

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian kali ini memakai jenis penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif yaitu berupa data-data yang diperoleh langsung berdasarkan peristiwa dilapangan, disusun kemudian menghasilkan kata-kata dan gambar melalui perolehan hasil wawancara, observasi, hasil dokumentasi, catatan lapangan, analisis dokumen, dan tidak menekankan pada angka. (Sugiono, 2019)

Jenis penelitian deskriptif, yaitu menceritakan suatu kejadian sementara yang muncul ketika penelitian sedang berlangsung dengan cara menyatukan, mendeskripsikan, menyusun berbagai dokumen, informasi yang faktual, dan data yang diperoleh sehingga mendapatkan jawaban dari permasalahan yang terjadi (Sugiono, 2019). Penelitian ini mendeskripsikan dengan cara mewawancarai narasumber lebih lanjut sehingga menemukan gambaran yang jelas tentang strategi pemasaran perbankan syariah dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro.

#### **B. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dilakukannya kegiatan penelitian yang dimana peneliti menemukan data-data yang akurat serta mengetahui lebih jelas apa saja permasalahan yang terjadi. Penelitian ini akan dilaksanakan di BPRS Puduarta Insani yang berlokasi di Jalan Besar Tembung No. 13 A, Hutannya, Kec.Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara 20371.

## 2. Jadwal penelitian

Jadwal penelitian akan dilakukan pada bulan Maret sampai Agustus 2024

**Tabel 3. 1 Rencana Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembuatan Proposal																								
2	Seminar Proposal																								
3	Pengumpulan data																								
4	Analisis Data																								
5	Penulisan Laporan																								
6	Sidang																								

### C. Sumber data

Jenis data yang disusun lalu dikumpulkan dalam penelitian kali ini memakai dua sumber data yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah sumber data langsung didapatkan oleh peneliti. Adapun penelitian ini memperoleh data primer melalui wawancara, dokumentasi serta obeservasi langsung di BPRS Puduarta Insani Tembung. Wawancara dilaksanakan untuk mendapatkan data yang diinginkan dengan metode tanya jawab berdasarkan pada tujuan penelitian dengan memakai panduan wawancara.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara tidak langsung oleh peneliti. Data kesunder diambil oleh peneliti dari sumber yang sudah ada sebelumnya seperti jurnal ilmiah, tesis, dokumen, buku, dan juga studi literatur mengenai masalah yang ada pada penelitian.

### D. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data penting digunakan dalam penelitian, karena dapat membantu menemukan data yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Teknik pengumpulan data bisa diambil melalui wawancara, observasi, angket atau kuisisioner, dokumentasi dan gabungan dari keempatnya/trangulasi (Sugiono, 2019). Pengumpulan data penelitian ini memakai teknik sebagai berikut:

### **1. Observasi**

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan mengamati secara langsung objek datanya ke lapangan untuk menemukan informasi serta dapat mengetahui permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan untuk mengetahui gambaran sekaligus mengungkapkan bagaimana strategi pemasaran perbankan syariah dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro. Penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di PT BPRS Puduarta Insani Tembung.

### **2. Wawancara (*Interview*)**

Ketika ingin mengetahui dan menemukan solusi dari permasalahan terjadi serta mendapatkan data lebih mendalam dari responden, teknik wawancara dapat digunakan oleh peneliti. Wawancara merupakan interaksi antara peneliti atau interviewer dengan responden untuk mendapatkan sumber informasi melalui komunikasi langsung. (Sugiono, 2019)

Peneliti memakai wawancara terstruktur, dalam hal ini peneliti sudah mempersiapkan dan merancang secara sistematis pedoman wawancara yaitu berupa pertanyaan tertulis yang berhubungan dengan strategi pemasaran perbankan syariah dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro. Narasumber dalam penelitian ini adalah Bapak Rikhi Rinanda selaku Direktur Operasional dan Kepatuhan BPRS Puduarta Insani Tembung dan Bapak Heri Ambri selaku pegawai marketing pembiayaan pada PT BPRS Puduarta Insani Tembung.

