

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses atau usaha yang meliputi pengumpulan data, analisis data dan pengambilan kesimpulan untuk meningkatkan pengetahuan atau pemahaman kita terhadap suatu objek yang diteliti. Pada penelitian ini penyusun menggunakan metode penelitian kualitatif yang merupakan sebuah metode yang datanya tidak dinyatakan dalam bentuk angka. Metode kualitatif ini bersifat deskriptif, karena data yang dianalisis berupa deskriptif dari suatu fenomena yang diamati.

Peneliti memilih jenis penelitian ini karena data yang diperoleh berupa data primer yang langsung diperoleh dari responden yang dituju. Penelitian terjun langsung ke lapangan untuk dapat memperoleh data dengan cara melakukan wawancara gambaran tentang penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada produk deposito mudharabah di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo.

B. Tempat Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah tentang Strategi pemasaran dalam upaya peningkatan nasabah pada produk deposito mudharabah dan objek penelitian dalam skripsi ini adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo yang berlokasi di Jln. Kradenan Raya No.62 Maguwoharjo Depok Sleman DIY.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Wawancara dan observasi yang dilakukan dengan pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo baik pihak internal maupun anggota observasi dilaksanakan pada tanggal 3 Juli 2018.

Wawancara dan observasi yang dilakukan dengan pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo baik pihak internal maupun anggota observasi dilaksanakan pada tanggal 3 Juli 2018.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah *Branch Manager* (BM) dan *Funding Officer* (FO). Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran KSPPS BMT BUS maguwoharjo dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk simpanan “*deposito mudharabah*” di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo Yogyakarta.

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data yang didapatkan dari penelitian langsung di lapangan dengan wawancara langsung dengan *Branch Manager* (BM), *Funding Officer* (FO), dan bagian lain yang terkait dengan Strategi pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk simpanan *deposito mudharabah* di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo Yogyakarta.

2. Data sekunder

Data pendukung yang berhubungan dengan data primer berupa profil dan dokumen-dokumen KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo Yogyakarta. Data ini berupa profil lembaga dan produk yang ditawarkan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo Yogyakarta yang diperoleh dari website KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS).

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian lapangan ini adalah sebagai berikut

1. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah, dan yang lainnya. Berkaitan dengan penelitian ini, penulis menggunakan buku-buku, dokumen maupun brosur yang relevan (Soewadji, 2012). Data tersebut penulis peroleh dari brosur mengenai produk *deposito mudharabah*, dokumen-dokumen dari KSPPS BMT BUS, serta buku-buku lain yang berkenaan dengan hukum Islam.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Sudjana (2000:234) wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya dengan pihak yang ditanya atau penjawab (Satori&Komariah, 2009).

Metode wawancara yang digunakan peneliti adalah mencatat jawaban dan hal penting yang disampaikan oleh narasumber serta merekam selama proses wawancara berlangsung.

Data yang diperoleh berupa sejarah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo Yogyakarta. KSPPS, produk yang ditawarkan, strategi pemasaran yang diterapkan, cara melakukan proses segmentasi pasar, cara melakukan tergeting dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk *deposito mudharabah*, respon anggota terhadap lembaga, serta hal lain yang berhubungan dengan penelitian.

3. Observasi

Observasi berasal dari kata *Observation* yang berarti pengamatan. Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati perilaku, kejadian atau kegiatan orang atau sekelompok orang yang diteliti. Kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Dengan pengamatan peneliti dapat melihat kejadian sebagaimana subjek yang diamati

mengalaminya, menangkap, merasakan fenomena sesuai pengertian subyek dan obyek yang diteliti (Djaelani, 2013).

Observasi yang dilakukan peneliti berfokus pada penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT BUS cabang Maguwoharjo Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada produk *deposito mudharabah*.

G. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

Definisi konseptual menurut Silalahi (2015) adalah pernyataan yang menggambarkan ide atau konsep yang dirancang dengan menggunakan ide-ide atau konsep lain. Sedangkan definisi operasional adalah suatu definisi yang menggambarkan seperangkat petunjuk maupun kriteria lengkap yang berkaitan dengan apa yang harus diamati serta cara mengamatinya berdasarkan rujukan yang empiric (Silalahi, 2015). Berikut adalah definisi konseptual dan definisi operasional dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Konseptual	Defenisi Operasional	Indicator
Strategi Marketing	Menurut Tull dan Kahle (dalam buku Tjiptono, 2008), strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan	Menurut Tjiptono dalam bukunya pemasaran strategik, 2008; Strategi pemasaran mampu memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi 2. Targeting 3. Positioning 4. Defirensiasi 5. Produk 6. Harga 7. Tempat 8. Promosi

	keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.	variabel seperti (segmentasi pasar, identifikasi pasar, positioning) dan bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategis bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.	
Produk Simpanan Deposito Mudharabah	Menurut Drs. Ismail dalam bukunya Perbankan Syariah 2011, Produk Simpanan Deposito <i>Mudharabah</i> merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai	Menurut Al Arif dalam bukunya Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan. Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tata Cara 2. Bagi Hasil 3. Kontrak

