

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang cepat saat ini telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan membuat keputusan, termasuk dalam dunia perbankan. Salah satu dampak utama dari kemajuan teknologi ini adalah kemunculan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), yaitu penyebaran informasi secara online melalui media sosial, blog, ulasan pengguna, dan platform diskusi daring.¹ e-WOM memungkinkan konsumen untuk saling berbagi pengalaman dan pendapat mengenai produk atau layanan tertentu. Hal ini memengaruhi keputusan konsumen secara signifikan, karena ulasan atau rekomendasi yang diberikan oleh sesama pengguna dianggap lebih kredibel dibandingkan promosi atau iklan dari perusahaan.

Dalam dunia perbankan syariah, e-WOM sangat penting karena produk-produk berbasis syariah umumnya memerlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsip Islam, seperti larangan riba, transaksi yang adil, dan transparansi.² Nasabah yang telah menggunakan

¹ Vining, Buko, Endah Murwani, and Rismi Juliadi. "Identifikasi Jaringan E-WOM Brand Scarlett pada Fandom EXO di Twitter." *Jurnal Audiens* 5.2 (2024): h. 49.

² Rauf, Fuad Syarifuddin, and Moh Zainal Arifin. "Hubungan Sistem Perbankan Syariah dan Pertumbuhan Ekonomi di Dubai, Uni Emirat Arab." *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan* 15.4 (2024).

produk perbankan syariah dapat membagikan pengalaman mereka melalui platform online, yang kemudian dapat memengaruhi keputusan calon nasabah lainnya, baik yang beragama Islam maupun non-Muslim. Selain itu, produk perbankan syariah yang menawarkan nilai-nilai etika dan keadilan juga dapat menarik minat nasabah non-Muslim yang tertarik pada produk keuangan yang mengedepankan etika dan keadilan dalam bertransaksi.

Di sisi lain, lokasi yang strategis dan mudah diakses menjadi salah satu pertimbangan utama bagi nasabah dalam memilih bank, terutama di daerah-daerah yang infrastrukturnya terbatas, seperti Kecamatan Talo Kecil, Kabupaten Seluma. Aksesibilitas terhadap layanan keuangan yang mudah, seperti kantor cabang dan ATM, sangat penting bagi masyarakat, baik untuk keperluan transaksi sehari-hari maupun untuk mendapatkan layanan nasihat langsung dari pihak bank.

Meskipun peran e-WOM sangat signifikan, masih ada kekurangan dalam penelitian yang mengkaji e-WOM terhadap daya saing produk perbankan syariah secara komprehensif, terutama dalam konteks lokal yang melibatkan masyarakat dengan latar belakang agama yang beragam. Kecamatan Talo Kecil, yang dihuni oleh populasi Muslim dan non-Muslim, memberikan konteks unik untuk mengeksplorasi bagaimana e-WOM dapat mempengaruhi daya saing produk

perbankan syariah di wilayah ini.

Saat ini, banyak orang lebih mengandalkan ulasan dan rekomendasi dari internet sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan keuangan. Pengalaman yang dibagikan oleh nasabah melalui e-WOM memiliki potensi besar untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk perbankan syariah. Bagi nasabah Muslim, ulasan positif mengenai kepatuhan syariah suatu produk dapat memperkuat kepercayaan dan minat untuk memilih produk tersebut. Sementara bagi nasabah non-Muslim, aspek lain seperti transparansi dan keadilan dalam perbankan syariah mungkin menjadi daya tarik utama.

Di daerah seperti Kecamatan Talo Kecil, di mana akses terhadap layanan keuangan mungkin terbatas, lokasi fisik bank menjadi faktor penting. Meskipun layanan digital terus berkembang, keberadaan kantor cabang dan mesin ATM yang mudah diakses masih menjadi kebutuhan utama bagi banyak nasabah, baik Muslim maupun non-Muslim. Bank yang memiliki lokasi strategis dan dekat dengan aktivitas masyarakat cenderung lebih menarik perhatian nasabah dibandingkan bank yang lokasinya sulit dijangkau.

