

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi* (Sugiyono, 2011:9).

Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Metode penelitian naturalistic/kualitatif digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah. Selain itu metode ini juga disebut sebagai metode artistic karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data dari hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Pada penelitian ini peneliti ingin mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah oleh BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta.

B. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengambil strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT Barokah Padi Melati yang beralamat di Jalan Bugisan No. 23 Yogyakarta sebagai kasus penelitian.

Adapun alasan peneliti memilih BMT Barokah Padi Melati sebagai objek penelitian karena BMT tersebut merupakan salah satu milik Muhammadiyah dan BMT Barokah Padi Melati dirasa memiliki kompeten dalam membantu masyarakat sekitar dalam melayani pembiayaan murabahah itu sendiri.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah total daris emua obyek atau indovidu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2013:115) populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas suyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengurus dari BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono (2010:392) menyebutkan bahwa sample adalah elemen-elemen dari bagian populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *purposive sampling*.

Sampel dalam penelitian ini adalah sekretaris yang juga merangkap sebagai manager BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta dan marketing yang bertugas melakukan kegiatan pemasaran dan berhubungan langsung dengan nasabah dan dianggap memiliki pengetahuan lebih mengenai karakteristik syariah marketing di BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta.

D. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Studi pustaka dilakukan melalui beberapa media tulis seperti buku dan literatur yang dipandang mampu mewakili dan *relevan* dengan objek penelitian. Objek penelitian yang dimaksud adalah implementasi prinsip dasar syariah marketing pada strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah (studi kasus BMT Barokah Padi Melati).

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan dilakukan dengan cara mengunjungi lembaga dan nasabah yang menjadi objek penelitian, yaitu BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta.

Metode ini dapat dilakukan dengan cara:

- a. Observasi

Nasution (1988) dalam Sugiyono (2011:226) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya

dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Teknik observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data atau informasi terkait kesesuaian strategi marketing dengan prinsip dasar syariah marketing produk pembiayaan murabahah BMT Barokah Padi Melati. Observasi ini peneliti lakukan dengan turut serta terjun ke lapangan bersama marketing ketika melaksanakan tugasnya atau pekerjaannya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yaitu *pewawancara* (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan *yang diwawancarai* (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2002:135).

Dalam penelitian kualitatif, teknik wawancara sering dikombinasikan dengan teknik observasi. Hal tersebut dilakukan dengan harapan data yang diberikan oleh informan dapat lebih mendalam dan mampu menguatkan hasil observasi peneliti. Pada umumnya, wawancara dalam penelitian kualitatif ataupun wawancara lainnya terdiri atas tiga bentuk, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur (Herdiansyah, 2010:121).

Pada penelitian ini, bentuk wawancara yang akan digunakan oleh peneliti adalah wawancara bentuk semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur lebih tepat jika dilakukan pada penelitian kualitatif daripada penelitian lainnya karena pada bentuk wawancara ini pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan terbuka, namun tetap ada batasan tema dan alur pembicaraan. Selain itu, wawancara ini bersifat lebih fleksibel dan terdapat pedoman wawancara yang dijadikan patokan dalam alur, urutan dan penggunaan kata (Herdiansyah, 2010: 123). Dalam melakukan wawancara ini, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh pihak yang diwawancarai (*interviewee*). Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada pimpinan BMT Barokah Padi Melati dan marketing BMT Barokah Padi Melati.

c. Dokumentasi

Sugiyono (2010: 240) menyebutkan bahwa, “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu”. Teknik dokumentasi merupakan sebuah proses pengumpulan dokumen yang dapat mendukung data penelitian.

Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subyek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subyek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010:143).

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dan pengambilan data terkait dengan profil dan produk pembiayaan murabahah BMT Barokah Padi Melati. Dokumentasi yang akan digunakan adalah berupa pengambilan gambar ketika marketing melakukan sebuah interaksi dengan nasabah, ketika peneliti mewawancarai marketing, dan pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang bersumber pada:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber yang ada di lapangan atau lokasi penelitian. Pada penelitian ini, penulis menggunakan data primer yang bersumber dari informan yang mengetahui secara jelas mengenai masalah yang akan diteliti. Informan tersebut merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi penelitian.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara dengan sumber utama yaitu pihak yang menjadi responden atau subyek dalam penelitian ini yaitu pihak yang berkompeten dalam bidang pemasaran syariah, yaitu bagian *customer service* dan bagian *marketing* dari BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber kedua atau sumber sekunder. Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer (Bungin, 2013:128-129).

Data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari berbagai studi literatur dan referensi-referensi yang relevan dengan topik yang akan dibahas baik dari pihak pengumpul data primer maupun pihak lain. Data sekunder tersebut berupa karya ilmiah dan buku-buku panduan yang berkaitan dengan prinsip-prinsip syariah *marketing* maupun strategi pemasaran.

F. Teknik Keabsahan Data

Dalam melakukan penelitian, peneliti menguji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik triangulasi dan diskusi dengan teman sejawat. Teknik triangulasi merupakan teknik dengan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu serta dilakukan pada sumber data, teknik pengumpulan data dan waktu pengumpulan data (Moleong, 2007:330).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknik triangulasi dilakukan untuk pengecekan terhadap data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan dokumentasi) dalam waktu yang berbeda. Pengujian kredibilitas ini juga peneliti lakukan dengan menggunakan teknik diskusi dengan teman sejawat yang turut serta melihat proses pengumpulan data.

Apabila data yang diberikan oleh para pemberi data atau subyek penelitian ditemukan sama dengan yang ada di lapangan, maka dapat dikatakan data tersebut valid dan dapat di percaya. Sedangkan apabila data yang diberikan oleh pemberi data dan hasil yang ditemukan di lapangan terdapat perbedaan yang sangat tajam maka peneliti harus mengubah temuannya dengan menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Moleong (2002:103) adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, *factual* dan akurat mengenai implementasi prinsip dasar syariah marketing pada strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah (studi kasus BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta). Sehingga hasil dari kajian kepustakaan akan dianalisis secara deskriptif analitis, yaitu berupa wawancara dengan pihak terkait, pengumpulan data dan dianalisa sehingga menjadi sebuah kesimpulan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Secara garis besar, Miles dan Huberman membagi analisis data dalam penelitian kualitatif ke dalam empat tahap, yaitu pengumpulan

data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Afrizal, 2016:178).

a. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Data dokumentasi yang dimaksud adalah mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan, dan lain-lain. Pada penelitian ini selain menggunakan sumber data literatur berupa buku serta jurnal juga didapatkan dokumen yang di peroleh dari BMT Barokah Padi Melati.

b. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memebrikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencarinya apabila diperlukan (Sugiono, 2010:247).

c. Penyajian Data

Tahapan berikutnya setelah reduksi data adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan lainnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2010:249).

d. Penarikan Kesimpulan

Tahapan terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan yang sebelumnya gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas dan belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2010:253).