

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam studi ini berfokus pada strategi pemasaran produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro tanpa agunan yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Tasikmalaya. Strategi pemasaran tersebut merupakan serangkaian upaya yang dirancang dan diterapkan oleh pihak bank guna memperkenalkan, mempromosikan, dan meningkatkan penyaluran produk KUR Mikro kepada masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro yang menjadi target utama program ini. Dalam pelaksanaannya, strategi ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran, tetapi juga untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan minat masyarakat terhadap manfaat serta kemudahan akses pembiayaan melalui produk KUR Mikro tanpa agunan.

Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam berbagai aspek dari strategi pemasaran tersebut, mulai dari komponen bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang mencakup produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis hambatan-hambatan atau tantangan yang dihadapi oleh BNI KC Utama Tasikmalaya dalam mengimplementasikan strategi pemasaran KUR Mikro tanpa agunan, seperti keterbatasan literasi keuangan masyarakat, kurangnya informasi yang merata, serta persaingan antar lembaga keuangan dalam menyalurkan produk serupa.

Melalui pemahaman terhadap berbagai hambatan tersebut, studi ini akan menggali solusi atau pendekatan strategis yang dapat diterapkan untuk mengatasi kendala tersebut secara efektif. Dengan demikian, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat digunakan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Tasikmalaya dalam mengoptimalkan strategi pemasarannya, sehingga dapat meningkatkan jumlah penyaluran KUR Mikro tanpa agunan serta memperkuat peran BNI sebagai lembaga penyalur kredit yang mendorong pertumbuhan sektor usaha mikro di wilayah Tasikmalaya.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sugiyono, (2019:16) menyatakan, “Metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini tidak menggunakan angka atau statistik sebagai alat analisis utama, melainkan menggunakan deskripsi naratif untuk menjelaskan strategi pemasaran produk KUR Mikro tanpa agunan yang diterapkan oleh BNI KC Utama Tasikmalaya. Fokus penelitian ini adalah memahami proses pemasaran yang

dilakukan oleh bank, tantangan yang dihadapi, serta efektivitas strategi dalam meningkatkan penyaluran produk kepada masyarakat.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan, yaitu pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Dalam proses penelitian data penulis menggunakan 3 teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam (*In Depth Interview*)

Sugiyono (2019:231) menyatakan, “wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”. Wawancara mendalam (*in depth interview*) merupakan metode pengumpulan data untuk keperluan penelitian melalui diskusi tatap muka, proses ini melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara terstruktur antara pewawancara dan responden. Pendekatan ini dilakukan secara sistematis dan menyeluruh untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan memilih informan yang mengetahui penelitian ini yaitu manajer pemasaran, petugas kredit, dan nasabah BNI KC Utama Tasikmalaya, sehingga data yang diperoleh valid sesuai dengan yang dibutuhkan. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan

memilih informan yang mengetahui penelitian ini yaitu staff pelaksana bagian kredit di BNI Kantor Cabang Utama Tasikmalaya, sehingga data yang diperoleh valid sesuai dengan yang dibutuhkan. Tujuan wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, kendala yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penyaluran KUR Mikro.

2. Observasi Langsung (*Participant Observer*)

Sugiyono (2019:224) menyatakan, “Dalam observasi, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian”. Observasi dilakukan untuk memperoleh data secara langsung dari lapangan mengenai kondisi nyata pelaksanaan strategi pemasaran. Peneliti mengamati aktivitas promosi, proses pelayanan kepada calon nasabah KUR, tampilan fasilitas fisik (seperti leaflet, spanduk, ruang pelayanan), dan interaksi petugas dengan masyarakat. Observasi ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam konteks operasional sehari-hari dan memperoleh gambaran nyata terkait praktik pemasaran yang terjadi.

3. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Menurut Sugiyono (2019) berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat

penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur – literatur ilmiah.

Pada kegiatan peneliti penulis memperkuat data dengan melakukan literatur – literatur, buku sumber, artikel dan jurnal – jurnal yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti penulis.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui interaksi langsung dengan informan. Data primer ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam kepada pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro tanpa agunan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Tasikmalaya. Informan dalam penelitian ini adalah staf pemasaran dan petugas kredit yang memiliki wewenang dalam pengelolaan produk KUR. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan menjelaskan secara rinci mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, kendala yang dihadapi, serta efektivitas dari strategi tersebut dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk KUR Mikro tanpa agunan.

3.2.3 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2019:244) menyatakan, "Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori,

menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.”

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Tasikmalaya adalah dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang dimana data yang dianalisis didapat dari hasil wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Data yang dianalisis yaitu berkaitan dengan strategi pemasaran produk kredit usaha rakyat tanpa agunan (KUR) mikro pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya, berikut ini adalah teknik analisa data yang digunakan:

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah proses pengumpulan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang akurat, relevan dan valid yang akan digunakan dalam analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara wawancara dan observasi.

2. Reduksi data

Dalam reduksi data ini yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian reduksi data yang didapatkan akan memberikan gambaran yang jelas serta mempermudah untuk melakukan pengumpulan data. Dalam hal ini diperlukan mereduksi data dari

hasil wawancara yang disampaikan oleh pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

3. Penyajian data

Merupakan kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk teks naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk mengetahui strategi pemasaran produk kredit usaha rakyat tanpa agunan (KUR) mikro yang dilakukan oleh BNI Kantor Cabang Utama Tasikmalaya.

4. Penarikan kesimpulan

Tahap terakhir dalam teknik analisis data ini adalah menginterpretasikan hasil penelitian untuk memperoleh rekomendasi strategi pemasaran yang lebih efektif dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk KUR Mikro tanpa agunan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Tasikmalaya.