Di Kecamatan Talo Kecil permasalahan utama yang dihadapi adalah akses lokasi yang bervariasi terdapat beberapa desa yang memiliki akses relatif dekat dengan bank syariah seperti Desa Napalan, Desa Bakal Dalam, Desa Taba,

dan Desa Suka Merindu. Lokasi yang relatif dekat memudahkan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan syariah, yang berpotensi meningkatkan daya saing bank tersebut di wilayah ini. Sebaliknya terdapat beberapa desa yang lokasinya jauh dari bank syariah seperti Desa Sungai Petai, Desa Lubuk Lagan, dan Desa Batu Balai. Jarak yang jauh menyebabkan kesulitan akses bagi masyarakat, yang dapat mengurangi daya tarik dan daya saing produk perbankan syariah di desa-desa ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana e-WOM berperan terhadap daya saing produk perbankan syariah di Kecamatan Talo Kecil. Dengan menganalisis faktor e-WOM ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara perbankan syariah dapat meningkatkan daya saingnya, baik di kalangan nasabah Muslim maupun non-Muslim. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi bank syariah dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan layanan yang lebih efektif, terutama di daerah-daerah dengan kondisi serupa.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis akan membatasi permasalahan yang akan dikaji agar tidak melebar, yakni peneliti akan mengkaji permasalahan Peran *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Daya Saing Produk Perbankan Syariah (Studi di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma).

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) terhadap daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma?
2. Apa faktor penghambat Peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) terhadap daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) terhadap daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat Peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) terhadap daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Pengembangan Ilmu Pemasaran

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya teori pemasaran digital, khususnya terkait peran e-WOM dalam meningkatkan daya saing produk perbankan syariah.

b. Referensi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut yang ingin mengkaji peran faktor lain dalam memperkuat daya saing perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perbankan Syariah

Memberikan wawasan kepada bank syariah mengenai pentingnya e-WOM dalam menarik minat masyarakat, khususnya daerah-daerah pedesaan seperti di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

b. Bagi Masyarakat

Meningkatkan pemahaman masyarakat di Kecamatan Talo Kecil tentang manfaat produk perbankan syariah, sehingga mereka lebih percaya untuk menggunakan layanan tersebut.

c. Bagi Pemerintah Daerah

Memberikan masukan bagi pemerintah daerah untuk mendukung pertumbuhan inklusi keuangan syariah melalui kebijakan yang relevan.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting dan dibutuhkan untuk pendukung dari penelitian yang akan di buat. Berikut ini adalah empat penelitian yang diambil sebagai pembandingan:

1. Penelitian oleh Tsabitah Nada Amirah, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto (2023) berfokus pada pengaruh strategi pemasaran, termasuk *Word of Mouth* (WOM), terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk di Bank Syariah. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pengaruh dari strategi marketing *mix*, yang meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, *process*, dan WOM, terhadap keputusan nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan data sekunder sebagai sumber informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing mix dan WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Bank Syariah.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada variabel dan objek yang

diteliti. Penelitian oleh Amirah dkk. lebih fokus pada pengaruh strategi pemasaran secara umum terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Sementara itu, penelitian yang sedang dilakukan akan menganalisis Peran *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap daya saing produk perbankan syariah di Kecamatan Talo Kecil, Kabupaten Seluma. Dengan kata lain, meskipun kedua penelitian ini sama-sama menyoroti pentingnya WOM dalam pengambilan keputusan nasabah, fokus penelitian ini lebih spesifik pada konteks lokal dan penggunaan platform online dalam mempengaruhi daya saing produk..³

2. Penelitian Nurul Fadilah Nasution, Hendri Prasetya, Abdul Khohar (2024) Peran *Electronic Word of Mouth* sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Avoskin. Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi peran *Electronic word of mouth* (e-WOM) sebagai strategi komunikasi pemasaran pada produk Avoskin, sebuah merek kecantikan yang berbasis di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui analisis konten e-WOM di media sosial serta studi dokumentasi terkait strategi pemasaran

³ Amirah, Tsabitah Nada, and Muhammad Iqbal Fasa. "Pengaruh Strategi Pemasaran (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah." *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 4.1 (2023).

