

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai penelitian dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki, menemukan dan menggambarkan objek yang diteliti. Objek yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu beberapa kasus terkait tabungan simpeda dan fakta yang muncul kemudian waktu. Data kasus Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpeda Pada PT. BPD Lampung Cabang Metro tersebut, merupakan hasil temuan (*discovery*) dari data empirik yang akan penulis jadikan pijakan dalam pembahasan hasil penelitian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu berada pada PT. BPD Lampung Cabang Metro beralamatkan Jl. Ahmad Yani No. 16, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34124.

C. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini yang dijadikan instrument utamanya adalah peneliti itu sendiri. Peneliti sudah siap melakukan penelitian dengan mempersiapkan segala hal yang perlu dipersiapkan dan memahami terkait metode yang akan digunakan yaitu metode kualitatif, serta mempelajari bidang yang akan diteliti demi kelancaran penelitian.

D. Sampel Sumber Data

Sampel sumber data yang dipilih oleh peneliti yakni adalah *purposive sampling*. *Purpose sampling* adalah pemilihan / penyeleksian terhadap objek terbaik yang dapat membantu peneliti dalam memahami sebuah objek yang akan diteliti. (Creswell, 2008).

Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu :

1. Pimpinan cabang PT. BPD Lampung Cabang Metro yang memahami serta mengetahui terkait strategi pemasaran tabungan simpeda PT. BPD Lampung Cabang Metro
2. Karyawan yang menguasai dan memahami bidang marketing khususnya marketing tabungan simpeda pada PT. BPD Lampung Cabang Metro.

E. Teknik Pengumpulan Data

Masing-masing penelitian memerlukan metode pengumpulan data yang tepat dan wajib dipertanggung jawabkan dengan sebaik-baiknya dengan bukti nyata maupun teori. Teknik pengumpulan data yang dipakai peneliti yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang memiliki karakteristik unik daripada metode lainnya. Pendapat tidak hanya terkait dengan hal-hal manusia, tetapi juga hal-hal alam lainnya (Sugiono, 2018: 229).

Dalam hal ini metode pengumpulan datanya adalah melalui pengamatan langsung ke lokasi penelitian pada PT. BPD Lampung Cabang Metro.

2. Wawancara

Wawancara merupakan langkah yang digunakan untuk meneliti suatu tugas atau penelitian tertentu, itu juga dilakukan dengan mengambil informasi lisan dari responden dan komunikasi tatap muka (Sugiyono, 2019).

Metode wawancara adalah komponen penting dalam penelitian melalui kegiatan wawancara untuk memperoleh data dan fakta yang diungkap dari responden penelitian. Wawancara dipergunakan untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah dana di Tabungan Simpeda. Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan wawancara langsung dengan karyawan bagian marketing PT. BPD Lampung Cabang Metro dalam mencari data informasi mengenai penelitian yang peneliti lakukan.

3. Dokumentasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dokumentasi adalah perkumpulan, pemilihan, pengolahan, dan analisis berita pada bidang ilmu pengetahuan dengan cara menyajikan dan mengumpulkan bukti-bukti informasi seperti gambar, kutipan, dan referensi lainnya.

Dokumentasi adalah langkah yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi maupun data berupa arsip, buku dan catatan, angka dan gambar yang berbentuk laporan informasi yang diperoleh untuk mendorong sebuah penelitian (Sugiyono, 2018: 476).

Dalam penelitian ini, peneliti melihat brosur, internet dan buku-buku yang berkesinambungan dengan strategi pemasaran untuk meningkatkan basis nasabah Tabungan Simpeda. dan mendapatkan data-data yang didapatkan peneliti untuk dijadikan penunjang penelitian.

F. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, penulis menetapkan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan data yang dikumpulkan dalam bentuk gambar atau kalimat, jadi tidak berdasarkan angka. Namun, jika hasil penelitiannya mengandung angka dalam bentuk nominal, maka ini bukan hasil dari penelitian kuantitatif melainkan hanya bersifat rasial.

