

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi pemasaran produk tabungan yang diterapkan oleh Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Penelitian ini berfokus pada bagaimana bank merancang dan menjalankan strategi pemasaran, seperti promosi, pelayanan, serta hubungan dengan nasabah.

Selain itu, objek penelitian juga mencakup respon nasabah terhadap strategi tersebut, terutama dalam hal kepuasan, penggunaan produk, dan tingkat loyalitas. Dengan demikian, penelitian ini melihat keterkaitan antara strategi pemasaran yang dilakukan bank dengan perilaku nasabah sebagai pengguna layanan.

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten (BJB) Syariah

PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Syariah, yang dikenal sebagai BJB Syariah, merupakan lembaga keuangan syariah yang didirikan untuk memenuhi permintaan layanan perbankan berbasis prinsip Islam, khususnya di wilayah Jawa Barat dan Banten. Lahir dari semangat untuk mendukung sistem keuangan yang etis dan sesuai hukum syariah, bank ini memainkan peran penting dalam mendorong inklusi keuangan syariah di daerah daerah tersebut.

Pendirian BJB Syariah merupakan langkah lanjutan dari pembentukan Unit Usaha Syariah (UUS) milik Bank BJB konvensional yang telah beroperasi sejak tahun 2000. Menyadari potensi besar dari segmen pasar syariah, serta sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan pangsa pasar industri perbankan syariah nasional sebagaimana dicanangkan oleh Bank Indonesia, maka pada tahun 2010 Unit Usaha Syariah tersebut diubah menjadi entitas terpisah dalam bentuk Bank Umum Syariah.

Proses legalisasi pendirian BJB Syariah dilakukan melalui Akta Pendirian Nomor 4 tanggal 15 Januari 2010, yang kemudian disahkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan Nomor AHU04317.AH.01.01 tanggal 26 Januari 2010. Dalam perkembangannya, bank ini terus berupaya memperluas jaringan dan layanannya demi memperkuat eksistensinya sebagai penyedia jasa keuangan yang amanah dan profesional.

3.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten (BJB) Syariah

Sejarah Bank BJB Syariah dimulai pada tanggal 15 Januari 2010, ketika Bank BJB resmi mendirikan Bank BJB Syariah sebagai anak perusahaan yang sepenuhnya menjalankan prinsip perbankan syariah. Dengan modal awal yang cukup besar dan dukungan penuh dari induk perusahaan, Bank BJB Syariah terus berkembang dan memperluas jangkauan pelayanannya ke berbagai daerah di Indonesia, khususnya di Jawa Barat, Banten, dan DKI Jakarta. Bank BJB Syariah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis

syariah dengan menyediakan produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam.

Pendirian Bank BJB Syariah diawali dengan pembentukan Divisi/Unit Usaha Syariah oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Pada tanggal 20 Mei 2000, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Jawa Barat yang mulai tumbuh keinginannya untuk menggunakan jasa perbankan syariah pada saat itu.

Setelah 10 (sepuluh) tahun operasional Divisi/Unit Usaha syariah, manajemen PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Berpendangan bahwa untuk mempercepat pertumbuhan usaha syariah serta mendukung program Bank Indonesia yang menghendaki peningkatan share perbankan syariah, maka dengan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Diputuskan untuk menjadikan Divisi/Unit Usaha Syariah menjadi Bank Umum Syariah. Hingga saat ini Bank BJB Syariah berkedudukan dan berkantor pusat di Kota Bandung, Jalan Braga No 135, dan telah memiliki 10 (sepuluh) kantor cabang, kantor cabang pembantu 53 (lima puluh tiga), 3 Mobil Kas Keliling, jaringan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebar di daerah Provinsi Jawa Barat, Banten, dan DKI Jakarta dengan 77.000 jaringan ATM Bersama.

Bank BJB Syariah menyediakan berbagai produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk tabungan, giro, deposito, dan pembiayaan. Produk-produk ini tidak hanya membantu individu tetapi juga usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mendapatkan akses permodalan yang sesuai

dengan prinsip syariah. Salah satu produk unggulan dari Bank BJB Syariah adalah Tabungan iB Masalahah yang memberikan kemudahan dalam transaksi keuangan serta keuntungan yang kompetitif sesuai dengan akad syariah. Selain itu, bank ini juga menawarkan Pembiayaan KPR iB Masalahah untuk membantu masyarakat memiliki rumah dengan sistem pembiayaan syariah yang adil dan transparan.

