

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah *field research* (penelitian lapangan). Yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara penulis terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan.¹ Kunjungan dilakukan langsung ke tempat dimana PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banjarbaru berada, untuk memperoleh data dan informasi berkenaan dengan permasalahan yang diteliti.

Adapun penelitian yang penulis lakukan bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan bagaimana strategi pemasaran produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB, apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB, serta alternatif strategi pemasaran apa saja yang tepat bagi PT. BRI Syariah KCP Banjarbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru Jl. Jendral Ahmad Yani Km. 33,5 No. 03 Banjarbaru. Pemilihan lokasi dengan mempertimbangkan bahwa Pembiayaan KMG

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

Purna BRISyariah iB ini hanya dipasarkan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digali dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh dari sumber penelitian secara langsung oleh peneliti dari responden atau informan.² Data ini untuk mengetahui strategi pemasaran produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB, serta faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB, serta alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- b. Data Sekunder merupakan data pelengkap dari data primer, yaitu data yang diperoleh dari laporan tertulis perusahaan atau dokumen perusahaan serta dari literatur yang relevan dengan penelitian dari artikel, internet, dan lainnya. Data sekunder ini berkaitan dengan gambaran umum objek yang penelitian.

²Nur Asnawi & Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 15.

2. Sumber Data

Yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Informan yaitu pihak-pihak yang dianggap mengetahui permasalahan ini dan dapat memberikan informasinya. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 1 orang karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru di bagian *Account Officer* (AO).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara terstruktur kepada karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

E. Analisis Data

Analisis data 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 didasarkan oleh data.³ Analisis data ini dilakukan dengan analisis data kualitatif, yaitu dengan melakukan penelaahan dan pengkajian secara mendalam terhadap hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB,

³Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), hlm. 145.

serta alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi PT. BRI Syariah KCP Banjarbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Tahapan yang digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

1. Analisis Matriks SWOT

Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT adalah alternatif strategi yang layak dipakai dalam strategi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O (*Strengths-Opportunity*), strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), strategi W-T (*Weakness-Threats*), strategi S-T (*Strengths-Threats*).

Gambar 1.

Matriks SWOT

Internal Eksternal	STRENGTH-S Daftar Kekuatan	WEAKNESS-W Daftar Kelemahan
OPPORTUNITY-O Daftar Peluang	STRATEGI S-O Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
THREATS-T Daftar Ancaman	STRATEGI S-T Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI W-T Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : David, 2006.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan matriks SWOT adalah:

1. Tentukan faktor-faktor peluang eksternal perusahaan
2. Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal perusahaan
3. Tentukan faktor-faktor kekuatan internal perusahaan
4. Tentukan faktor-faktor kelemahan internal perusahaan
5. Sesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O
6. Sesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O
7. Sesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T
8. Sesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T