	<p>dengan akad perjanjian yang dilakukan antara bank dan nasabah investor. Sifat deposito yaitu penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktunya, sehingga pada umumnya jasa yang berupa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh bank untuk deposito lebih tinggi dibanding tabungan <i>mudharabah</i></p>	<p>membuka deposito dengan jumlah minimal tertentu dengan jangka waktu yang telah disepakati, sehingga nasabah tidak dapat mencairkan dananya sebelum jatuh tempo. Produk simpanan dipilih oleh nasabah yang mempunyai kelebihan dana sehingga yang bertujuan untuk sara berinvestasi.</p>	
--	---	--	--

Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Penelitian

VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN
Strategi Pemasaran	1. Segmentasi	6
	2. Targeting	12
	3. Positioning	13
	4. Diferensiasi	14
	5. Produk	7

	6. Promosi	11
	7. Place	10
	8. Price	8,9
Peningkatan Jumlah Nasabah	1. Nilai Peningkatan Nasabah	25
Produk Simpanan (Deposito Mudharabah)	1. Tata cara	23
	2. Bagi hasil	24
	3. Kontrak	24

Sumber: data diolah 2018).

H. Instrumen Penelitian

1. Dokumentasi

Instrumen yang digunakan untuk dokumentasi adalah *smartphone*. *Smartphone* digunakan untuk mendokumentasikan kegiatan atau hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Wawancara

Instrumen yang digunakan pada saat dilakukanya wawancara pihak terkait adalah *draft* wawancara, *smartphone*, pulpen dan buku. *Smartphone* digunakan untuk merekam suara selama wawancara berlangsung serta mengambil gambar untuk keperluan penelitian. Sedangkan pulpen dan buku digunakan untuk mencatat informasi penting yang dikemukakan narasumber. Penulis juga menggunakan *draft* wawancara sebagai acuan dalam memberikan pertanyaan kepada narasumber, karena wawancara yang dilakukan merupakan wawancara terstruktur.

3. Observasi

Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah *smartphone*, pulpen dan buku. *Smartphone* digunakan untuk mengambil gambar baik berupa foto maupun video dari kegiatan atau hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan alat tulis digunakan untuk mencatat hal-hal penting yang ditemui pada saat pengamatan berlangsung yang berkaitan dengan masalah penelitian.

I. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul baik yang berupa data primer maupun data sekunder, kemudian dilakukan penganalisisan data. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode untuk penelitian suatu objek yang tidak dapat diukur dengan angka. Sedangkan metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mencari unsur dan sifat suatu fenomena yang akan diteliti. (Suryana, 2010). Tujuan penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk memperoleh gambaran menyeluruh seputar objek yang diteliti. Kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data (hasil wawancara dan sumber lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran KSPSS BMT BUS cabang Maguwoharjo Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada produk *deposito mudharabah*, menganalisa dan menginterpretasikan data yang telah didapat, kemudian diakhiri dengan pengambilan kesimpulan tentang masalah yang dikaji yakni strategi pemasaran KSPSS BMT BUS Maguwoharjo dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk simpanan *deposito mudharabah* di KSPSS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo Yogyakarta.

Terdapat beberapa tahap dalam analisis data penelitian kualitatif, yaitu:

1. Tahap Deskripsi atau Pengumpulan Data

Merupakan tahap awal dalam sebuah penelitian yaitu mengumpulkan data-data yang diperlukan melalui wawancara yang berkaitan tentang strategi pemasaran KSPSS BMT BUS Maguwoharjo dalam upaya peningkatan

jumlah nasabah pada produk simpanan *deposito mudharabah* di KSPSS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Maguwoharjo Yogyakarta.

2. Tahap Reduksi Data

Tahap reduksi dimana peneliti memilih atau memfokuskan data mana saja yang akan diolah (Subandi, 2011). Data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas yang akan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data yang mungkin masih diperlukan.

3. Tahap Uji Keabsahan Data

Uji kredibilitas digunakan peneliti untuk tahap uji keabsahan data dengan menggunakan metode bahan referensi yaitu adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan peneliti. Contoh, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara sehingga bukti menjadi lebih dapat dipercaya.

4. Tahap Penyajian Data

Peneliti menyusun dan menyajikan data yang sudah ada sebaik mungkin dengan tepat dan jelas agar mudah dipahami serta dapat mewakili data keseluruhan, sehingga dapat mempermudah dalam pengambilan kesimpulan. Penyajian data dapat dalam bentuk uraian singkat, diagram atau bagan dan lain sebagainya. Penyajian data dalam metode kualitatif biasanya menggunakan teks yang bersifat naratif.

5. Penarikan Kesimpulan

Dari penguraian data tersebut dapat diambil kesimpulan tentang masalah yang dikaji yakni strategi pemasaran KSPSS BMT BUS Maguwoharjo dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk simpanan *deposito mudharabah*. Kesimpulan yang dibuat bersifat sementara dan dapat berubah apabila ditemukan bukti-bukti baru yang kuat tentang masalah yang dikaji (Subandi, 2011).