1. Langkah-Langkah Analisis Kualitatif

a. Pengumpulan Data

Peneliti untuk mengumpulkan data yaitu dengan pertanyaan atau permasalahan yang sudah dirumuskan. Pengumpulan data yaitu proses mencari, mengabadikan, dan menyatukan data secara objektif dan dalam bidang ini dilakukan dengan merekam berbagai bentuk data berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan peneliti (Sugiyono, 2010: 338).

b. Reduksi dan Kategorisasi Data

Peneliti melakukan reduksi ini guna mengkategorikan data sesuai dengan kebutuhan. Pengurangan data - pencatatan yang cermat dan terperinci dari data yang diperoleh. Bukti yang direduksi membagikan deskripsi yang jelas dan memudahkan peneliti untuk menyatukan data tambahan. Reduksi data juga dilakukan untuk memandu peneliti mencapai tujuan yang diinginkan (Sugiono, 2015).

c. Penampilan Data (*Display*)

Display data merupakan analisis merancang kolom serta deretan metrik untuk sebuah data kualitatif.

d. Penarikan Kesimpulan

Secara umum, kesimpulan harus mencakup informasi penting dalam sebuah penelitian. Kesimpulan adalah bagian terakhir dari hasil (*Vocabullary*)

G. Pengujian Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan kegiatan yang dilaksanakan agar hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan dapat dipertanggung jawabkan. Uji keabsahan data yang dilaksanakan pada penelitian kualitatif ini adalah triangulasi yang dilakukan melalui pengecekan data dari beragam macam informasi, beragam waktu dan beragam cara. Data yang peneliti kumpulkan selanjutnya di deskripsikan dengan bahasa yang mudah dipahami. Selanjutnya data yang sudah dianalisis akan disimpulkan.

H. Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu sebuah penjabaran yang berasaskan pada akal sehat yang mampu mengoptimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), tetapi dengan waktu yang bersamaan mampu mengurangi kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Dan adapula tambahan empat alternatif yaitu SO (*Strength-Opportunities*), ST (*Strength-Threats*), WO (*Weakness-Opportunities*), dan WT (*Weakness-Threats*).

1. **S = Strength.**

Strength adalah analisis tentang kekuatan, situasi atau keadaan sebuah perusahaan maupun suatu organisasi. Yang wajib dilaksanakan pada pengoptimalan ini adalah setiap perusahaan atau organisasi harus mengevaluasi kekuatan atau kelemahannya. Contohnya, apabila suatu industri memiliki kekuatan yang maju dalam teknologinya, kemajuan ini bisa digunakan untuk memberi segmen pasar dengan teknologi yang lebih tinggi dan tingkatan pada kualitasnya yang lebih tinggi.

2. **W = Weakness**

Weakness adalah menganalisis kelemahan, kedudukan atau keadaan suatu organisasi atau perusahaan. Analisis ini adalah tantangan yang serius bagi perkembangan organisasi atau perusahaan.

3. **O = Opportunities**

Opportunities adalah analisis peluang, kedudukan atau keadaan organisasi atau perusahaan yang memberikan peluang pertumbuhan masa depan bagi organisasi. Metode ini digunakan untuk mencari peluang atau prestasi yang mungkin berkembang di masa depan atau secara tidak langsung di masa depan.

4. **T = Threats**

Threats adalah pengoptimalan ancaman, bagaimana menelaah peringatan yang wajib dilewati dan dihindari karena berbagai faktor lingkungan berbahaya yang dapat menyebabkan kegagalan di perusahaan. Apabila tidak segera diobati, peringatan tersebut hendak membuat hambatan berkelanjutan (saat ini) dan masa depan bagi bisnis yang bersangkutan.

5. **SO = Strength-Opportunities**

Strength-Opportunities adalah strategi yang didasarkan pada pikiran perusahaan, yaitu menggunakan semua kekuatan yang ada untuk memaksimalkan dan memanfaatkan peluang.

6. ST = *Strenght-Threats*

Strenght-Threats adalah strategi yang memakai kekuatan untuk mengatasi suatu ancaman terhadap perusahaan.

7. WO = *Weakness-Opportunities*

Weakness-Opportunities adalah strategi yang harus diimplementasikan dengan menggunakan peluang yang ada, yaitu mengurangi kelemahan yang ada di perusahaan.

8. WT = *Weakness-Threats*

Weakness-Threats adalah strategi berlandaskan kegiatan defensif dan melakukan yang terbaik untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman di perusahaan.