

BAB II

METOTOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana penelitian ini terfokus pada bagaimana cara memahami suatu fenomena yang dialami oleh subjek penelitian contohnya meliputi motivasi, tindakan, perilaku serta persepsi. Dapat dikatakan pula bahwa penelitian kualitatif merupakan bagaimana mendiskripsikan suatu hal dalam bentuk kata-kata dan bahasa (J. Moleong, M.A, 2010 : 6)

B. Lokasi dan Subyek Penelitian

penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Bangun Drajad Warga kota Yogyakarta dimana subyek penelitiannya meliputi pimpinan bank atau kepala marketing, nasabah pembiayaan dan ahli

C. Sumber data

1. Data Primer

Data primer nantinya akan didapat dari wawancara langsung dengan orang yang mempunyai peran penting dalam proses penelitian, kemudian sumber data utama ini akan dicatat, didokumentasikan dan direkam dengan menggunakan alat perekam (J. Moleong, M.A, 2010 : 157)

Peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan pihak BPRS Bangun Drajad Warga antara lain pimpinan bank atau kepala marketing, nasabah yang menggunakan produk pembiayaan serta pakar atau ahli pemasaran (dosen).

2. Data Sekunder

Data sekunder dapat dikatakan sebagai sumber tertulis, yang berasal dari sumber tambahan yaitu buku, karya ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi yang terkait dengan penelitian yang dapat menguatkan data primer (J. Moleong, M.A , 2010 : 159)

D. Metode Pengumpulan Data

Pada bagian ini teknik atau metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara yang dilakukan dengan beberapa responden, yaitu pimpinan marketing atau pengelola yang berkaitan dengan bagian pemasaran. Wawancara ini bersifat mendalam serta terbuka. Pertanyaan yang di ajukan bersifat berkembang namun masih berada dalam jalur penelitian.

Pertanyaan yang akan di ajukan nantinya adalah mengenai pemasaran dalam bank tersebut, yang akan peneliti analisis. Menurut pandangan Moleong (2011:186) wawancara adalah sebuah pembicaraan oleh seseorang dengan orang lain ataupun kelompok yang dimana pembicaraan tersebut mempunyai makna tertentu.

2. Observasi Partisipatif

Peneliti melakukan observasi partisipatif dengan melihat proses pemasaran di bank, serta menganalisis dokumen yang berkaitan dengan pemasaran.

E. Teknik Pemilihan Informan

Teknik pemilihan informan (sampel) dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* disini berarti teknik pengambilan sampel sebagai sumber data dengan berbagai pertimbangan seperti orang yang dijadikan sampel adalah orang yang dianggap memahami dan menguasai seperti apa yang peneliti harapkan sehingga akan memudahkan peneliti dalam menemukan objek yang diteliti (Prof.Dr.Sugiono, 2016 :218)

Pada penelitian ini subyek yang akan dipilih yaitu pimpinan BPRS, Marketing dan nasabah yang melakukan pembiayaan.

F. Uji Keabsahan Data

Terdapat berbagai macam strategi agar penelitian dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya secara ilmiah. Disini saya menggunakan strategi sebagai berikut (Herdiansyah, 2014:201) :

1. Memperpanjang waktu, yang dimana hal tersebut berarti lamanya waktu proses penelitian akan mampu menciptakan kebenaran dalam proses penelitian dikarenakan sering terjadinya interaksi antara peneliti dengan narasumber
2. Trianggulasi, Denzin (1978) membagi Trianggulasi menjadi 4 tipe yang bisa digunakan pada penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut(Haris Herdiansyah. M.Si. 2010: 201) :

- a. *Theory Triangulation* (trianggulasi dalam hal teori)

Theory triangulation merupakan penggunaan bermacam-macam teori atau penggunaan beberapa pemikiran untuk menafsirkan atau mendefinisikan suatu data. Di berbagai penelitian kualitatif, mungkin cukup hanya dengan

satu jenis teori / *grand theory* atau satu pandangan yang dimana dilakukan interpretasi data. Namun disaat tertentu kita memerlukan beberapa pandangan ketika kita menginterpretasi beberapa data dengan memikirkan dimana penggunaan satu teori atau satu pandangan, analisis dan interpretasi yang akan di lakukan tidak mendapatkan hasil yang optimal atau meyakinkan.

b. *Methodological Triangulation* (trianggulasi pada hal metodologi)

Methodological triangulation merupakan suatu pemakaian beberapa metode yang dimana hal ini berfungsi untuk mendalami satu masalah atau kasus tunggal. Yang di maksudkan dengan hal tersebut adalah penggabungan antara metode kualitatif dengan metode kuantitatif pada suatu masalah. Hal ini sering disebut juga dengan metode gabungan.

c. *Data Triangulation* (trianggulasi pada hal pengumpulan data)

Data triangulation merupakan suatu pemakaian satu metode pengumpulan data atau lebih dalam suatu kasus tunggal. Metode pengumpulan data pada umumnya yang sering digunakan pada penelitian kualitatif yaitu dokumentasi, FGD, Observasi, wawancara dan sebagainya. Dalam penelitian kualitatif pada hakikatnya kerap kali menggunakan lebih dari satu metode dalam mendalami suatu masalah atau kasus tunggal.

d. *Observer Triangulation* (trianggulasi pada hal observasi)

Observer Triangulation merupakan suatu pemakaian lebih dari satu orang observer dalam satu kasus atau masalah guna untuk menarik suatu kesimpulan antar observer. Dalam melakukan suatu observasi terkadang

diperlukannya beberapa observer dikarenakan oleh beberapa alasan yaitu situasi yang berbeda, subjek yang berbeda, namun harus dilaksanakan pada waktu yang sama dan erat kaitannya dengan suatu masalah atau kasus yang diteliti. Adapun alasan penggunaan observer yaitu untuk meminimalkan bias pada observer yang kerap kali terjadi pada sebuah penelitian ketika melakukan observasi. bias yang kerap kali terjadi pada seorang observer adalah keberpihakan observer dalam melakukan observasi dikarenakan antara peneliti dan subjek cenderung memiliki atau terjalinnya ikatan emosional.

G. Analisis Data

1. Kualitatif Deskriptif

Teknik analisis yang peneliti gunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menganalisis serta menggambarkan pelaksanaan kegiatan pemasaran. teknik analisis data dilakukan sejak awal hingga akhir penelitian dengan memulai analisis secara umum dilanjutkan secara khusus serta pemeriksaan ulang kebenarannya untuk menemukan makna dan kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Triangulasi

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi dalam hal data dan triangulasi dalam hal teori. Peneliti melakukan observasi partisipatif, kemudian melakukan wawancara dan dokumentasi kemudian untuk triangulasi teori sendiri bahwasannya penggunaan bermacam-macam teori atau penggunaan

beberapa pemikiran untuk menafsirkan atau mendefinisikan suatu data kemudian informasi yang didapatkan nantinya akan dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan. Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara terhadap pihak bank (marketing) , nasabah dan pakar manajemen pemasaran(Dosen).

