

BAB II

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *library research* (kajian pustaka) yang dipadukan dengan studi kasus lapangan terbatas. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji relevansi etika pemasaran bank syariah di era digital secara konseptual dan praktis. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan utama, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

B. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga April 2025 dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang menggabungkan studi pustaka (*literature review*) dan observasi langsung ke lapangan. Pengumpulan data dilakukan secara dua arah.

1. Melalui kajian literatur yang dilakukan secara daring (*virtual*) dengan menelusuri dan menganalisis berbagai referensi ilmiah, seperti jurnal-jurnal terakreditasi nasional maupun internasional, artikel ilmiah, dan karya penelitian terdahulu yang relevan. Literatur yang dipilih merupakan publikasi yang terbit dalam rentang waktu lima tahun terakhir (2020–2025), guna menjamin keterkinian, validitas, dan relevansi data dengan topik yang diteliti.

2. Observasi lapangan dilakukan secara langsung di Bank Syariah Indonesia Adam Malik Bengkulu, yang menjadi objek dalam penelitian ini. Lokasi tersebut dipilih karena dianggap representatif dalam menerapkan prinsip-prinsip etika pemasaran syariah di tengah perkembangan teknologi digital. Melalui observasi ini, peneliti memperoleh data empiris mengenai praktik pemasaran syariah yang melibatkan interaksi langsung dengan petugas bank, metode promosi, penggunaan media digital, serta pendekatan terhadap nasabah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, kombinasi antara kajian literatur dan observasi lapangan memberikan gambaran menyeluruh mengenai relevansi dan implementasi etika pemasaran bank syariah di era marketing digital.

C. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, informan dipilih secara *purposive*, yang berjumlah 6 orang yaitu:

1. 3 orang karyawan staf BSI Adam Malik Bengkulu, terdiri dari:
 - a. 1 orang *Customer Service*
 - b. 1 orang *Staf Marketing* / CRO
 - c. 1 orang Staf Admin Media Sosial, dan
2. 3 orang nasabah BSI Adam Malik Bengkulu

Dalam hal ini, informan dipilih dari staf bagian pemasaran dan manajemen di Bank Syariah Indonesia (BSI) Adam Malik Bengkulu yang memiliki pemahaman serta pengalaman langsung dalam aktivitas pemasaran digital sesuai prinsip syariah. Pendekatan yang digunakan adalah kombinasi antara kajian pustaka dan observasi lapangan, maka informan dibatasi pada pihak-pihak yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait praktik etika pemasaran syariah di era digital. Informan utama dalam observasi lapangan *Customer Service*, *Staf Marketing*, dan Admin Media Sosial di Bank Syariah Indonesia Adam Malik Bengkulu. Mereka dipilih karena berperan langsung dalam kegiatan pemasaran produk perbankan syariah, baik secara konvensional maupun melalui *platform* digital.

Adapun alasan pemilihan BSI Adam Malik sebagai lokasi studi adalah karena BSI Adam Malik ini termasuk salah satu unit kerja BSI di Bengkulu yang aktif dalam penerapan teknologi digital, termasuk penggunaan media sosial untuk promosi produk perbankan syariah. Selain itu, BSI Adam Malik memiliki jumlah nasabah aktif yang signifikan dan cakupan pelayanan yang representatif untuk menggambarkan dinamika pemasaran syariah di wilayah perkotaan. Cabang ini juga sering dijadikan rujukan dalam kegiatan sosialisasi produk digital syariah, sehingga dianggap

relevan untuk mewakili praktik pemasaran digital bank syariah di era modern.

Informan utama yang diwawancarai memiliki pengalaman kerja masing-masing lebih dari 4-6 tahun di bagian pemasaran dan telah mengikuti pelatihan serta sertifikasi di bidang perbankan syariah. Pengalaman tersebut menunjukkan kredibilitas dalam memahami baik aspek teknis pemasaran digital maupun prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional bank syariah.

