

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan data dan informasi yang berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan. Metode penelitian berguna untuk mendapatkan informasi atau data yang objektif, valid, dan akurat dari hasil pengolahan data tersebut . Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran berupa wawancara kepada pimpinan yang paham secara sistematis strategi marketing mix yang terjadi didalam Sunlife Financial Syariah Kota Malang , Agen Sunlife Financial Syariah Kota Malang dan Masyarakat umum yang belum menjadi nasabah di Sunlife Financial Syariah Kota Malang

3.2 Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi dan dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti. (Suharsimi, 2006) Maka subjek penelitian ini yaitu pimpinan yang paham secara sistematis Strategi Marketing Mix di Sunlife Financial Syariah Kota Malang , Agen Sunlife Financial Syariah Kota Malang, Masyarakat umum yang belum menjadi nasabah di Sunlife Financial Syariah Kota Malang

3.3 Fokus Study

Fokus Study dalam penelitian ini mengenai Strategi Marketing Mix meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan Physical Evidence* di Asuransi Sunlife Financial Syariah Kota Malang

3.4 Definisi Operasional Fokus Study

Menurut Sugiyono (2015), Pengertian definisi operasional dalam variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Definisi operasional studi kasus pada strategi marketing mix di Sunlife Syariah Kota Malang dijabarkan sebagai berikut

Tabel 3.1 Definisi Operasional Fokus Study Strategi Marketing Mix

No	Variabel	Definisi Operasional	Instrumen
1.	<i>Product</i> (Produk)	Segala sesuatu yang memberikan nilai yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen. (Aminah, 2019)	Lembar wawancara
2.	<i>Price</i> (Harga)	Sejumlah nilai dalam mata uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan (Aminah, 2019)	Lembar wawancara
3.	<i>Place</i> (Distribusi)	Cara perusahaan menyalurkan barangnya mulai dari perusahaan sampai ketangan konsumen akhir. (Aminah, 2019)	Lembar wawancara
4.	<i>Promotion</i> (promosi)	Aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya (Aminah, 2019)	Lembar wawancara
5.	<i>People</i> (orang)	Orang yang terlibat langsung dalam menjalankan aktivitas perusahaan dan merupakan faktor yang memegang peranan penting (TANTRIYANI, 2019)	Lembar wawancara
6.	<i>Process</i> (proses)	Gabungan semua aktivitas umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. (Aminah, 2019)	Lembar wawancara
7.	<i>Physical evidence</i> (lingkungan fisik)	Keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. (Aminah, 2019)	Lembar wawancara

3.5 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah di kantor Sunlife Syariah Kota Malang yang akan dilakukan pada bulan Februari 2022

3.6 Pengumpulan Data

Pengertian teknik pengumpulan data menurut Arikanto adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat di wujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya

Dalam hal pengumpulan data ini , peneliti terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Wawancara sebagai proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab cara bertatap muka antara si pewawancara dengan responden (Edi, 2016) .

a. Wawancara terstruktur, di mana seorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban. Dalam melaksanakan teknik wawancara (interview), pewawancara harus mampu menciptakan hubungan yang baik sehingga informan bersedia bekerja sama, dan merasa bebas berbicara dan dapat memberikan informasi yang sebenarnya. Teknik wawancara yang peneliti gunakan adalah secara terstruktur (tertulis) yaitu dengan menyusun terlebih dahulu beberapa pertanyaan yang akan disampaikan kepada informan. Hal ini dimaksudkan agar pembicaraan dalam wawancara lebih terarah dan fokus pada tujuan yang dimaksud dan menghindari pembicaraan yang terlalu melebar. Selain itu juga digunakan sebagai patokan umum dan dapat dikembangkan peneliti melalui pertanyaan yang muncul ketika kegiatan wawancara berlangsung (Nafis, 2013)

Dalam penelitian ini wawancara terstruktur dilakukan dengan wawancara kepada Pimpinan Sunlife Financial Syariah Kota Malang , Agen Sunlife Financial Syariah Kota Malang, dan Masyarakat umum yang belum menjadi nasabah di Sunlife Financial Syariah Kota Malang

3.7 Cara Pengolahan Data

Metode pengolahan data dilakukan secara deskriptif. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada pemecahan masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan .hasil wawancara mula mula disusun , dijelaskan guna memperoleh suatu kesimpulan marketing mix yang ada di Sunlife Financial Syariah Kota Malang

3.8 Penyajian Data

Data disajikan secara terstruktur/narasi disertai dengan cuplikan ungkapan verbal dari informan sebagai data pendukung

3.9 Etika Penelitian

1. *Informed Consent*

Informed consent merupakan persetujuan yang diberikan kepada subjek penelitian, peneliti akan menjabarkan tujuan, manfaat dampak serta prosedur penelitian . lembar persetujuan selanjutnya akan diberikan kepada subjek penelitian untuk ditanda tangani setelah terjadi kesepakatan subjek penelitian (Achadiat & Etika, 2007)

2. *Respect For Autonomy*

Respect For Autonomy merupakan menghormati kebebasan atau keinginan orang lain. Partisipan memiliki hak untuk membuat keputusan secara sadar untuk menerima atau menolak menjadi partisipan . peneliti menjelaskan sebagai pastisipan tentang proses penelitian yang meliputi wawancara mendalam dengan direkam menggunakan voice recorder selanjutnya partisipan diberi kebebasan untuk bersedia atau menolak berpartisipasi dalam penelitian . (Henky, 2018)

3. *Confidentiality* (kerahasiaan)

Konsep ini menyatakan bahwa data yang harus disajikan merupakan data dengan identitas anonym, untuk menjaga data privasi dari narasumber agar tetap aman. Sehingga partisipan dapat memberikan keterangan dalam kondisi baik tanpa tekanan. (Kiyimba dkk., 2018)