Dalam menjalankan operasionalnya, Bank BJB Syariah mengutamakan prinsip transparansi, profesionalisme, dan inovasi. Bank ini terus melakukan pengembangan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi layanan kepada nasabah, termasuk peluncuran layanan perbankan digital yang memudahkan transaksi keuangan berbasis syariah secara daring. Transformasi digital ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Bank BJB Syariah di tengah persaingan ketat industri perbankan syariah di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap manfaat perbankan syariah, Bank BJB Syariah terus memperluas jaringan pelayanannya. Saat ini, bank telah memiliki berbagai kantor cabang dan kantor layanan di beberapa wilayah strategis, serta jaringan ATM dan layanan digital yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Dengan ekspansi ini, bank berharap dapat menjangkau lebih banyak nasabah dan memberikan layanan yang lebih optimal kepada masyarakat yang ingin beralih ke sistem keuangan syariah.

Dengan jaringan cabang yang terus berkembang dan inovasi yang berkelanjutan, Bank BJB Syariah semakin mengukuhkan posisinya sebagai salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia. Bank ini berkomitmen untuk terus

memberikan layanan keuangan yang berkualitas, berbasis prinsip syariah, serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan

3.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten (BJB) Syariah

a. Visi Bank BJB syariah

Visi Bank BJB Syariah adalah menjadi bank syariah pilihan utama yang memberikan manfaat optimal bagi masyarakat dengan layanan keuangan berbasis syariah yang modern dan inovatif.

b. Misi Bank BJB Syariah

- Meningkatkan akses keuangan yang amanah berbasis layanan digital.
- Membangun inovasi dalam produk dan layanan keuangan.
- Mendukung laju perekonomian daerah dan berpartisipasi aktif dalam membangun ekosistem syariah.
- Mengimplementasikan praktik bisnis dengan prinsip tata kelola yang baik dan berkelanjutan.
- Mengembangkan sumber daya insani yang profesional, berintegritas, dan berdaya saing tinggi.

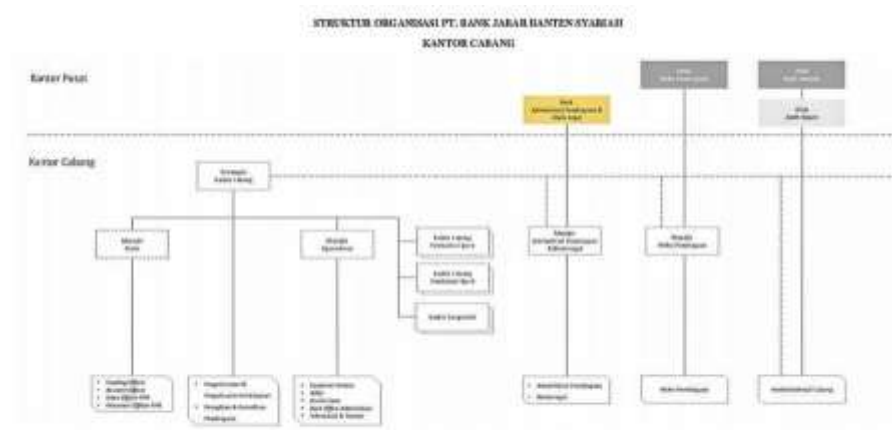
3.1.4 Statement Budaya BJB Syariah Perusahaan Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten (BJB) Syariah

Untuk mencapai Visi dan Misi dan juga dalam rangka menciptakan kondisi kerja yang kondusif dan efektif, Bank BJB syariah telah merancang suatu budaya

kerja yang kuat membuat perusahaan lebih tangkas dan lebih berdaya saing tinggi. Nilai budaya yang diterapkan setiap pegawai di Bank BJB Syariah adalah budaya “IKHLAS”. Ikhlas berarti bersih hati, tulus hati. Jika diartikan secara bahasa adalah sebuah proses dalam upaya pemurnian, dijelaskan dalam Al-Qur'an bahwa proses itu masalah, lapang dada, upaya (ikhtiar), kerja lagi, Ikhlas ini merupakan gabungan dari butir-butir inti Budaya Perusahaan di Bank BJB syariah yang terdiri dari