Penelitian ini juga melibatkan 3 orang nasabah Bank BSI Adam Malik Bengkulu yang dianggap sebagai informan sekunder untuk menilai persepsi mereka tentang etika promosi di BSI Adam Malik Bengkulu seperti konten dianggap transparan atau jujur.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. 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. Adapun dalam penelitian ini ada dua sumber data yang akan penulis gunakan yaitu sumber data primer dan data sekunder:

a. 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 penelitian benda (metode observasi).¹ Kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar

¹ 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

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 Bank Syariah Indonesia Adam Malik Bengkulu.

b. 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 dan artikel jurnal yang berhubungan dengan penelitiannya.² Kelebihan dari data sekunder adalah waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk penelitian untuk mengklasifikasi permasalahan

² Darmalaksana, Wahyudin. "*Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan*." Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2020).

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 baik yang berupa informasi dari manusia atau benda seperti buku, koran, majalah, dan kajian pustaka terhadap implementasi etika pemasaran bank syariah pada era marketing digital.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian ini, karena yang akan menentukan hasil dari penelitian. Teknik pengumpulan data dalam metode *litekatur review* ini adalah dengan mengumpulkan berbagai jurnal yang sudah dipublikasikan sebelumnya. Data yang dikumpulkan berasal dari berbagai sumber tertulis yang terpercaya, dan kredibel. Selain *litekatur review* Peneliti juga menggunakan 3 teknik pengumpulan data diantaranya:

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. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi awal mengenai relevansi etika pemasaran bank syariah di era digital. menghimpun dan menganalisa informasi-informasi dari Bank Syariah Indonesia Adam Malik Bengkulu.

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.³ Wawancara yang peneliti lakukan dengan menggunakan pedoman wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila penulis atau pengumpulan data telah menegetahui dengan pasti tentang informasi yang diperoleh Bank Syariah Indonesia Adam Malik Bengkulu.

3. Dokumentasi

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

³ Hidayah, Ida. *"Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)."* Solusi 19.1 (2021): hal.76.

mendukung penelitian.⁴ Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Dalam hal ini peneliti menggunakan alat bantu seperti hp, alat perekam suara, perekam video dan mengambil gambar yang dapat digunakan untuk dokumentasi penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif, yang bertujuan untuk memahami makna, pola, dan hubungan antar variabel secara mendalam. Analisis dilakukan terhadap dua jenis data, yaitu data hasil kajian pustaka dan data hasil observasi lapangan. Kedua sumber data ini diolah dan dianalisis secara terpadu agar menghasilkan kesimpulan yang komprehensif dan relevan dengan fokus penelitian.

1. Data yang diperoleh dari *literatur review*, teknik analisis yang digunakan adalah *content analysis* atau analisis isi. Data dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis seperti jurnal ilmiah terakreditasi, artikel penelitian, dan dokumen akademik yang relevan dan terbit dalam lima tahun terakhir (2020–2025). Tahapan analisis dilakukan melalui:
 - a. Identifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan etika pemasaran syariah dan digital marketing.

⁴ Mulyana, Asep. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Widina, 2024.

- b. Reduksi data dengan memilah informasi yang relevan dan mendukung permasalahan penelitian.
 - c. Penyajian data dalam bentuk narasi atau kutipan terstruktur.
 - d. penarikan kesimpulan, dengan menghubungkan hasil kajian teori terhadap data temuan lapangan.
2. Data hasil observasi lapangan, analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari pengamatan langsung terhadap aktivitas pemasaran di Bank Syariah Indonesia Adam Malik Bengkulu, termasuk interaksi pegawai dengan nasabah, media promosi yang digunakan, serta penerapan prinsip-prinsip syariah, dianalisis dengan cara:
- a. Mendeskripsikan temuan secara naratif.
 - b. Membandingkan praktik lapangan dengan prinsip-prinsip etika pemasaran syariah dalam teori.
 - c. Menyusun interpretasi berdasarkan konteks nyata.