### **3. Dokumen**

Dokumen merupakan kumpulan catatan kejadian yang telah berlalu, dapat berupa gambar seperti foto dan sketsa, dokumen dalam bentuk tulisan seperti biografi, peraturan kebijakan, dalam bentuk karya seni seperti foto, sketsa dan lain sebagainya. (Sugiono, 2019)

### E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode pengolahan, pencarian, penyusunan data yang sudah didapatkan dari hasil *interview*, dokumentasi, serta observasi. Data tersebut diolah dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, menetapkan data yang penting dan sesuai aspek yang dipelajari, kemudian menyusun kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri ataupun orang lain. (Sugiono, 2019)

Penelitian kali ini menggunakan teknik analisis data yaitu analisis SOAR yang merupakan metode yang dipakai untuk menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan peluang yang dihadapi perusahaan dapat menciptakan aspirasi dan hasil yang diinginkan dimasa depan.

#### 1. Tahapan Analisis SOAR

Sebelum melakukan analisis SOAR, perlu dilakukan penyusunan terhadap matrik EFAS (Faktor Strategi Eksternal) dan IFAS (matrik Faktor Strategi Internal)

##### a. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

EFAS atau *Eksternal Trategic Factors Analisis Summary* merupakan faktor-faktor strategi eksternal suatu organisasi. Berikut ini contoh matrik EFAS :

**Tabel 3. 2 Matrik EFAS**

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Aspirasi (A) 1. ....			
Hasil (R) 1. ....			
Total	...		...

Ketika ingin membuat matrik EFAS, awal mulanya harus mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternalnya setelah itu dilakukan penentuan faktor strategi eksternal atau EFAS melalui beberapa cara yaitu sebagai berikut:

- 1) Susun faktor peluang dan hasil yang didapat pada kolom 1
- 2) Setiap masing-masing faktor akan diberikan penilaian bobot pada kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat menimbulkan dampak terhadap faktor strategis. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0 atau jumlah seluruh bobot sama dengan 1,0.)
- 3) Kemudian setiap faktor akan dihitung ratingnya pada kolom 3, dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap keadaan perusahaan yang bersangkutan

#### b. Matrik Faktor Strategi Internal

IFAS atau *Internal Strategic Factors Analisis Summary* adalah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan. Berikut ini contoh matrik IFAS:

**Tabel 3.3 Matrik IFAS**

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S) 1. ....			
Peluang (O) 1. ....			
Total	...		...

Setelah ditentukan masing-masing faktor strategis internalnya, disusun dalam bentuk tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analisis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal melalui beberapa cara yaitu sebagai berikut :

- 1) Susun faktor kekuatan dan aspirasi perusahaan pada kolom 1.
- 2) Setiap masing-masing faktor akan diberikan penilaian bobot pada kolom 2, dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) pada kolom 2, berdasarkan pengaruh dari faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. faktor yang dianggap mempunyai dampak yang besar bagi kinerja organisasi harus dikasih nilai bobot yang tinggi. (Semua bobot tersebut

jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0 atau jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.)

- 3) Kemudian setiap faktor akan dihitung ratingnya pada kolom 3, dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan.

Setelah mendapat seluruh informasi EFAS dan IFAS selanjutnya disusun menggunakan matrik SOAR. Matrik bertujuan agar dapat tergambarkan dengan jelas bagaimana kekuatan dan peluang yang dialami perusahaan dapat disesuaikan dengan aspirasi dan hasil terukur yang dimilikinya.

