

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan pendekatan penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang memaparkan situasi peristiwa. Menurut Corbin dan Strauss Pendekatan kualitatif merupakan bentuk penelitian dimana peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data menjadi bagian dari proses penelitian sebagai partisipan bersama informan yang memberikan data (Corbin dan Strauss, 2013:5).

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono adalah sebagai berikut: “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.” (Sugiyono, 2016:59).

Menurut Kim Sefcik & Bradway Dalam Wiwin Yuliani Deskriptif kualitatif (QD) difokuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang terkait dengan pertanyaan siapa, apa, dimana dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi hingga akhirnya dikaji secara mendalam untuk menemukan pola-pola yang muncul pada peristiwa tersebut. Secara ringkas dapat dijelaskan bahwa deskriptif kualitatif (QD) adalah suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif ini maksudnya penelitian deskriptif kualitatif (QD) diawali dengan proses

atau peristiwa penjelas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut (Wiwin Yuliani, 2018:84).

3.2. Waktu dan tempat penelitian

Setting penelitian adalah Kantor Maxim Cabang Kota Kendari, mitra Maxim dan lokasi pelanggan. Pemilihan setting didasarkan atas kegiatan yang sesuai dengan judul skripsi penulis. Subjek penelitian adalah manusia sebagai instrumen pendukung dari penelitian yang dilakukan, berdasarkan dengan fokus penelusuran data dan bukti-bukti secara faktual, dapat berupa data wawancara, reaksi, dan tanggapan atau keterangan.

Subyek penelitian ini adalah berpusat pada marketing Maxim Dalam menarik minat konsumen di Kota Kendari, Pimpinan, Mitra Maxim-bike, dan pelanggan. Mengingat subyek yang baik adalah subyek yang terlibat aktif, cukup mengetahui, memahami, atau berkepentingan dengan aktifitas yang akan diteliti, serta memiliki waktu untuk memberikan informasi secara benar.

3.3. Data dan Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data ini berasal dari sumber pertama dari hasil wawancara mendalam dengan responden/informan yang berhubungan dengan Marketing Maxim-Bike

Di Kota Kendari dalam Tinjauan Marketing Syariah. Dalam penelitian ini yang menjadi responden/ informan adalah Pimpinan/kepala cabang, driver maxim (5Orang), serta konsumen maxim(18 Orang), SPG(1 Orang), Total 25 orang.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang secara tidak langsung didapatkan oleh peneliti. Adapun sumber data sekunder dari penelitian ini adalah dokumen-dokumen, buku-buku, jurnal, arsip, dan data-data lain yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

3.4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini di gunakan beberapa teknik pengumpulan data, bertujuan agar data-data yang di kumpulkan relevan dengan permasalahan penelitian. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti akan wawancarai informan yang menggunakan video call dalam berkomunikasi.(Sugiyono, 2016: 231).

Dalam penelitian ini yang menjadi responden/ informan adalah Pimpinan, /kepala cabang, driver maxim, SPG maxim, serta konsumen maxim. wawancara dilakukan secara bebas namun terarah agar tetap

berada pada jalur pokok permasalahan yang diutarakan dan telah menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu.

2. Observasi

Observasi dipahami sebagai “andalan perusahaan etnografi” Menurut Werner & Schoepfle, dalam Hasyim Hasanah observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokasi aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta. Oleh karena itu observasi merupakan bagian integral dari cakupan penelitian lapangan etnografi (Hasyim Hasanah, 2016:36).

3. Observasi Partisipasi

Menurut Lull dalam Hasyim Hasanah observasi partisipan adalah Orang yang mengadakan observasi turut ambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi. Umumnya observasi partisipan dilakukan untuk penelitian yang bersifat eksploratif. Menyelidiki perilaku individu dalam situasi sosial seperti cara hidup, hubungan sosial dalam masyarakat, dan lain-lain.

Hal yang perlu diperhatikan dalam observasi ini adalah materi observasi disesuaikan dengan tujuan observasi, waktu dan bentuk pencatatan dilakukan segera setelah kejadian dengan kata kunci, urutan secara kronologis secara sistematis, membina hubungan untuk mencegah kecurigaan, menggunakan pendekatan yang baik, dan menjaga situasi tetap wajar, kedalaman partisipasi tergantung pada tujuan dan situasi. Berdasarkan tingkat partisipasinya, kegiatan observasi dilakukan melalui partisipasi lengkap (penuh), anggota

penuh, partisipasi fungsional, aktivitas tertentu bergabung, dan partisipasi sebagai pengamat. Sedangkan observasi non partisipan adalah metode observasi dimana observer tidak ambil bagian dalam peri kehidupan observee.(Hasyim Hasanah, 2016:36).

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono menyatakan “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.”(Sugiyono, 2016: 240).

Dokumentasi berarti mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa dokumen oleh kantor Maxim Kota Kendari. Adapun dokumen yang diperoleh dokumen yang dapat menunjang sesuai dengan tema penelitian. Dokumen-dokumen ini digunakan untuk memperkuat dan memperoleh data mengenai marketing Maxim-Bike dalam menarik minat konsumen di Kota Kendari.