- a) INTEGRITAS, Berpikir, berkata dan bertindak terpuji, jujur, disiplin dan konsisten
- b) KOMPETEN, Berkomitmen dan bertanggung jawab kerja cerdas, tuntas dan tulus belajar dan bertumbuh
- c) HARMONI, Saling menghargai, bersinergi dan peduli pada lingkungan
- d) LAYANAN, Ramah dan empati
- e) SOLUSI, Berdampak positif dengan hasil terbaik berorientasi pada nilai tambah

3.1.5 Deskripsi Singkat Struktur PT. Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten (BJB) Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya



Gambar 3. 1 Stuktur Perusahaan Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten (BJB) Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya

Sumber Perusahaan Bank Pembangunan Jawa Barat Dan Banten (BJB)

Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya (diolah kembali oleh penulis 2025)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami secara mendalam fenomena strategi pemasaran dan loyalitas nasabah di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang jelas mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank syariah dalam meningkatkan

loyalitas nasabah. Penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data data deskriptif, mengenai lisan maupun tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti dan Metode penelitian kualitatif adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala baik fakta maupun realitanya, landasan teori dimanfaatkan oleh peneliti sebagai pemandu, agar proses penelitian lebih fokus dan sesuai dengan fakta yang ditemui di lapangan. Fakta, realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila peneliti menelusurinya secara mendalam dan tidak hanya terbatas pada pandangan di permukaan saja. Kedalaman ini yang menciri khasnya metode kualitatif, sekaligus sebagai faktor unggulannya (Yusanto, 2020)

Menurut Sugiyono (2019), “Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.”

Sejalan dengan itu, Khilimiyah (2016)), “penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif. Melalui penelitian kualitatif penelitian dapat mengenali subjek. Merasakan apa yang alami dalam kehidupan sehari-hari.” Dalam penelitian tersebut, peneliti terlibat dalam situasi dan setting fenomena yang diteliti. Peneliti diharapkan selalu memusatkan perhatian pada kenyataan atau kejadian dalam konteks yang diteliti. Setiap kejadian merupakan sesuatu yang unik, berbeda dengan yang lain, karena perbedaan konteks.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menggambarkan strategi pemasaran produk tabungan di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya serta implikasinya terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, pendapat Sugiyono, (2019) dianggap paling sejalan dengan penelitian ini karena menekankan pentingnya memahami makna dari data lapangan secara alamiah, bukan melalui angka dan statistik seperti pada penelitian kuantitatif.

Penelitian akan difokuskan pada strategi pemasaran produk tabungan di Bank BJB Syariah KC Tasikmalaya dan litetasi masyarakat tentang bank syariah khususnya dalam kaitannya dengan peningkatan loyalitas nasabah, Tabungan di pilih karena menjadi produk dasar perbankan syariah yang digunakan hampir seluruh nasabah, sekaligus pintu masuk bagi bank dalam menjalin hubungan jangka panjang. Subjek penelitian meliputi, *Customer service*, Funding officer serta nasabah tabungan yang dianggap relevan dengan permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menggambarkan strategi pemasaran produk tabungan di Bank BJB Syariah KC Tasikmalaya serta implikasinya terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Berdasarkan hal tersebut, tentu kurang pas jika diterapkan pada metode kuantitatif yang mana

lebih menekankan pada pembuktian hipotesis dengan menggambarkan fenomena melalui angka dan statistika.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, berupa data deskripsi yang dapat disusun dan diurutkan dengan beberapa pendapat, perencanaan, pendapat dan konsep dan terdapat penjelasan atau penyajian masalah yang berkaitan dengan “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”.

