# BAB III

# METODE PENELITIAN

## Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Anggito dan Setiawan (2018), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Menurut Sukmadinata (2007), penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individual maupun kelompok. Sedangkan metode kualitatif menurut Stake (2005) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Data yang dihasilkan berupa kata-kata, gambar serta perilaku manusia. Sukmadinata (2007) mengemukakan penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian secara mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu. Penggunaan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis Motivasi Agen *(Agent Motivation)* terhadap Kepercayaan Pelanggan *(Customer Trust)* dalam Meningkatkan Kinerja Agen Bank Pemerintah di Kota Administrasi Jakarta Utara: Studi Kualitatif.

## Lokasi dan Subjek Populasi atau Sampel Penelitian

### Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Agen BRILink yang berada di Kota Administrasi Jakarta Utara. Pada Agen BRILink tersebut telah melaksanakan fungsi penjualan produk dan layanan Bank BRI serta refral produk BRI lainnya seperti simpanan dan pinjama mikro. Rata-rata dari agen tersebut umumnya telah mengenal pelanggan/customer di toko mereka yang menggunakan jasa Agen BRILink sehingga proses *know yout customer, cross selling* dan *complaint* dapat dilaksanakan dengan baik.

### *Participant (Unit Analysis)*

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknis *purposive*. Teknik ini digunakan dalam memilih informan secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. *Participant* dalam penelitian ini adalah Agen BRILink yang ada di Kota Administrasi Jakarta Utara sebanyak 10 Agen BRILink dan pelanggan/*customer* Agen BRILink yang ada di Kota Administrasi Jakarta Utara, hal ini karena di antara keduanya menimbulkan simbiosis mutualisme dimana keduanya dapat bekerjasama dengan baik.

## Definisi Operasional

Menurut Robbins (2008) menyebutkan definisi motivasi secara konseptual merupakan keinginan seseorang melakukan sesuatu akibat dorongan dari diri sendiri maupun dari luar diri pegawai. Selain itu motivasi dapat pula diartikan sebagai dorongan pegawai untuk melakukan tindakan karena mereka ingin melakukannya.

Menurut Sirdesmukh (2002) kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya.

Menurut Bernardin dan Russell (2002), definisi kinerja secara konseptual adalah hasil-hasil fungsi pekerjaan seseorang atau sekelompok dalam suatu periode waktu tertentu yang merefleksikan seberapa baik seseorang atau kelompok tersebut memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan dalam usaha pencapaian tujuan organisasi.

Sehubungan dengan hal tersebut kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap sikap pelanggan. Sikap pelanggan berpengaruh terhadap keputusan beli barang dan jasa sehingga menimbulkan motivasi agen untuk terus berkarya dan meningkatkan kinerjanya.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam desain penelitian sequential exploratory ini untuk pengumpulan data dilakukan secara berurutan dalam pengumpulan datanya. Data yang diambil baik data kualitatif maupun data kuantitatif akan saling menunjang satu sama lain. Dalam penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan:

### Observasi

Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera. Jadi mengobservasi dapat dilakukan dengan penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Di dalam penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman gambar dan rekaman suara. Observasi dapat dilakukan dengan dua cara, yakni observasi non-sistematis dan observasi sistematis. Observasi non-sistematis yang dilakukan oleh pengamat dengan tidak menggunakan instrument pengamatan. Sedangkan observasi sistematis yang dilakukan oleh pengamat dengan menggunakan pedoman sebagai instrumen pengamatan (Arikunto, 2013). Pada tahap ini Peneliti mengobservasi ke lapangan dengan menggunakan observasi terbuka yaitu Peneliti mengamati langsung Agen BRILink setiap harinya dalam menjalani usahanya. Dengan menggunakan pedoman ini Peneliti dapat melakukan pencatatan mengenai berbagai hal yang terjadi selama proses sehari-hari kemudian baru dilakukan interprestasi terhadap hasil pengamatan tersebut. Adapun observasi akan dilakukan pada profesi utama Agen BRILink tersebut, hal itu karena dari profesi utama Penulis dapat melihat motivasi yang bersangkutan untuk menjadi Agen BRILink. Selain itu obeservasi akan dilakukan pada pelanggan Agen BRILink tersebut dengan melihat alasan mereka tetap menggunakan jasa Agen BRILink ketimbang menggunakan jasa perbankan lainnya. Dan yang terakhir obersevasi akan dilakukan pada keadaan demografi dan personal Agen BRILink dihubungkan dengan yang bersangkutan meningkatkan kepercayaan kepada pelanggan.