3.5. Teknik analisis data

Menurut Basrowi & Suwandi dalam Wiwin Yuliani mengatakan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal, untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis. dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.(Wiwin Yuliani, 2018:87).

Sesuai dengan bentuk penelitiannya, dalam penelitian ini, analisis data dilakukan sejak pengumpulan data secara keseluruhan. Data itu kemudian di cek kembali secara berulang, dan untuk mencocokkan data yang di peroleh data tersebut disistematiskan dan diinterpretasikan

secara logis, sehingga memperoleh data yang memiliki keabsahan dan kredibilitas. Setelah data terkumpul maka peneliti menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis data, yaitu:

a. Analisis Taksonomi

Dari domain yang dipilih oleh peneliti dan selanjutnya ditetapkan sebagai fokus penelitian, perlu diperdalam lagi melalui pengumpulan data lapangan, wawancara mendalam dan dokumentasi sehingga data yang terkumpul menjadi banyak. Oleh karena itu pada tahap ini diperlukan analisis lagi yang disebut analisis taksonomi (Sugiyono, 2012:110).

Tabel 3.1. Model Analisis Taksonomi Marketing Maxim-Bike Di Kota Kendari

Bidang	Bentuk	Deskripsi
Strategi Marketing Mix 7P	<i>Product</i>	Produk (jasa) yang ditawarkan kepada konsumen untuk pemenuhan kebutuhan
	<i>Price</i>	Penentuan harga produk (jasa) untuk bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, dan gengsi
	<i>Place</i>	Tempat meliputi keputusan tentang kapan, dimana, dan bagaimana menyampaikan produk (jasa) kepada pelanggan

	<i>Promotion</i>	Cara yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produknya (jasa) kepada calon konsumen
	<i>People</i>	Semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa atau proses
	<i>Process</i>	Metode pengoperasian yang berupa langkah-langkah yang diperlukan untuk menciptakan dan menyampaikan produk (jasa) kepada pelanggan
	<i>Physical evidence</i>	Petunjuk visual atau berwujud yang memberi bukti atas kualitas jasa Strategi Pemasaran Jasa
Implementasi Strategi pemasaran jasa	7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physycal Evidence)	Landscape Pemasaran Jasa dalam strategi pemasaran tidak dapat dibahas secara parsial, tetapi dibahas secara umum

Sumber: (Skripsi Dinka Alif Ristamaya 2018).

Tabel3.2.Model Analisis Taksonomi Marketing Syariah

Bidang	Indikator	Unsur-Unsur
Nilai Marketing Syariah	Benar(<i>Shiddiq</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkata benar/Tidak berbohong 2. Bertindak Sesuai apa yang dipikirkan 3. Sesuai antara perkataan dan perbuatan. 4. Berlaku adil 5. Taat terhadap perintah dan larangan allah 6. Menepati janji.
	Terpercaya(<i>Amanah</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertanggung jawab antara hamba dengan tuhannya 2. Bertanggung jawab antara hamba dengan sesama manusia 3. Bertanggung jawab pada diri sendiri
	Komunikasi(<i>Tabligh</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkataan yang benar 2. Perkataan yang baik 3. Perkataan yan efektif 4. Perkataan yang mudah dan pantas 5. Perkataan yang lembut
	Cerdas(<i>Fathonah</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban
	Berani(<i>Syaja'ah</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berani mengambil

		keputusan-keputusan penting yang didasari dengan sifat cerdas, tanggung jawab, dan kejujuran
--	--	--

3.6. Teknik pemeriksaan keabsahan data

Pemeriksaan keabsahan data dapat dilakukan di dalam penelitian bertujuan agar hasil suatu penelitian dapat di pertanggungjawabkan dari segala sisi penulisan.

Lexi J. Moelong dalam Sartika widhi Ayu Sari pemeriksaan keabsahan data yang dapat dilakukan dalam penelitian taitu:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan, data di kumpulkan karena dengan perpanjangan keikutsertaan dapat menguji ketidakbenaran informasi yang di perkenalkan oleh distorsi, baik berasal dari diri sendiri maupun responden dan membangun kepercayaan subyek. Perpanjangan keikutsertaan juga menuntut peneliti agar terjun kedalam lokasi dan dalam waktu yang panjang guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mengotori data. Selain itu perpanjangan keikutsertaan juga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan para subyek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti itu sendiri.

2. Triangulasi

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

- b) Membandingkan apa yang di katakan orang didepan umum dengan apa yang di katakan secara pribadi.
- c) Membandingkan apa yang di katakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang di katakan sepanjang waktu.
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumentasi yang berkaitan

3. Meningkatkan Kecermatan dalam Penelitian

Peneliti mengecek atau mengontrol data yang telah di kumpulkan sudah benar atau belum. Untuk itu peneliti membutuhkan untuk membaca referensi, buku, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen-dokumen terkait yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan untuk membuat suatu perbandingan dari hasil penelitian(Sartika Widhi Ayu Sari, 2020:26).

