

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan).¹ Yaitu suatu penelitian langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan yang berkenaan dengan strategi pemasaran produk *musāwamah*. Adapun sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu memberi gambaran tentang strategi pemasaran produk *musāwamah*. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang lebih banyak memanfaatkan dan mengumpulkan informasi secara mendalam terhadap fenomena yang diteliti.²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Jalan Arjuna VI No 18 Kelurahan Pemurus Dalam, depan Mesjid Al-Ummah Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Alasan kenapa memilih lokasi tersebut karena koperasi tersebut mengeluarkan produk terbaru yaitu produk *musāwamah* yang di lembaga keuangan lain tidak ada mengeluarkan produk tersebut. Hal ini menjadi alasan penulis untuk meneliti lebih jauh tentang produk *musāwamah* dan bagaimana strategi pemasaran produk *musāwamah* di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

¹Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 34.

²Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Renika Cipta, 2002), hlm. 246.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digali dalam penelitian ini meliputi:

- a) Strategi Pemasaran Produk *musāwamah*.
- b) Kendala yang dialami dalam memasarkan produk *musāwamah*.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini yaitu informan, orang yang dianggap penulis dapat memberikan keterangan langsung yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu manager Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin dan staf pemasaran yang menangani bagaimana strategi pemasaran pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin sehingga data peneliti menjadi lebih objektif.³

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Wawancara yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang sebagian besar jenis-jenis pertanyaannya telah ditentukan sebelumnya termasuk urutan yang ditanya dan materi pertanyaannya.

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang tidak secara ketat

³ Hasil Wawancara Muhammad Ihsan, Marketing Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin, (24-03-2016)

telah ditentukan sebelumnya mengenai jenis-jenis pertanyaan, urutan dan materi pertanyaannya.⁴

- 2) Dokumentasi, merupakan sumber tertulis atau sumber yang berisi tentang objek yang ingin diteliti pada Koperasi Konsumen Arrahmah Syariah Banjarmasin.

E. Teknik Pengolahan Data dan Analisis

1. Teknik pengolahan Data, untuk pengolahan data penelitian digunakan metode sebagai berikut:
 - a. Editing yaitu memeriksa kembali data yang telah masuk keinforman dan mana yang relevan dan mana yang tidak relevan. Jadi, editing adalah pekerjaan mengoreksi kembali atau pengecekan.⁵
 - b. Deskripsi yaitu menguraikan data dan menyusun kembali data yang telah terhimpun dalam uraian yang sistematis.

2. Analisis Data

Setelah data selesai diolah, maka langkah selanjutnya data yang terkumpul akan disajikan dalam bentuk uraian-uraian secara deskriptif yang pembahasannya mengenai strategi pemasaran produk *musāwamah* pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Analisis kualitatif, yakni suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah berdasarkan landasan teoritis sehingga didapatkan kesimpulan

⁴Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 63.

⁵*Ibid.*, hlm. 67.

berkenaan permasalahan yang diteliti. Sedangkan yang akan menjadi tolak ukur penulis dalam menganalisis data penelitian ini adalah pengkajian kembali data yang diperoleh pada penelitian ini yang mengacu pada landasan teori yang ada dan menarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama tentang strategi pemasaran produk *musāwamah* pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin dan yang kedua tentang kendala yang dihadapi pihak koperasi dalam memasarkan produk *musāwamah*.

F. Tahap Penelitian

1. Tahap Pendahuluan

Tahap ini penulis mengadakan penjajakan awal dalam rangka menelaah objek dan subyek yang akan diteliti, lalu menyusunnya dalam bentuk desain operasional dengan judul “Strategi Pemasaran Produk *Musāwamah* Pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin”, lalu dikonsultasikan dengan dosen penasehat dan dimasukkan dalam Tim Biro Skripsi Proposal. Setelah diterima diadakan konsultasi dengan pembimbing I dan Pembimbing II yang ditunjukan oleh Fakultas, lalu diadakan seminar desain operasional pada tanggal 14 November 2016.

2. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini penulis mengumpulkan data yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilaksanakan dilapangan sesuai dengan lokasi dan metode penelitian yang ditentukan, dimulai pada tanggal 28 November 2016 sampai 28 Januari 2016.

3. Tahap pengolahan Data dan Analisis Data

Tahap ini, data yang terkumpul diolah sesuai dengan teknik pengolahan data. Setelah itu menganalisis data yang sudah didapat dengan menggunakan analisis kualitatif, dimulai tanggal 5 Desember sampai 25 Desember 2016.

4. Tahap Penyusunan

Tahap ini penulis melakukan penyusunan berdasarkan sistematika penulisan yang sudah ditetapkan. Kemudian penulis berkonsultasi dengan dosen pembimbing I dan Dosen Pembimbing II di mulai tanggal 13 Desember 2016, selanjutnya setelah mendapatkan persetujuan, maka skripsi siap dimunaqasahkan di hadapan Tim Penguji Skripsi.