

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk menggali, meneliti, dan mendapatkan data-data yang diperlukan secara spesifik dan realistis. Pendekatan yang dipakai penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik. (Sujarweni, 2014, hlm. 6).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang ingin diteliti oleh si penulis yaitu di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Jl. Ahmad Yani, Km. 4, No.385, Kebun Bunga, Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70235.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Aktivitas penelitian tidak akan terlepas keberadaan data yang merupakan bahan baku informasi untuk memberikan gambaran spesifik mengenai objek penelitian.

Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Data Primer, data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh ini nantinya akan diolah lagi dan dikembangkan oleh pengumpul data. (Sujarweni, 2014, hlm. 73).

Adapun data yang ingin diperoleh adalah mengenai gambaran mengenai strategi pemasaran wakaf hasanah dan mengenai identitas informan meliputi: nama, jabatan, dan alamat. di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

- b. Data Sekunder, data ini bisa didapat dari buku, catatan, majalah, artikel, buku-buku sebagai teori dan lain sebagainya sehingga nantinya akan mendapatkan data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.

1. Sejarah, tugas, tujuan pokok, dan struktur organisasi PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
2. Peraturan Undang-Undang tentang Wakaf Uang/Tunai.

2. Sumber Data

- a. Informan, yaitu pihak-pihak yang mengetahui dan terlibat langsung dalam masalah yang akan diteliti serta dapat memberikan informasi atau

keterangan-keterangan penunjang yang berhubungan dengan penelitian baik secara langsung dan tidak langsung, yaitu manajer atau pihak yang terkait yang bisa memberikan keterangan mengenai Strategi Pemasaran Wakaf Hasanah Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

b. Dokumen, yaitu data penunjang lainnya untuk melengkapi data penelitian ini baik dari buku-buku maupun catatan-catatan penting yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis seperti gambaran umum mengenai PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, struktur kepengurusan, organisasi, standar operasional, dan lainnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan oleh peneliti adalah:

1. Wawancara, ialah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab ini bisa sambil bertatap muka ataupun melalui media telekomunikasi. (Sujarweni, 2014c, hlm. 91).

Adapun menurut Sari Wahyuni dalam bukunya berbahasa Inggris yaitu:

Interviewing involves asking questions and getting answers from participants in a study. Interviewing has a variety of forms including: individual, face to face interviews and face-to-face group interviewing.

The asking and answering of questions can be mediated by the telephone or other electronic devices (e.g., computers). (Wahyuni, 2015, hlm. 25).

Kegiatan wawancara Wawancara yaitu mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban di dalamnya. Wawancara memiliki berbagai bentuk yaitu wawancara tatap muka secara individu, wawancara tatap muka secara kelompok. Selain itu kegiatan wawancara dapat juga dilakukan menggunakan alat mediasi yaitu telepon atau perangkat elektronik lainnya. Wawancara haruslah dilakukan secara mendalam agar penulis mendapatkan data yang valid dan detail mengenai strategi pemasaran wakaf hasanah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

2. Dokumenter, yaitu suatu cara pengumpulan data dan informasi melalui pencarian catatan dan bukti-bukti penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode dokumenter ini merupakan metode pengumpulan data yang berasal dari sumber non manusia. Bahan dokumenter dalam penelitian ini adalah foto dan rekaman suara (*record*) dari hasil wawancara. Foto dan rekaman suara bermanfaat sekali sebagai sumber informan karena keduanya mampu membekukan dan menggambarkan peristiwa yang terjadi.

E. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Teknik Pengolahan data dalam penelitian meliputi:

- a. Editing, yaitu penulis menyeleksi dan mempelajari kembali semua data yang telah terkumpul dan diperoleh untuk mengetahui kelengkapannya

agar menjadi sempurna sehingga dapat diketahui Strategi Pemasaran Wakaf Hasanah Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

- b. Deskripsi, yaitu menguraikan data dan menyusun kembali data yang telah terkumpul ke dalam bentuk laporan deskriptif.

