

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penulis terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang diperlukan dan mengidentifikasi tentang strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah program "Pesta Hadiah" di Bank Syariah Indonesia, kantor cabang pembantu Hasan Basri Banjarmasin.

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini memfokuskan pada pemahaman mendalam terhadap permasalahan atau fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya, dalam bentuk deskripsi kata-kata atau bahasa terhadap konteks permasalahan tertentu. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan keadaan atau subjek seperti individu, lembaga, organisasi, masyarakat, dan lainnya pada suatu waktu tertentu berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan tanpa adanya rekayasa. (Moleong, 2011, hlm. 6)

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Hasan Basri Banjarmasin yang beralamat di Jalan Brigjend Hasan Basri Rt. 16,

Kelurahan Alalak Utara, Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, Kode Pos 70123.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

1. Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yang memiliki informasi tentang variabel-variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian kualitatif, responden atau subjek penelitian sering disebut sebagai informan. Mereka adalah individu yang memberikan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan atau tujuan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.(Sugiyono, 2016). Adapun subjek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah karyawan di Bank Syariah Indonesia kantor Cabang Pembantu Hasan Basri Banjarmasin yang bersentuhan langsung dengan pelayanan untuk Nasabah Program pesta hadiah yaitu *Customer service*.
2. Objek penelitian adalah sasaran atau tujuan utama penelitian. Adapun Objek penelitian ini adalah yaitu mengenai Strategi Pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah program pesta hadiah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Hasan Basri Banjarmasin.

### **D. Data dan Sumber Data**

#### 1. Data

Data adalah sesuatu yang dapat diperoleh oleh seseorang dalam melakukan sebuah penelitian dengan berbagai macam cara dan metode untuk di olah dan di analisis dengan tujuan menjadikannya sebagai sebuah hasil penelitian. Data adalah

pokok permasalahan yang akan diteliti. Adapun data yang akan digali oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Data Primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Data yang didapatkan atau dikumpulkan oleh peneliti dilapangan dengan cara observasi dan wawancara secara langsung mengenai apa saja dilakukan karyawan Data dapat mencakup pendapat, pengalaman, persepsi, harapan, dan kebutuhan nasabah terkait pelayanan dan loyalitas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Hasan Basri Banjarmasin.
- b. Data Sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan kepada pengumpul data atau peneliti seperti melalui media komunikasi, dokumen, lewat orang lain dan lain sebagainya. Selain itu, data sekunder juga dapat diperoleh atau bersumber dari tulisan seperti, buku, jurnal, majalah, koran, arsip, dokumen dan lainnya. Adapun data sekunder penelitian ini adalah diperoleh dari website data terkait untuk melengkapi data penelitian dengan menyediakan gambaran umum yang mendukung analisis dan pemahaman terhadap topik yang sedang diteliti. (Sugiyono, 2016, hlm. 61)

## 2. Sumber Data

Sumber data yang akan digali atau diperoleh dalam penelitian ini ada 2 macam, yaitu:

- a. Informan, yaitu sumber utama dalam penelitian ini yang dapat memberikan informasi tentang Strategi Pelayanan *customer service*

(CS) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Program Pesta Hadiah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Hasan Basri Banjarmasin melalui wawancara langsung dengan supervisor dan karyawan yang bersangkutan.

- b. Dokumen, yaitu data-data pendukung yang berkaitan atau berhubungan dengan penelitian dan dapat membantu penelitian, sehingga data yang didapatkan atau diperoleh dapat memberikan keterangan dan tambahan informasi untuk melengkapi data utama. Dokumen yang dapat membantu dalam penelitian ini adalah dokumen tentang tempat penelitian seperti sejarah, visi misi, struktur organisasi, data pelayanan karyawan, data Nasabah dan dokumen pendukung lainnya. (Moleong, 2011, hlm. 157)

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, yaitu proses memperoleh data atau keterangan sesuai tujuan penelitian dengan melakukan tanya jawab terhadap orang yang mampu memberikan data atau keterangan berupa informasi dari informan atau orang yang diwawancarai baik secara langsung tatap muka dengan membawa pedoman (*guide*) wawancara dan secara tidak langsung melalui media komunikasi seperti telepon, google form dan lainnya. (Kusumastuti dkk., 2020, hlm. 77) Adapun wawancara dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan wawancara secara langsung

terhadap karyawan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Hasan Basri Banjarmasin.

2. Dokumentasi, yaitu proses memperoleh data atau keterangan sesuai tujuan penelitian melalui dokumen-dokumen penting yang bersumber dari buku, foto, data tertulis dan data lainnya (Sugiyono, 2016, hlm. 42). Adapun dokumentasi dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan dokumentasi riset penelitian, hasil wawancara dan data penting lainnya.

#### **F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data**

Teknik Pengolahan Data dilakukan untuk mengolah data yang telah diperoleh.