### Survei

Survei mempelajari pengambilan sampel unit individu dari suatu populasi dan teknik terkait pengumpulan data survei, seperti pembuatan kuesioner dan metode untuk meningkatkan jumlah dan akurasi tanggapan dalam survei. Metodologi survei mencakup instrumen atau prosedur yang mengajukan satu atau lebih pertanyaan yang mungkin atau mungkin tidak dijawab. Dalam penelitian ini Penulis menggunakan metode kuesioner pertanyaan terbuka untuk mengetahui jawaban target Penelitian. Kuesioner atau angket dalam penelitian bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai adanya jiwa wirausaha, pengalaman, pendidikan dan usia serta strategi penjualan dalam menumbuhkan dan mengembangkan usahanya.

### Wawancara

*Interview* yang sering juga disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara *(interviewer)* untuk memperoleh informasi dari terwawancara *(interviewer).* *Interview* digunakan oleh Peneliti untuk menilai keadaan seseorang. Secara fisik, *interview* dibedakan atas *interview* tersetruktur dan *interview* tidak tersetruktur (Arikunto, 2013). Menurut Norman dan Lincoln (2009) ada lagi yang namanya wawancara kelompok yang biasanya berupa pemberian beberapa pertanyaan sistematik kepada bebedapa individu kepada kelompok secara serempak. Pada tahap ini wawancara dilakukan kepada Agen BRILink yang ada di Kota Administrasi Jakarta Utara dan pelanggan/*customer* Agen BRILink yang ada di Kota Administrasi Jakarta Utara.

## Intrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah lembar observasi, lembar survei *(survey)* dan lembar wawancara *(interview)*. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah Peneliti sendiri yang dibantu dan didukung oleh instrumen lainnya dengan penjelasan sebagai berikut :

* + 1. Lembar observasi untuk melihat tampilan luar dan layanan yang diberikan oleh Agen BRILink, hal ini seperti tampak luar dan tampak dalam Agen BRILiknk tersebut mempunyai standard tampilan tertentu sehingga memudahkan pelanggan tahu bahwa tempat tersebut merupakan Agen BRILink yang menjual produk dan jasa perbankan. Selain itu standard layanan yang diberikan oleh Agen BRILink tentunya seperti keramahan dan *product knowledge* menjadikan Agen BRILink tersebut seperti layakanya kantor bank sehingga membuat pelanggan merasa aman dan nyaman untuk bertransaksi.
    2. Lembar survei untuk melihat lokasi usaha seperti agen tersebut yang berada di lokasi strategis atau seberapa jauh agen tersebut dengan kantor bank dan mesin ATM sehingga memudahkan agen tersebut untuk menjual produk dan layanan BRILink. Selain itu secara demografi dari seperti Pendidikan terakhir dari Agen BRILink tersebut berguna untuk melihat taraf pendidikan Agen BRILink tersebut sebelum yang bersangkutan menjadi Agen BRILink. Kedua, agama dari Agen BRILink tersebut yaitu untuk melihat Agama dari Agen BRILink tersebut apakah sesuai dengan mayoritas agama masyarakat sekitar dan melihat yang bersangkutan meningkatkan kepercayaan pelanggan apabila Agen BRILink tersebut beragama di luar mayoritas pelanggan. Selanjutnya yang ketiga yaitu usia dari Agen BRILink tersebut, hal ini untuk melihat tingkat kematangan mental dari Agen BRILink tersebut dalam menjalankan usahanya. Keempat, gender dan status pernikahan dari Agen BRILink tersebut hal ini untuk melihat seberapa serius yang bersangkutan menjadi Agen BRILink tersebut menjalankan usaha baik yang sudah berjalan maupun sebagai Agen BRILink sendiri. Kelima, bidang bisnis usaha yang digeluti Agen BRILink tesebut untuk melihat seperti apabila toko kelontong atau kebutuhan sehari-hari lebih sering dikunjungi oleh pelanggan dan semakin terbukanya peluang menawarakan jasa Agen BRILink sehari-hari. Keenam, status kepemilikan tanah dari tempat usaha Agen BRILink tersebut untuk melihat seberapa rajin Agen BRILink tersebut menjual jasa dan layanannya kepada pelanggan apabila status masih bersifat sewa. Ketujuh, sudah berapa lama Agen BRILink tersebut menjalankan usahanya, hal ini untuk melihat seberapa konsisten yang bersangkutan menggeluti usaha tersebut dan pengalaman yang dimiliki terutama di lingkungan masyarakat. Kedelapan, jenis usaha dari Agen BRILink apakah sudah berbentuk badan hukum atau masih berbentuk perorangan, hal ini untuk menilai seberapa besar dan serius selama ini Agen BRILink mengembangakan usahanya. Terakhir kesembilan yaitu lama dari Agen BRILink tersebut menggunakan jasa perbankan, hal ini untuk melihat product *knowledge* dari agen tersebut mengenai produk dan jasa bank.

Dari daftar instrument survei tersebut berguna untuk menguatkan Peneliti untuk melakukan analisis dari sisi lokasi dan demografi Agen BRILink yang menjadi target Penelitian.