Avoskin. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Avoskin berhasil membangun reputasi sebagai merek kecantikan yang berkualitas tinggi dan berkelanjutan. Dengan fokus pada inovasi, kualitas produk, dan komunikasi efektif melalui media sosial, Avoskin mampu menjangkau dan membangun hubungan kuat dengan konsumennya, terutama wanita berusia 18 hingga 34 tahun yang peduli terhadap lingkungan dan kandungan alami. Strategi pemasaran yang berfokus pada kualitas produk, komunikasi yang informatif, dan komitmen terhadap keberlanjutan telah membantu Avoskin memperoleh pengakuan dan penghargaan di industri kecantikan Indonesia. Meskipun dihadapkan pada tantangan persaingan yang semakin ketat, Avoskin memiliki peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitasnya baik secara lokal maupun global. Adapun, bentuk perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu terdapat pada jenis variabel dan objek yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fadilah Nasution, Hendri Prasetya, Abdul Khoar (2024) Peran *Electronic Word of Mouth* sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Avoskin, sedangkan penelitian ini akan menganalisis Peran *Electronic Word Of Mouth* terhadap daya saing

Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.⁴

3. Penelitian Mei Linda Ritonga (2024) Analisis Peran *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif dengan studi pustaka dan jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Perolehan data primer dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan data sekunder berupa dokumen-dokumen pendukung serta penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator *E-WOM* memegang peranan yang sangat penting dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat. Yang paling berperan dalam menarik minat nasabah adalah indikator konten dimana nasabah memperoleh informasi dan edukasi dari konten yang dipublikasikan melalui media sosial perusahaan. *E-WOM* Bank Sumut Syariah terbentuk dari komentar yang

⁴ Nasution, Nurul Fadilah, Hendri Prasetya, and Abdul Khohar. "Peran *Electronic Word of Mouth* sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk *Avoskin*." *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi* 5.3 (2024).

disampaikan nasabah pada website Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat yang dapat diakses oleh siapa saja yang ingin mendapatkan informasi lebih lanjut tentang Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat. Adapun, bentuk perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu terdapat pada jenis variabel dan objek yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Mei Linda Ritonga (2024) Analisis Peran *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat, sedangkan penelitian ini akan menganalisis Peran *Electronic Word Of Mouth* terhadap daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.⁵

4. Penelitian Nur Cahayu Baitunnisa (2024) Peran Citra Merek dan Lokasi terhadap Eksistensi Bank Negara Indonesia di Universitas Pendidikan Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *word of mouth*, *brand image* dan *brand trust* berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mendeskripsikan peran *brand image* dan lokasi terhadap eksistensi BNI dari perspektif mahasiswa baru Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

⁵ Ritonga, Mei Linda, Yenni Samri Juliati Nasution, and Muhammad Ikhsan Harahap. "The Analysis of the Role of Electronic Word of Mouth (E-WOM) in Increasing the Number of Customers at Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat." *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen* 12.1 (2024).

(FPEB) UPI. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terhadap 25 narasumber yang merupakan mahasiswa FPEB angkatan 2023. Metode analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image memiliki peran terhadap eksistensi BNI, sedangkan Lokasi tidak memiliki peran yang signifikan terhadap eksistensi BNI. Namun demikian, ditiadaknya KTM plus ATM fisik yang sebelumnya telah bekerja sama dengan BNI cukup mempengaruhi pengetahuan mahasiswa terhadap BNI di UPI. Ditemukan bahwa minimnya informasi dan akses lokasi dapat memengaruhi keberadaan BNI di UPI. Hal ini berbeda dengan saat KTM masih dalam bentuk fisik yang mengharuskan mahasiswa untuk datang ke kantor cabang minimal satu kali. Adapun, bentuk perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu terdapat pada jenis variabel dan objek yang diteliti. Penelitian Nur Cahayu Baitunnisa (2024) Peran Citra Merek dan Lokasi terhadap Eksistensi Bank Negara Indonesia di Universitas Pendidikan Indonesia. Sedangkan penelitian ini akan menganalisis Peran *Electronic Word Of Mouth* terhadap daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.⁶