Adapun teknik pengolahan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Editing data (Penyeleksian Data), yaitu dengan melakukan secara selektif terhadap data yang diperoleh dan bila ada kekurangan atau kesalahan dilakukan perbaikan, sehingga diperoleh data yang valid.
2. Kategorisasi data (Pengelompokan Data), yaitu dengan menyusun secara lengkap terhadap data yang diperoleh berdasarkan kelompok permasalahannya, sehingga sudah tersusun secara sistematis dan mudah untuk dipahami.
3. Interpretasi data (Penafsiran Data), yaitu dengan memberikan penjelasan secukupnya pada data yang kurang jelas dipahami, sehingga mudah dimengerti dalam rangka memperoleh kandungan makna data yang sudah disajikan.

Teknik Analisis Data yang digunakan Penulis dalam Penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis deskriptif kualitatif

yaitu menganalisis dengan jalan mengklarifikasikan data-data yang berdasarkan kesamaan jenis dari data tersebut kemudian diuraikan sedemikian rupa sehingga akan diperoleh gambaran yang utuh dari permasalahan yang diteliti.

Adapun beberapa tahapan yang penulis lakukan dalam menganalisis data penelitian ini yaitu:

a. Reduksi Data

Data yang sudah diperoleh ditulis kedalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang telah disusun berdasarkan data yang diperoleh akan dirangkum dan dipilih hal-hal yang pokok serta difokuskan pada hal-hal yang penting yang merujuk pada penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan informasi tersusun yang telah memberi kemungkinan untuk pengambilan dan penarikan kesimpulan dari suatu penelitian. Melalui penyajian data maka data dapat terorganisasi, tersusun dalam suatu pola hubungan antara kategori dan sejenisnya.

c. Penyimpulan dan Verifikasi

Penyimpulan dan verifikasi adalah kegiatan penyimpanan yang merupakan langkah kelanjutan dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang telah direduksi dan disajikan secara sistematis serta dapat disimpulkan sementara dari suatu proses “menarik” dalam arti memindahkan sesuatu dari tempat ke tempat yang lain. Menarik

kesimpulan penelitian harus dengan mendasarkan diri atas semua data yang telah diperoleh dari penelitian.

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan startegis untuk menganalisa , seperti suatu sistem yang terdapat didalam perusahaan atau sistem-sistem akademik, dan sistem-sistem dipemerintahan dan sebagainya. SWOT adalah singkatan dari *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Kekuatan dan kelemahan adalah faktor internal dan peluang dan ancaman adalah faktor eksternal. Diagram SWOT menganalisis proyek atau usaha bisnis dengan berfokus pada masing-masing faktor ini. Biasanya terdiri dari empat kotak, satu untuk setiap area, tetapi bentuk yang tepat dapat bervariasi tergantung pada desain. Diagram SWOT dapat sangat berguna ketika mencoba memutuskan apakah atau tidak untuk memulai usaha atau strategi tertentu dengan memvisualisasikan pro dan kontra. Dengan menguraikan secara jelas semua hal positif dan negatif dari sebuah proyek, analisis SWOT membuatnya lebih mudah untuk memutuskan apakah akan melangkah maju atau tidak.

Menurut Para ahli : Analisis SWOT adalah analisis yang berdasarkan pada anggapan bahwa suatu strategi yang efektif berasal dari sumber daya internal (*strength* dan *weakness*) dan eksternal (*opportunity* dan *threat*). Keuntungan dari analisis SWOT adalah menghubungkan faktor internal dan eksternal untuk merangsang strategi baru, oleh karena itu perencanaan yang berdasarkan pada sumber daya dan kompetensi dapat memperkaya analisis SWOT dengan mengembangkan perspektif internal (Dyson, 2004).

Analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Salah satunya yang kita bahas adalah strategi promosi dan penempatan produk (Kotler & Armstrong, 2008, hlm. 64). SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi (Jogiyanto, 2005, hlm. 64).

Berikut ini merupakan penjelasan SWOT (David, 2017) yaitu :

1. Kekuatan (*Strengths*), Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
2. Kelemahan (*Weakness*), Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.
3. Peluang (*Opportunities*) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan –



kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*), Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan gangguan utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan. (Dosinaen & Sastika, 2019)

Untuk melakukan analisis yang lebih mendalam, perlu dipertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal, seperti yang berikut:

- a. Faktor Eksternal (*External Factor Analysis Strategies/ EFAS*)

Ini mencakup elemen dari lingkungan eksternal yang membentuk potensi dan ancaman (O dan T). Faktor-faktor ini, seperti situasi di pasar, teknologi, ekonomi, dan aspek sosial budaya, mempengaruhi proses pengambilan keputusan perusahaan karena berada di luar kendali langsung perusahaan.

- b. Faktor Internal (*Internal factor Analysis Strategies/ IFAS*)

Hal ini berlaku pada faktor internal yaitu fungsi manajemen seperti pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan sistem informasi. Faktor tersebut terdapat pada kelemahan dan kekuatan

(S dan W), memengaruhi proses pengambilan keputusan perusahaan dan berkaitan dengan keadaan internal perusahaan.

Matriks ini menunjukkan bagaimana bisnis dapat menghubungkan kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman eksternal. Matriks ini dapat menghasilkan empat opsi rencana alternatif.

**Tabel 3.1 Matriks SWOT**

<p>IFAS EFAS</p>	<p>Strength (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal</p>	<p>Weaknesses (W) Tentukan 5-10 kekuatan internal</p>
<p>Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal</p>	<p>Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p>Threats (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal</p>	<p>Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p>Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.</p>