Untuk data kuantitatif yang penulis gunakan adalah:

- a. Matriks Eksternal dan Matriks Internal
- b. Matriks Internal-Eksternal (IE)
- c. Matriks Analisis SWOT

2. Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata data secara sistematis catatan berupa hasil wawancara untuk meningkatkan pemahaman tentang objek penelitian dan menyajikannya untuk temuan bagi orang lain. Formulasi strategi disusun berdasarkan analisis yang diperoleh dari penerapan model SWOT. Tahap kegiatannya adalah:

- a. Menentukan faktor-faktor strategis eksternal

Data eksternal ini dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang mungkin dapat memengaruhi perusahaan dimasa yang akan datang.

Tabel 3.1 Faktor Strategis Eksternal

Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Skor
Strategi Eksternal			
Peluang:			

Ancaman:			
Total:	1,00		

Sumber: (Rangkuti, 2018b, hlm. 26).

Tahapan:

1. Susunlah di dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman),
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2 , mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. (Rangkuti, 1997, hlm. 25).
3. Hitung rating(dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai dengan 1 (di bawah rata-rata), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4. (Rangkuti, 1997, hlm. 25).
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai

dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (dibawah rata-rata). (Rangkuti, 1997, hlm. 25).

5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. (Rangkuti, 1997, hlm. 25).

Cara mengisi tabel (eksternal maupun internal faktor) tersebut diatas adalah dengan cara:

4	3	2	1
Sangat baik	Diatas rata-rata	Rata-rata	Dibawah rata-rata

(Sumber: Rangkuti, 1997, hlm. 204)

- b. Menentukan faktor-faktor strategis internal

Data internal ini dilakukan untuk mengetahui *Strength and Weakness* (Kekuatan dan Kelemahan) perusahaan.

Tabel 3.2 Faktor Strategis Internal

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:			

.....			
.....			
Kelemahan:			
Total:	1,00		

(Sumber: Freddy Rangkuti, 1997, hlm.27).

Tahapan:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1. (Rangkuti, 1997, hlm.27).
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 sampai (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). (Rangkuti, 1997, hlm, 27)
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar

sekali dibandingkan dengan rata-rata individu, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4. (Rangkuti, 1997, hlm, 27).

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor). (Rangkuti, 1997, hlm, 28)
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. (Rangkuti, 1997, hlm, 28).

	4	3	2	1
Sangat baik		Diatas rata-rata	Rata-rata	Dibawah rata-rata

(Sumber: Rangkuti, 1997, hlm. 204).

c. Pencocokan Matriks Internal dan Eksternal (IE Matrix)

Matriks Internal-Eksternal ini bertujuan untuk melihat strategi yang tepat untuk diterapkan nantinya. Matrik ini didasarkan pada dua

dimensi yaitu IFAS (Faktor Internal) pada sumbu X dan EFAS (Faktor Eksternal) pada sumbu Y. Untuk sumbu X dan Y skor ada tiga, yaitu:

1. Skor 4,0 - 3,0 = Posisi internal dan eksternal kuat
2. Skor 2,99 – 2,0 = Posisi internal dan eksternal rata-rata
3. Skor 1,99 – 1,0 = Posisi internal dan eksternal lemah.

Tabel 3.3 Internal – Eksternal Matriks

		TOTAL SKOR FAKTOR STRATEGI INTERNAL			
		4.0	3.0	2.0	1.0
TOTAL SKOR STRATEGI EKSTERNAL	Tinggi	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	Sedang	IV Stabilitas	V <u>Pertumbuhan</u> Stabilitas	VI Penciutan	
	Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi	
		1.0			

Keterangan:

- I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal
- II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal
- III : Strategi *turnaround*
- IV : Strategi stabilitas

- V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan terhadap laba)
- VI : Strategi divestasi
- VII : Strategi diversifikasi konsentrik
- VIII : Strategi diversifikasi konglomerat
- IX : Strategi likuidasi atau bangkrut.

d. Membuat Matriks SWOT

Setelah mengumpulkan semua informasi mengenai perusahaan, kemudian tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut ke dalam perumusan strategi salah satu model yang dapat digunakan dalam tahap analisis data ini adalah Matriks TOWS atau SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Analisis dengan model Matriks ini menggunakan data yang diperoleh dari tabel faktor-faktor strategi eksternal dan internal. (Rangkuti, 1997, hlm. 83).