Teknik penelitian ini adalah mengumpulkan data, pengumpulan data menjadi bagian yang sangat penting dalam penelitian. Seorang peneliti tidak akan mendapatkan data yang dibutuhkan jika tidak memahami cara mengumpulkan data tersebut. Menurut Sugiyono (2019), pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, yang dapat digunakan secara bersamaan atau disebut teknik triangulasi. Teknik ini digunakan untuk saling melengkapi dan menguji kredibilitas data sehingga menghasilkan gambaran yang menyeluruh tentang kondisi lapangan.

Pertama, teknik wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai strategi pemasaran produk tabungan, langkah-langkah yang dilakukan dalam meningkatkan loyalitas nasabah, serta

hambatan yang dihadapi di lapangan. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan menggunakan pedoman pertanyaan agar pembahasan tetap terarah.

Kedua, teknik observasi dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas dan kondisi nyata di lokasi penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran dilakukan oleh pihak bank serta bagaimana interaksi antara pegawai dan nasabah. Hasil observasi ini digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh dari hasil wawancara dan memberikan gambaran faktual mengenai situasi di lapangan.

Selanjutnya, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan berbagai dokumen dan arsip yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya. Dokumen yang dikumpulkan meliputi brosur, laporan kegiatan promosi, foto kegiatan, serta data internal lainnya. Teknik ini berfungsi sebagai pelengkap dari hasil wawancara dan observasi agar data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan.

Selain itu dalam penelitian ini proses mengkaji literatur yang telah diterbitkan sebelumnya mengenai berbagai topik. Sumber yang diteliti dapat berupa karya ilmiah, tesis, disertasi, atau karya nonfiksi seperti buku atau artikel. Peneliti membandingkan teori-teori yang ada dengan kondisi yang ditemukan di lapangan.

3.2.2.1 Jenis Dan Sumber Data

Sumber Data adalah dasar dari analisis yang valid dan kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan pengumpulan data ini adalah untuk memperoleh informasi baru yang spesifik terhadap kebutuhan penelitian, baik

kualitatif maupun kuantitatif. Dalam praktiknya, peneliti menyusun metode dan instrumen sendiri seperti wawancara, survei, atau observasi langsung untuk mendapatkan data tersebut. Sumber data primer dan sekunder merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan sebuah penelitian. Masing-masing jenis data memiliki karakteristik dan kegunaan yang berbeda, dan pemilihan yang tepat sangat bergantung pada tujuan serta konteks penelitian. Dengan pemahaman yang jelas tentang kapan dan bagaimana menggunakan keduanya, peneliti dapat merancang pendekatan yang lebih efisien.

Memilih sumber data primer dan sekunder yang tepat tidak hanya mempercepat proses pengumpulan data, tetapi juga meningkatkan kualitas hasil analisis. Peneliti yang mampu menggunakan kedua jenis data dengan bijak dapat menghindari potensi bias dan kesalahan yang muncul dari pemilihan data yang kurang tepat oleh karena itu, pemahaman terhadap sumber data primer dan sekunder sangat penting agar hasil penelitian menjadi lebih relevan, akurat, dan sesuai dengan tujuan ilmiah.

1.Data Primer,

Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan dengan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya. Data ini menggambarkan kondisi nyata dan informasi terkini mengenai strategi pemasaran serta loyalitas nasabah terhadap produk tabungan Data Primer Menurut Sugiyono (2019), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh

peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan para narasumber, yaitu *Funding Officer* (FO) sebagai narasumber utama, serta, *customer service* (CS), dan beberapa nasabah sebagai narasumber pendukung. Informasi dari para narasumber tersebut digunakan untuk memahami secara langsung proses pemasaran dan loyalitas nasabah terhadap produk tabungan di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya.

2.Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, laporan tahunan bank, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian ini. Data sekunder yang digunakan mengacu pada literatur hasil penelitian sebelumnya. Menurut Sugiyono (2019), data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai Strategi pemasaran produk tabungan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

3.2.2.2 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Dengan meneliti sebagian dari populasi, peneliti berharap hasil penelitian dapat menggambarkan sifat populasi

tersebut. Jika ukuran populasi tidak terlalu besar, seluruh anggota populasi dapat dijadikan sampel.