**Tabel 3. 4 Matrik SOAR**

<b>IFAS</b> <b>EFAS</b>	<b>Strengths</b> <b>Strength (S)</b> <b>Kekuatan</b>	<b>Opportunities</b> <b>Opportunities (O)</b> <b>Peluang</b>
<b>Aspirations (A)</b> <b>Harapan</b>	<b>Strategi SA</b> Menghasilkan strategi yang memiliki kekuatan untuk mencapai aspirasi	<b>Strategi OA</b> Strategi yang berorientasi pada aspirasi yang nantinya diharapkan untuk memanfaatkan peluang
<b>Results (R)</b> <b>Hasil</b>	<b>Strategi SR</b> Menghasilkan strategi kekuatan untuk mencapai hasil yang terukur	<b>Strategi OR</b> Strategi yang berorientasi kepada peluang kesempatan untuk mencapai hasil yang sudah terukur

Matrik ini menciptakan empat alternatif strategi yaitu :

1) Strategi *Strengths - Aspirations* (SA)

Strategi ini menghasilkan seluruh kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk meraih aspirasi yang diinginkan

2) Strategi *Opportunities - Aspirations* (OA)

Strategi ini menghasilkan aspirasi yang didapat dari setiap stakeholder yang nantinya diharapkan untuk memanfaatkan peluang yang ada

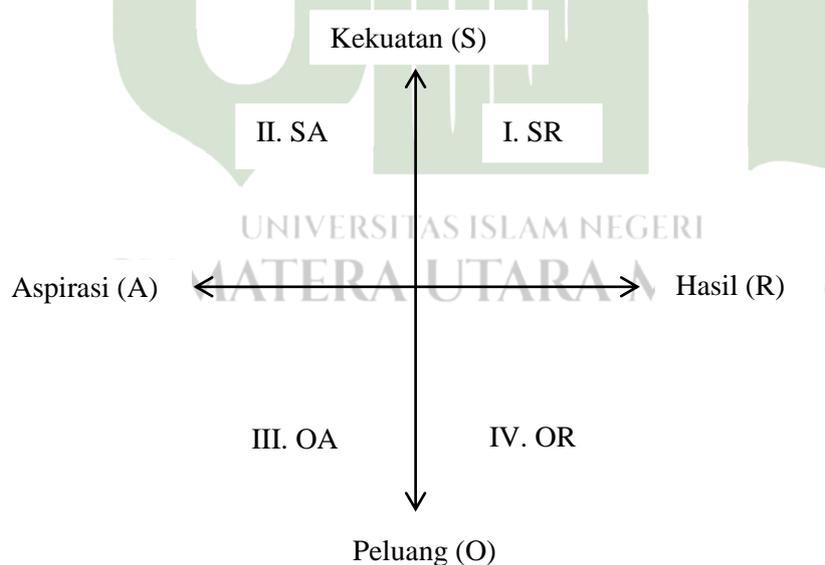
3) Strategi *Strengths - Results* (SR)

Strategi ini menghasilkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan hasil yang terukur

4) Strategi *Opportunities - Results* (OR)

Strategi ini menghasilkan peluang kesempatan untuk mendapatkan hasil yang telah terukur

Analisis SOAR juga tersaji dalam bentuk kuadran, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 3. 1 Diagram Cartesius Analisis Soar**

Analisis SOAR juga dapat berupa dalam bentuk kuadran, terdiri dari empat kuadran yaitu:

1) Kuadran I

Kuadran ini menyoroti aspek-aspek positif dan kekuatan internal suatu organisasi yang dapat digunakan sebagai landasan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Kekuatan tersebut dapat mencakup keunggulan produk, sumber daya manusia yang berkualitas, proses produksi efisien, atau reputasi merek yang baik

2) Kuadran II

Kuadran ini fokus kepada kekuatan untuk mencapai aspirasi yang diinginkan yang dapat menjadi kesempatan untuk pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan. Hal ini dapat melibatkan tren pasar, perubahan kebijakan, kolaborasi potensial, atau keadaan ekonomi yang menguntungkan.

3) Kuadran III

Kuadran ini menangani tujuan dan aspirasi jangka panjang perusahaan. Aspirasi ini mencakup visi perusahaan terhadap masa depan, tujuan strategis, dan pencapaian yang diinginkan dalam jangka panjang.

4) Kuadran IV

Kuadran ini fokus pada hasil atau pencapaian yang diinginkan sebagai akibat dari strategi yang diimplementasikan. Hasil ini mencakup pencapaian tujuan, pertumbuhan bisnis, keberlanjutan, dan dampak positif lainnya.