Tabel 3.4 Matriks SWOT

Internal Faktor Eksternal Faktor	STRENGTHS (S) Kekuatan	WEAKNESSES (W) Kelemahan
Opportunities (O) Peluang	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

Threats (T) Ancaman	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
------------------------	--	--

(Sumber: Rangkuti, 1997, hlm: 83).

1. Strategi SO

Strategi ini menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

2. Strategi WO

Strategi ini dibuat untuk meminimalkan kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang eksternal.

3. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan untuk mengatasi dan menghindari ancaman.

4. Strategi WT

Strategi ini dibuat berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

(Rangkuti, 1997, hlm. 84).

Langkah-langkah dalam melakukan analisis SWOT ini adalah sebagai berikut:

- a. Membuat daftar peluang eksternal di perusahaan tersebut.
- b. Membuat daftar ancaman eksternal di perusahaan tersebut.

- c. Setelah selesai membuat seluruh daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan tadi kemudian tahap selanjutnya yaitu membuat daftar kekuatan internal di perusahaan tersebut.
- d. Membuat daftar kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Langkah selanjutnya yaitu, membuat sekumpulan strategi yang mungkin dilakukan oleh perusahaan berdasarkan dari faktor eksternal dan faktor internal tersebut. Kemudian kita akan menghasilkan strategi SO dengan cara memikirkan cara-cara tertentu yang perusahaan dapat lakukan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ST ini dianalisis dan kemudian di pertimbangkan tentang kekuatan-kekuatan perusahaan untuk mengatasi dan menghindari ancaman dimasa yang akan datang. Kemudian, Strategi WO Strategi ini dibuat untuk meminimalkan kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang. Kemudian yang terakhir, Strategi WT berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. (Rangkuti, 1997, hlm. 84).

F. Tahapan Penelitian

Untuk mencapai hasil yang diharapkan dalam penelitian ini, maka penulis menempuh beberapa tahapan, yaitu:

1. Tahapan Pendahuluan

Pada tahap ini penulis mengamati secara garis besar terhadap permasalahan yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran umum dari BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam strategi Pemasaran. Kemudian

dikonsultasikan dengan dosen pembimbing dan selanjutnya disusun dalam sebuah desain operasional skripsi yang diajukan kepada biro skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mendapat persetujuan. Setelah diterima atau disetujui barulah penulis mendapat surat penetapan judul dan pembimbing untuk kemudian berkonsultasi dalam rangka mengadakan seminar desain operasional skripsi.

2. Tahapan Pengumpulan Data

Pada tahap ini penulis berusaha mengumpulkan semua data yang diperlukan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagaimana yang telah ditentukan. Pada tahap ini setelah diseminarkan dan dikonsultasikan. Penulis meminta surat riset untuk kemudian melakukan penelitian pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan cara wawancara kepada informan, sehingga diperoleh data-data dan informasi terkait permasalahan yang akan diteliti.

3. Tahapan Pengolahan Data dan Analisis Data

Tahap ini dilakukan terhadap semua data yang dikumpulkan, diolah sesuai dengan ketentuan teknik pengolahan data baru kemudian dilakukan analisis secara objektif.

4. Tahap Penyusunan Akhir (Penyempurnaan)

Pada tahap ini penulis menyusun hasil penelitian yang telah diperoleh sesuai dengan sistematika penulisannya untuk mencapai kesempurnaan, maka dilakukan konsultasi secara intensif kepada dosen pembimbing 1 dan dosen pembimbing 2 hingga dianggap baik dan layak untuk dijadikan karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi dan siap untuk dimunaqasyahkan nantinya.