

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena ingin memperoleh data yang mendalam tentang strategi pemasaran Produk ARRUM Haji dalam meningkatkan minat nasabah (studi pegadaian syariah di pinrang). penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, implementasi modal secara kualitatif.<sup>1</sup>

Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi dimana pendekatan fenomenologi tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada pengalaman hidup manusia (sosiologi).

Menurut Creswell pendekatan fenomenologi menunda semua penilaian tentang sikap yang alami sampai ditemukan dasar tertentu. Penundaan ini biasa disebut *epoch* (jangka waktu). Konsep *epoch* adalah membedakan wilayah data (subjek) dengan interpretasi penelitian. Konsep *epoch* menjadi pusat dimana peneliti menyusun dan mengelompokkan dugaan awal tentang fenomena untuk mengerti tentang apa yang dikatakan oleh narasumber.<sup>2</sup>

### 3.2 Lokasi dan Waktu

#### 1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah, Jl. Sultan Hasanuddin No. 25, Kampung Jaya, Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang

---

<sup>1</sup> Basrowi dan suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 20.

<sup>2</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 36.

## 2. Waktu

Dalam penelitian ini menggunakan waktu kurang lebih dua bulan.

### 3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran pegadaian syariah dalam meningkatkan minat nasabah terhadap Produk ARRUM Haji karena banyaknya pesaing-pesaing.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data yang berkaitan dengan hal ini yaitu sumber data tertulis.<sup>3</sup>

#### 1. Data Primer

Ialah data yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni sumber asli yang memuat informasi dan data penelitian ini. yaitu dengan melakukan wawancara dengan karyawan dibidang pemasaran pegadaian syariah yang dilakukan secara langsung untuk menunjang keakuratan data.

#### 2. Data Sekunder

Ialah data yang diperoleh dari sumber bukan asli memuat informasi atau data dari penelitian ini.<sup>4</sup>

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data dengan bersumber kepada penelitian lapangan dengan cara:

---

<sup>3</sup>Basrowi dan suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 169.

<sup>4</sup> Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta : Rajawali, 1990), h. 132.

1. Wawancara, adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>5</sup> Dan yang ingin diwawancarai yaitu salah satu karyawan pegadaian syariah dengan tujuan untuk memperoleh data yang diperlukan.
2. Observasi, adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistemis atas fenomena-fenomena yang diteliti. Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengamati lingkungan sosial subyek penelitian.
3. Dokumentasi, adalah suatu kegiatan khusus berupa pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan penyebar luasan suatu informasi.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang nantinya dapat dipergunakan untuk mengambil kesimpulan.

1. Pengumpulan data  
Mengumpulkan seluruh data dari hasil penelitian agar kegiatan tersebut menjadi lebih sistematis.
2. Reduksi Data  
Memilih hal-hal penting yang sesuai dengan fokus penelitian yang telah diklasifikasi Dimana data yang menjadi pemusatan yaitu tentang Produk ARRUM Haji.

---

<sup>5</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1988), h. 135.

### 3. Penyajian Data

Data yang disajikan yaitu mengenai strategi pemasaran Produk ARRUM Haji dalam meningkatkan minat nasabah.

Menggunakan analisis induktif yaitu menggunakan data-data bersifat khusus yang di peroleh dari wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi, kemudian ditarik kesimpulan