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus, atau fenomena tertentu yang menarik untuk diteliti yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif, juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori.

Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Hasil penelitian tidak akan digeneralisasikan ke populasi karena, pengambilan sampel tidak diambil secara random. Hasil penelitian dengan metode kualitatif hanya berlaku untuk kasus situasi sosial tersebut. Hasil penelitian tersebut dapat ditransferkan atau diterapkan ke situasi sosial (tempat lain) lain, apabila situasi sosial lain tersebut memiliki kemiripan atau kesamaan dengan situasi sosial yang diteliti.

Penetapan sampel dalam riset kualitatif dimulai sejak peneliti berada di lapangan dan berlangsung selama penelitian itu dilakukan dengan cara memilih

individu tertentu yang mampu memberikan informasi yang diperlukan berdasarkan data atau informasi dari sampel sebelumnya. Peneliti menentukan sampel dengan memperhatikan kelengkapan data yang telah didapatkan. Unit sampel yang dipilih semakin lama semakin spesifik seiring dengan semakin jelasnya fokus penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan narasumber berdasarkan pertimbangan bahwa dianggap paling mengetahui dan terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya. Pemilihan narasumber dilakukan secara sengaja agar data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian.

Narasumber utama dalam penelitian ini adalah *Funding Officer*, karena memiliki peran langsung dalam kegiatan pemasaran produk tabungan dan berinteraksi dengan nasabah dalam menawarkan produk serta layanan bank. Selain itu, narasumber lainnya adalah nasabah yang menggunakan produk tabungan di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Tasikmalaya. Melalui para narasumber tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi pemasaran dan tingkat loyalitas nasabah terhadap produk tabungan.

3.2.3 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019), analisis data merupakan proses menelusuri, mengelompokkan, serta menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Proses ini dilakukan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori tertentu, menjabarkannya menjadi

unit-unit informasi, melakukan sintesis, serta menyusunnya ke dalam pola untuk menentukan hal-hal yang penting dan relevan dengan fokus penelitian. Tujuan dari analisis ini adalah agar data yang diperoleh mudah dipahami, baik oleh peneliti sendiri maupun oleh pihak lain yang membaca hasil penelitian.

Lebih lanjut, Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis yang dilakukan berdasarkan data yang ditemukan di lapangan. Dari data tersebut kemudian dikembangkan hipotesis sementara yang selanjutnya diuji melalui proses pengumpulan data secara berulang. Jika hipotesis tersebut diterima berdasarkan hasil triangulasi data, maka hipotesis itu dapat berkembang menjadi teori.

Dalam teknik analisis data menjadi tahapan penting untuk menafsirkan makna dari seluruh informasi yang diperoleh di lapangan. Proses analisis tidak hanya dilakukan setelah data terkumpul, melainkan berlangsung bersamaan dengan kegiatan pengumpulan data. Menurut Khilimiyah (2016), Proses analisa data dilakukan melalui tahapan yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*. Dengan demikian, analisis data kualitatif bersifat dinamis dan berkesinambungan sampai peneliti menemukan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Adapun langkah-langkahnya, sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi. Wawancara Mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan dengan tiga kali pertemuan Sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti

Melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial atau objek yang Diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian Peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Memotong data berarti membuatnya lebih pokok, memilih bagian-bagian terbaik, dan menyorot hal-hal utama, sambil juga memperhatikan apa yang penting dan mencari ide dan tren umum. Ketika data dibuat lebih kecil seperti ini, itu memberikan penjelasan yang lebih jelas, dan lebih mudah bagi peneliti untuk terus melanjutkan dan mencarinya lagi jika mereka perlu.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data dipotong, hal berikutnya yang harus dilakukan adalah menunjukkan data. Ketika mempelajari hal-hal yang tidak dapat diukur, data ditampilkan sebagai kata-kata, menambahkan detail yang dikumpulkan dari tempat penelitian dilakukan.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi,

Kesimpulan dalam studi yang tidak dapat diukur seperti deskripsi atau gambar dari sesuatu yang tidak jelas sebelumnya, tetapi menjadi jelas setelah melakukan penelitian.