

BAB II

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Sugiyono (2010: 14) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposif* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian ini diawali dengan melakukan observasi lapangan secara langsung, kemudian membuat jadwal untuk wawancara dengan beberapa informan dan melakukan analisis data penilaian kerja karyawan. Analisa juga dilakukan terkait kinerja marketing/strategi marketing yang berlaku. Agar penelitian ini bisa dilakukan dengan baik dan tuntas, dilakukan juga analisa terkait SOP.

B. Obyek dan subyek Penelitian

1. Obyek

BMT BIF dan BMT Beringharjo Yogyakarta

2. Subyek

Manajer Marketing, Marketing/AO (*Account Officer*) dan Anggota

C. Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat secara langsung. Data primer dalam penelitian ini didapatkan *dengan interview* atau wawancara terstruktur. Wawancara akan dilakukan kepada pihak manajer marketing, marketing/AO (*Account Officer*) dan anggota

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat tidak secara langsung. Data sekunder pada penelitian ini berupa dokumen dan aktivitas marketing.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:115).

Dalam penelitian kualitatif ini tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Sperry dinamakan “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiono, 2010: 398). Populasi dalam penelitian ini adalah Manajer Marketing, Marketing/AO (*Account Officer*) dan Anggota

2. Sampel

Merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono: 2010: 116). Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive* sampling (teknik penelitian sampel dengan pertimbangan tertentu, maka sampel dibatasi pada pihak yang berkaitan dengan pelaku yang menangani pembiayaan bermasalah yaitu Manajer Marketing dan Marketing/AO (*Account Officer*) di BMT BIF dan BMT Beringharjo

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penjelasannya sebagai berikut:

a. Observasi

Dari observasi tersebut peneliti dapat mengamati perilaku manajemen marketing dan memahami makna dari perilaku kerja mereka. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi terus terang, yaitu penelitian dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. (Sugiyono, 2010: 405).

b. Wawancara

Wawancara sebagai cara untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonsentrasikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini obyek wawancara adalah manajer marketing BMT BIF dan BMT Bringharjo Yogyakarta, karyawan di bidang marketing atau yang menangani bidang pembiayaan bermasalah dan anggota pembiayaan bermasalah (Soeratno dan Arsyad, 1998: 120).

c. Dokumentasi

Pengumpulan data sekunder yang berupa data-data nasabah yang mengalami pembiayaan bermasalah di BMT BIF dan BMT Bringharjo Yogyakarta dan mencari sumber lain berupa buku, majalah, jurnal dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data yang ada pada peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu. (Moleong, 2006 : 247). Teknik triangulasi ini digunakan sebagai pemeriksaan dan pengecekan data hasil dari pengamatan yang memanfaatkan sumber dan metode.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, triangulasi sumber digunakan untuk pengecekan data tentang keabsahannya, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen dengan memanfaatkan berbagai sumber data informasi sebagai bahan pertimbangan. Dalam hal ini penulis membandingkan data dokumen dengan data hasil wawancara, dan juga membandingkan hasil wawancara dengan wawancara lainnya.

G. Teknik Analisis Data

1. *Data reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2010: 431).

2. *Data display* (penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat narasi. Dalam mendisplaykan data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

3. *Conclusion drawing/ verification*

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang

dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2010: 438).