

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Faktor paling penting dalam melakukan suatu penelitian salah satunya adalah metode penelitian, karena pada dasarnya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji suatu kebenaran pengetahuan dengan cara-cara ilmiah. Oleh karena itu, dalam suatu penelitian harus menggunakan metode yang tepat.¹

Berdasarkan pendekatan dan jenis data yang digunakan, penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang temuannya diperoleh berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif.² Dengan demikian peneliti menganalisis tentang pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meraih *competitive advantage* pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih memfokuskan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang telah diamati, dengan menggunakan logika ilmiah.³ Dengan kata lain pendekatan kualitatif ini lebih memfokuskan pada studi langsung ke lapangan yang berawal dari wawancara untuk mendapatkan sumber informasi yang diharapkan mampu untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan Koperasi Syariah IHYA Kudus dalam upaya meraih *competitive advantage* tersebut.

¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2005), 1.

²Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 4.

³Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001),

B. Setting Penelitian

Dalam penelitian kualitatif umumnya harus menentukan lokasi serta jangka waktu yang tidak sebentar, sebab penelitian ini memiliki tujuan sebagai penemuan. Seberapa lama penelitian yang dilakukan akan bergantung pada keberadaan sumber data, interes, dan tujuan penelitian.⁴ Untuk itu lokasi yang dijadikan tempat penelitian ini adalah Koperasi Syariah IHYA Kudus yang berada di jalan Sunan Kudus No. 237. Sedangkan waktu penelitian yang digunakan yaitu kurang lebih 1 bulan sampai selesai.

C. Subyek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah peneliti sendiri yang menjadi instrument utama dalam penelitian kualitatif, sedangkan informan dan partisipan dapat peneliti sendiri maupun pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian. Semua subjek yang dimaksud disini adalah alat pengumpulan data.⁵ Penelitian ini menggunakan subjek kepala/manajer bagian pemasaran Koperasi Syariah IHYA Kudus, dan pengelola Koperasi Syariah IHYA Kudus yang dimaksudkan disini yaitu pada pengelola bagian teller/kasir, pengelola pada bagian admin dan pengelola pada bagian marketing dan nasabah yang ada di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah tempat ditemukannya permasalahan yang dilakukan peneliti yaitu di Koperasi Syariah IHYA Kudus yang berada di jalan Sunan Kudus No. 237. Dengan judul penelitian tentang Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meraih *Competitive Advantage* pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.

D. Sumber dan Jenis Data

Data kualitatif merupakan data yang bukan dalam bentuk angka dan diperoleh dari sumber terkait langsung dalam penelitian dan sumber pelengkap dari dokumentasi dan lainnya. Sumber data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu :

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 36-37.

⁵Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Pustaka Setia, 2012), 130.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung dari subyek sebagai sumber informasi yang dicari.⁶ Artinya sumber data primer tersebut merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli seperti kantor di Koperasi Syariah IHYA Kudus.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data-data dokumentasi atau data laporan yang tersedia.⁷ Data sekunder dalam penelitian ini yaitu dari beberapa sumber seperti jurnal, buku, dan sumber lainnya. Artinya sumber data sekunder yang diperoleh peneliti yang berasal dari laporan dan dokumentasi yang terkait dengan bahasan peneliti yaitu tentang bagaimana pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan Koperasi Syariah IHYA Kudus dalam upaya meraih *competitive advantage*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁸

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya pada

⁶Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), 57.

⁷Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, 58.

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 104-105.

pengetahuan dan keyakinan pribadi.⁹ Jadi dengan wawancara peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang sedang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.¹⁰ Teknik wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi tentang analisis pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meraih *competitive advantage* pada Koperasi Syariah IHYA Kudus dengan menggunakan analisis SWOT yang dijadikan bahan untuk mengetahui posisi pasar dengan analisis matriks SWOT.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.¹¹ Penulis melakukan observasi terhadap bagaimana pengembangan strategi pemasaran yang digunakan oleh koperasi syariah tersebut, dengan menggunakan metode observasi ini peneliti dapat mengamati setiap kegiatan di kantor Koperasi Syariah IHYA Kudus, khususnya informasi yang terkait tentang judul yang diangkat yaitu tentang pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meraih *competitive advantage* pada Koperasi Syariah IHYA Kudus. Sehingga dengan observasi tersebut maka peneliti akan mendapatkan data yang diperoleh secara lengkap, tajam, sampai mengetahui makna dari setiap perilaku yang terlihat. Dengan demikian, metode observasi ini bertujuan untuk memperoleh data yang lengkap dan mendalam tentang hal-hal yang melatarbelakangi permasalahan dalam penelitian tersebut.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan : Kuantitatif Kualitatif Kombinasi (Mixed Methods) Penelitian Tindakan (Action Research) Penelitian Evaluasi*, (Bandung : Alfabeta, 2018), 224.

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), 17.

¹¹Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 220.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda atau lain sebagainya.¹²

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode dokumentasi untuk memperkuat dan mendukung informasi yang telah didapatkan pada saat observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹³ Dengan menggunakan metode dokumentasi ini diharapkan dapat memperkuat dan mendukung informasi yang telah didapatkan dari hasil wawancara dan observasi yaitu tentang analisis pengembangan strategi dalam upaya meraih *competitive advantage* pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.

