 informan atau narasumber yakni kepala pengelolaan BMT Batik Mataram Yogyakarta pada sesi wawancara I, staf Marketing BMT Batik Mataram Yogyakarta pada sesi wawancara II, dan salah satu nasabah dari produk simpanan wadiah di BMT Batik Mataram Yogyakarta pada sesi wawancara III.

Selanjutnya setelah melakukan wawancara kepada ke 3 nasumber tersebut peneliti melakukan pengolahan data dengan cara mensinkronisasi informasi dan data yang didapat, tujuannya agar data yang di dapat dari ketiga narasumber tersebut dapat dijadikan dasar pembahasan dari penelitian ini.