⁶ Agustina, Yuli. “Pengaruh word of mouth, brand image dan brand

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

- a. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk mengumpulkan data secara langsung di lapangan. Fokusnya adalah pada Peran *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap daya saing produk perbankan syariah di Kecamatan Talo Kecil, Kabupaten Seluma. Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penulis akan menganalisis data yang telah diperoleh dengan menggunakan analisis komparatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk membandingkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, situasi, atau kejadian yang terjadi di lapangan.⁷
- b. Pendekatan penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan peneliti untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Sehingga hasil data tidak diolah secara angka melainkan diolah secara deskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan empiris, yaitu subjek

trust terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (sudi kasus masyarakat Kelurahan Padang Matinggi Lestari Kecamatan Padangsidempuan Selatan).” Diss. IAIN Padangsidempuan, 2021.

⁷ Sumadi Suryabrata, “*Metodologi penelitian,*” (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2004), h. 76

kajian dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan.⁸ Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁹ Peneliti mengadakan kunjungan langsung pada masyarakat di Kecamatan Talo Kecil.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

- a. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari tanggal 21 September 2024. Dalam priode ini dilakukan kegiatan pemilihan lokasi penelitian, pembuatan proposal, pengumpulan data dan pengolahan data serta analisisnya.
- b. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

3. Informan Penelitian

Teknik Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini adalah teknik mengambil informan atau narasumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian karena orang tersebut dianggap memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian. Dalam hal ini peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui

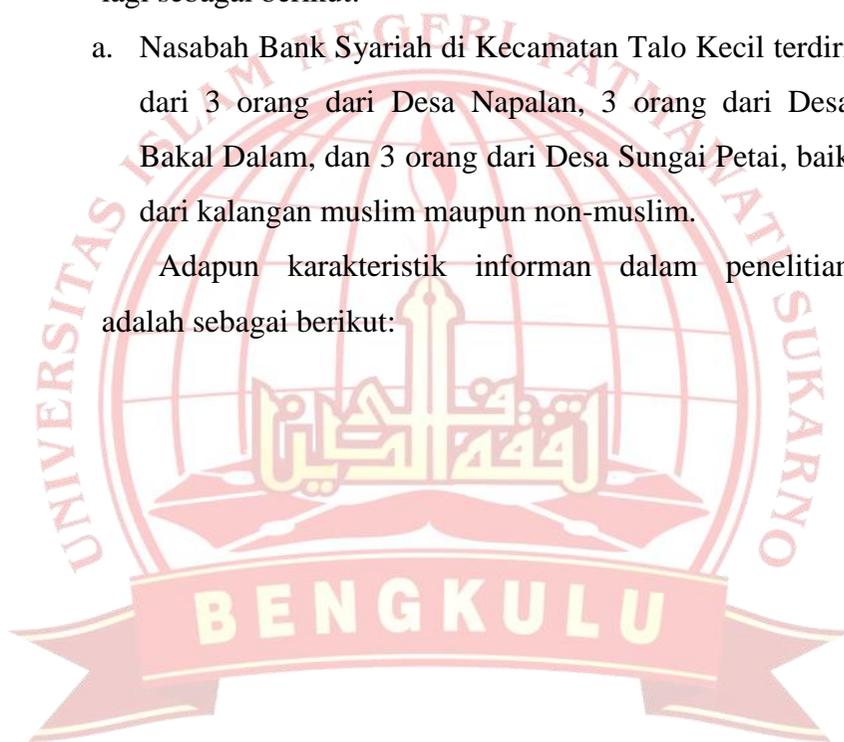
⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*,” (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 15.