F. Pengujian Keabsahan Data

Data yang telah berhasil digali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian, harus diusahakan kemantapan dan kebenarannya. Oleh karena itu setiap penelitian harus memilih dan menentukan cara-cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperolehnya. Dalam penelitian Kualitatif terdapat beberapa cara yang bisa dipilih untuk mengembangkan validitas data penelitian. Cara-cara tersebut antara lain:

1. Uji Kredibilitas

- a. Perpanjang pengamatan, Peneliti dapat memeriksa ulang penelitiannya dengan adanya perpanjangan pengamatan. Peneliti bisa kembali kelapangan untuk melakukan pengamatan ulang, melakukan wawancara lagi kepada sumber data yang pernah di temui maupun yang baru. Peneliti akan membentuk hubungan baik dengan narasumber setelah pengamatan ini sehingga informasi yang diberikan tidak ada yang disembunyikan. Pengecekan terhadap data yang telah dikumpulkan dapat dilakukan peneliti

¹²Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung Remaja Rosdakarya, 2016), 167.

¹³Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 82.

untuk mengetahui benar atau tidaknya data tersebut dengan perpanjangan pengamatan ini.

- b. Meningkatkan ketekunan, Pengamatan yang dilakukan secara cermat, teliti dan berkesinambungan dapat mengakibatkan peningkatan ketekunan. Melakukan cara tersebut mampu merekam secara pasti dan sistematis suatu kepastian data dan urutan peristiwa.
- c. Triangulasi, yaitu berbagai cara dan waktu yang digunakan untuk mengecek data yang telah di ambil dari segala sumber.
- d. Analisis kasus negative adalah data yang berlawanan dengan apa yang diharapkan dicari oleh peneliti. Apabila peneliti masih menemukan data yang berlawanan atau berbeda maka harus mendapatkan jawaban dengan detail dan mendalam terkait data yang beda tersebut.
- e. Menggunakan bahan referensi, Data yang diperoleh peneliti dapat didukung pembuktiannya dengan adanya bahan referensi. Sebaiknya data-data yang dikemukakan ditambahkan foto atau dokumen yang autentik ke dalam laporan penelitian sehingga data tersebut semakin dipercaya.¹⁴

Beberapa teknik triangulasi digunakan dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk mengecek data dari segala sumber dengan cara dan waktu yang berbeda-beda yakni:

- a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber ini digunakan untuk menguji kredibilitas data yang akan dilakukan dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh melalui berbagai sumber yang didapat.

- b. Triangulasi Teknik

Pengecekan data yang dilakukan untuk menguji kredibilitas data yang didapat dari dua sumber data sama namun berbeda teknik yang digunakan.

¹⁴Muhammad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Kudus : Nora Media Enterprise, 2010), 94-95.

Berbagai teknik yang dilakukan peneliti yaitu teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

c. Triangulasi Waktu

Kredibilitas data biasanya sangat dipengaruhi oleh waktu. Data akan lebih valid dan kredibel apabila peneliti melakukan wawancara kepada informan pada waktu pagi karena informan masih dalam keadaan tenang, segar dan belum banyak menghadapi masalah. Maka pengecekan dengan cara wawancara, observasi atau teknik lain yang berbeda waktu dan situasinya dapat dilakukan untuk pengujian kredibilitas data.¹⁵

2. Pengujian *Transferability*

Pengujian *transferability* adalah validitas eksternal pada penelitian kualitatif. Hal ini menampilkan derajat ketepatan dalam hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Bagi peneliti, pengujian ini bergantung pada penggunanya. Sehingga hasil penelitiannya dalam digunakan pada lain konteks dan situasi sosial. Peneliti sendiri tidak menjamin "validitas eksternal ini".¹⁶ Oleh karena itu, agar orang lain dapat memahami penelitian kualitatif tentang bagaimana pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meraih *competitive advantage* pada Koperasi Syariah IHYA Kudus, peneliti dapat membuat penelitian dengan cara memberikan penguraian secara jelas, rinci, sistematis dan dapat dipercaya. Maka dari itu, cocok atau tidaknya hasil penelitiannya jika di tempat lain yang memutuskan adalah pembaca.

3. Pengujian *Dependability*

Pengujian *dependability* ini yang akan dilakukan dengan memanfaatkan audit pada semua proses penelitian. Pembimbing yang akan mengaudit peneliti

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang Bersifat : Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*, (Bandung : Alfabeta, 2018), 191-192.