⁹ Lexy. J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*,” (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), h. 3

permasalahan yang akan dikaji sehingga akan memudahkan peneliti untuk memperoleh data.¹⁰ Pada penelitian ini, informan penelitian berjumlah 9 orang yang seluruhnya merupakan nasabah Bank Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma. Lebih jelasnya lagi sebagai berikut:

- a. Nasabah Bank Syariah di Kecamatan Talo Kecil terdiri dari 3 orang dari Desa Napalan, 3 orang dari Desa Bakal Dalam, dan 3 orang dari Desa Sungai Petai, baik dari kalangan muslim maupun non-muslim.

Adapun karakteristik informan dalam penelitian adalah sebagai berikut:



¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (Bandung: Alfabeta 2021),h 289

Tabel 1.1
Profil Informan Dalam Penelitian

No	Nama Informan	Jenis Kelamin		Keterangan
		L	P	
1	Jayadi	L		Nasabah BSI Desa Napalan
2	Septi Helyani		P	Nasabah BSI Desa Napalan
3	Reri Purwitasari		P	Nasabah BSI Desa Napalan
4	Tarmizi	L		Nasabah BSI Desa Bakal Dalam
5	Miko	L		Nasabah BSI Desa Bakal Dalam
6	Jenika		P	Nasabah BSI Desa Bakal Dalam
7	Sahdan	L		Nasabah BSI Desa Sungai Petai
8	Utiyam		P	Nasabah BSI Desa Sungai Petai
9	Gita Adila		P	Nasabah BSI Desa Sungai Petai

Sumber: Wawancara, 27 Desember sd 21 Januari 2025

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data dapat diperoleh apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka Sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti baik pertanyaan tertulis maupun lisan.

Data Primer dan data sekunder juga merupakan sumber-sumber data informasi yang dikumpulkan untuk menjadi dasar kesimpulan dari sebuah penelitian. Meskipun pada hakekatnya pengertian keduanya sama-sama merupakan sumber data namun berbeda cara memperolehnya. Untuk itu metode pengumpulan data harus sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan apakah menggunakan data primer atau sekunder.¹¹ Adapun dalam penelitian ini ada dua sumber data yang akan penulis gunakan yaitu sumber data primer dan data sekunder:

1) Data Primer

Menurut Sugiyono, yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau

¹¹ Abubakar, H. Rifa'I. *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.

penelitian benda (metode observasi).¹² Kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dari sumber yang fenomenal dapat dihindari. sedangkan kekurangan dari data primer adalah membutuhkan waktu yang relatif lama serta biaya yang dikeluarkan relatif cukup besar. Sumber data primer yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan wawancara langsung di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke Perpustakaan Pusat Kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang

¹² Cucus, Ahmad, Robby Yuli Endra, and Tiya Naralita. "Chatter bot untuk konsultasi akademik di perguruan tinggi." *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika* 10.1 (2019): h.33

berhubungan dengan penelitiannya.¹³ Kelebihan dari data sekunder adalah waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk penelitian untuk mengklasifikasi permasalahan dan mengevaluasi data, relatif lebih sedikit dibandingkan dengan pengumpulan data primer titik sedangkan kekurangan dari data sekunder adalah jika terjadi Sumber data kesalahan, kadaluarsa atau sudah tidak relevan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan data sekunder yang dapat digunakan untuk memberikan keterangan tambahan yang berguna memperkuat data utama, baik yang berupa informasi dari manusia atau benda seperti buku, koran, majalah, data Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.¹⁴ Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 teknik pengumpulan data, diantaranya:

¹³ Alir, Diagram. "*Metodelogi penelitian*." Jakarta: PT Rajawali Prees (2005).

¹⁴ Alir, Diagram. "*Metodelogi penelitian*." Jakarta: PT Rajawali Prees (2005).

1) Observasi

Metode observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian, dengan cara menghimpun bahan-bahan keterangan atau data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.¹⁵ Dalam hal ini peneliti melakukan observasi awal mengenai Peran *Electronic Word Of Mouth* terhadap pada daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma. menghimpun dan menganalisa informasi-informasi dari masyarakat dan nasabah Bank Syari'ah.

2) Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara merupakan Pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.¹⁶ Wawancara yang peneliti lakukan dengan menggunakan pedoman wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila

¹⁵ Sari, Ifit Novita, et al. "*Metode penelitian kualitatif*." Unisma Press, 2022.

¹⁶ Alir, Diagram. "*Metodelogi penelitian*." Jakarta: PT Rajawali Prees (2005). h. 14

penulis atau pengumpulan data telah menegenitahui dengan pasti tentang informasi yang diperoleh wawancara dengan Masyarakat Kecamatan Talo Kecil, Tokoh Masyarakat atau Pemuka Agama, Nasabah Bank Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

3) Dokumentasi

Menurut Sugiyono, dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.¹⁷ Dalam hal ini peneliti menggunakan alat bantu seperti hp, alat perekam suara, perekam video dan mengambil gambar yang dapat digunakan untuk dokumentasi penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut John W. Tukey adalah merupakan sebuah prosedur dalam menganalisis data, teknik-teknik untuk mengintepresikan hasil-hasil dari analisis, serta di dukung oleh proses pengumpulan data untuk membuat analisis tersebut menjadi lebih mudah,

¹⁷ Alir, Diagram. "*Metodelogi penelitian*." Jakarta: PT Rajawali Prees (2005).

lebih tepat, dan juga lebih akurat.¹⁸ Analisis data disebut juga sebagai pengolahan data ataupun penafsiran data. Analisis data ialah sebuah rangkaian kegiatan untuk menelaah, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran serta verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki sebuah nilai sosial, akademis dan ilmiah.

Tujuan dari analisis data menurut Sofian Effendi adalah untuk menyederhakan data dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah teknik analisis kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif ialah menganalisis, menggambarkan, serta meringkas berbagai kondisi, situasi dari beberapa data yang telah dikumpulkan peneliti melalui wawancara, kuisioner, maupun pengamatan secara langsung yang telah dilakukan oleh peneliti.¹⁹ Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis data melalui tiga tahap yaitu reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dilapangan dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Dengan berdasarkan laporan lapangan yang diperoleh peneliti, maka akan di pilih hal-hal pokok dari permasalahan

¹⁸ Jogiyanto Hartono, "*Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*," (Yogyakarta : Andi, 2018) hal 193-194

¹⁹ Singarimbun, Masri, and Sofian Effendi. "*Metode penelitian survei*." (1995).

penelitian yang lebih difokuskan terhadap hal-hal yang dianggap penting.²⁰

b. *Display Data*

Display data pada dasarnya merupakan analisis data yang berupa cerita rinci para informan sesuai dengan ungkapan atau pandangan mereka apa adanya, yang kemudian berdasarkan dari cerita dengan bahasa dan ungkapan asli responden atau informan tersebut, mulai dikemukakan temuan penelitian yang nantinya akan dijelaskan sesuai dengan perspektif atau teori sebelumnya.²¹

c. Pengambilan Kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merupakan penarikan kesimpulan yang berasal dari rumusan masalah yang telah dibuat, dan didukung dari tema, pola, hubungan, persamaan dan hal-hal lainnya.²² Oleh karena itu kesimpulan juga harus diverifikasi agar lebih menjamin validitas atau “*confirmability*”.

H. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang digunakan oleh penulis skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

²⁰ Nasution, “*Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*,” (Bandung: Tarsito, 2003) h.129

²¹ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan*, (Malang: UMM Press. 2004) h.78

²² Saleh, Sirajuddin. “*Analisis data kualitatif*.” (2017).

Meliputi Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori

Landasan teori dari penelitian dalam bab ini akan dibahas tentang Peran *Electronic Word Of Mouth* Terhadap daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

BAB III Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Menjelaskan tentang profil dari Lembaga, lokasi, Produk, dan sistem yang digunakan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian berkaitan dengan Peran *Electronic Word Of Mouth* terhadap pada daya saing Produk Perbankan Syariah di Kecamatan Talo Kecil Kabupaten Seluma.

BAB V Penutup

Merupakan Bab Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.