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Bersifat : Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*, 194.

dalam penelitian tersebut. Penelitian harus mampu memaparkan masalah/fokus, lapangan, menemukan sumber data, melakukan uji keabsahan data dan membuat hasil kesimpulan penelitian yang dapat ditunjukkan oleh peneliti.¹⁷

4. Pengujian *Konfirmability*

Pengujian *konfirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang akan dilakukan maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *konfirmability*.¹⁸ Untuk menunjukkan uji *konfirmability* ini mengenai bagaimana pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meraih *competitive advantage* di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Validasi internal digunakan oleh peneliti dengan alasan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan teknik ini tidak lama dan kondisi dilapangan juga sesuai dalam mengumpulkan dan mengecek data dari hasil penelitian yang akan dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah melakukan suatu upaya bekerja dengan data, data yang diorganisasikan, data yang disatukan melalui suatu pemilahan sehingga dapat dikelola, disintesis, dicari dan ditemukan polanya, apa yang penting ditemukan dan dipelajari serta mampu memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data kualitatif dilakukan secara induktif, yaitu penelitian kualitatif yang dimulai dari fakta empiris bukan dari deduksi teori. Dari fenomena yang ada di lapangan, peneliti langsung dapat mempelajari, menafsirkan, menganalisis dan menarik kesimpulan di lapangan. Data yang sudah dihadapkan kepada peneliti, harus dianalisis sampai menemukan makna yang kemudian menjadi hasil penelitian.¹⁹ Berikut analisis yang

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 470.

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang Bersifat : Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*, 195.

¹⁹Amir Hamzah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Malang : Litnus, 2019), 80.

dilakukan selama peneliti melakukan analisis data yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis data sebelum masuk ke lapangan telah dilakukan terlebih dahulu dalam penelitian kualitatif. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Metode analisis data ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan Koperasi Syariah IHYA Kudus dalam upaya meraih *competitive advantage* dan penelitian ini menggunakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui dampak pengembangan strategi pemasaran pada Koperasi Syariah IHYA Kudus baik dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan menggunakan matriks SWOT, sehingga nantinya akan dapat mengetahui langkah-langkah apa yang digunakan untuk menerapkan pengembangan strategi pemasaran dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang tetapi secara beriringan dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang sedang terjadi di Koperasi Syariah IHYA Kudus.

2. Analisis selama di lapangan Model Miles and Huberman

Terdapat beberapa model analisis data kualitatif yang umum digunakan. Model yang digunakan peneliti adalah model Miles dan Huberman:

a. *Collection Data* (Pengumpulan Data)

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.²⁰

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mencatat dengan teliti dan rinci diperlukan dalam penelitian karena cukup banyak jumlahnya data yang didapat dari lapangan, dapat diketahui bahwa data yang akan didapat akan semakin banyak, menyeluruh dan sedikit rumit. Maka analisis data menggunakan reduksi data dapat dilakukan oleh

²⁰Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 89.

peneliti. Reduksi data dapat dilakukan peneliti jika dalam melakukan penelitian telah ditemukan data yang masih asing, tidak dikenali dan polanya belum diketahui. Data yang dirangkum berupa pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meraih *competitive advantage* di Koperasi Syariah IHYA Kudus dan dampak pengembangan strategi pemasaran pada Koperasi Syariah IHYA Kudus dengan analisis SWOT. Data reduksi yang diperlukan untuk pengembangan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Koperasi Syariah IHYA Kudus serta faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan perusahaan.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan langkah berikutnya setelah melakukan reduksi data. Data dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dalam penelitian kualitatif. Setelah melakukan penyajian data maka apa yang sedang terjadi akan mudah dipahami, setelah memahami maka dapat membuat rencana kerja selanjutnya. Pada tahap penyajian data peneliti menggunakan analisis dengan matriks SWOT. Dengan adanya matriks SWOT ini nantinya akan memberikan gambaran yang jelas dan terarah mengenai kekuatan dan peluang, serta kelemahan dan ancamannya.

Tabel 3.1
Matriks SWOT

IFAS	Strengths (S) Tentukan faktor kelemahan internal	Weakness (W) Tentukan kelemahan faktor internal
EFAS	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan
Opportunities (O) Tentukan faktor peluang eksternal		

	kekuatan untuk memanfaatkan peluang	kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan faktor ancaman Eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Penjelasannya adalah sebagai berikut:

1) Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST

Strategi ini dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3) Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada

4) Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defentif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.²¹

d. Data *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan langkah selanjutnya yang harus dilakukan. Apabila menemukan bukti yang kuat dan mendukung pada pengumpulan data berikutnya maka

²¹Freedy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1997), 83-84.

akan merubah suatu kesimpulan awal yang memang bersifat sementara. Akan tetapi jika telah menemukan dukungan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan maka kesimpulan awal bisa disebut dengan kesimpulan yang kredibel. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.²² Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari wawancara dan observasi terhadap pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meraih *competitive advantage* yang telah di dukung dengan bukti dan dokumentasi lain.

3. Interpretasi hasil analisis SWOT untuk pengembangan strategi pemasaran dalam meraih *competitive advantage*
 - a. Apabila faktor internal lebih besar dari faktor eksternal maka koperasi sudah berani bersaing dengan kompetitor lainnya.
 - b. Apabila faktor internal lebih kecil dibandingkan faktor eksternal maka koperasi harus melakukan konsolidasi untuk memperkuat usaha yang didirikan sebelum bersaing dengan kompetitor lainnya.²³

²²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 90-99.

²³Freedy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, 193.