**Gambar 3.1 Lokasi Usaha menggunakan Tempat Tinggal yang terletak di Kelurahan Rawa Badak Selatan, Koja, Jakarta Utara**

****

Rumah tinggal yang digunakan Agen BRILink sebagai lokasi usaha tentunya dengan berbagai pertimbangan seperti lokasi yang strategis karena berada di pinggir jalan raya atau lokasi rumah yang mudah dijangkau. Tentunya hal ini menghemat biayas sewa lokasi Agen BRILink karena dapat menggunkan rumah tinggal sebagai lokasi usaha sehingga Agen BRILink tersebut secara psikologi dapat menjalankan usahanya dengan lebih tenang karena tidak terkendala biaya sewa tempat dan menguasai market karena pelanggan sebagian besar merupakan tetangga atau masyarakat yang sudah dikenal. Selanjutnya pertimbangan lain untuk lokasi usaha yaitu tidak berdekatan dengan kantor bank atau ATM sehingga pelanggan lebih memilih Agen BRILink yang mudah dijangkau.

**Gambar 3.2 Lokasi Usaha menggunakan Kios Sewa yang terletak di Kelurahan Warakas, Tanjung Priok, Jakarta Utara**

****

Kios sewa yang dijadikan lokasi usaha Agen BRILink tentunya juga dengan beberapa pertimbangan seperti rumah tinggal dari Agen BRILink yang tidak strategis atau sulit dijanggkau, lokasi kios yang berada di tempat strategis seperti pasar, jalan raya kawasan permukiman atau lokasi yang berada jauh dari Kantor Bank tetapi terdapat kios yang mudah dijangkau. Dari segi psikologi sendiri Agen BRILink yang rata-rata merupakan wirausaha mikro memiliki pertimbangan biaya sewa sebagai pertimbangan utama yang tentunya mempengaruhi Agen BRILink dalam hal melakukan strategi penjualan dalam mengembangkan usahanya mengingat ada biaya sewa lokasi yang harus dikeluarkan.

* + 1. Lembar wawancara digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu menemukan gambaran mengenai karakter Agen BRILink, kendala yang dihadapi, strategi yang dilakukan dalam menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dengan menggunakan lembar wawancara, diharapkan partisipan (Agen BRILink) dapat lebih leluasa dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh Peneliti dengan beberapa pertanyaan seputar faktor apa yang memotivasi agen *(agent motivation)* BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara untuk menjadi Agen BRILink yang terdiri atas pertanyaan sebagai berikut: pertama, sejak kapan yang bersangkutan menjadi Agen BRILink hal ini untuk melihat tingkat pengetahuan produk dari Agen BRILink tersebut. Kedua, mengapa yang bersangkutan tertarik menjadi Agen BRILink hal ini untuk melihat motivasi awal dari yang bersangkutan memilih menjadi Agen BRILink. Ketiga, motivasi yang bersangkutan menjadi Agen BRILink, hal ini untuk melihat visi dan pandangan jangka panjang yang bersangkutan menjadi Agen BRILink. Selanjutnya yang keempat yaitu produk apa yang paling banyak dicari pelanggan dan omset dalam 1 bulan hal ini berguna untuk mengetahui produk apa yang paling menguntungkan untuk Agen BRILink tersebut sesuai lokasi usahanya dan tipikal masyarakat sekitar. Kelima, apakah Bank BRI selalu memberikan pelayanan yang baik sehingga menyebabkan yang bersangkutan terus menjadi mitra Bank BRI untuk produk lainnya, hal ini untuk melihat secara dini sesuatu yang dapat melihat kepuasan Agen BRILink sehingga terbentuknya motivasi agen tersebut. Terakhir yang keenam, apakah dengan menjadi Agen BRILink dapat membantu meningkatkan *awareness* pelanggan tentang usaha yang bersangkutan yang bertujuan untuk melihat adanya simbiosis mutualisme antara Bank BRI dengan Agen BRILink sehingga motivasi yang bersangkutan terus untuk menjadi Agen BRILink.

Pertanyaan seputar Agen BRILink tersebut menciptakan kepercayaan pelanggan *(Customer Trust)*: fokus pertama yaitu bagaimana memperoleh dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, hal ini untuk mengetahui strategi yang bersangkutan menjaga kepercayaan pelanggan. Kedua, apabila terjadi *complaint* serta persepsi tidak baik terkait produk dan layanan BRILink yang berpengaruh terhadap agen apa yang dilakukan oleh agen tersebut, hal ini untuk melihat bagaimana usaha yang menjaga kepercayaan pelanggan tentunya juga berhubungan dengan motivasi sebagai Agen BRILink. Selanjutnya yang ketiga, bagaimana strategi yang bersangkutan untuk meminimalisir ketidak percayaan pelanggan dan strategi apa yang dilakukan untuk meningkatkan rasar kepercayaan pelanggan tersebut, hal ini untuk mengetahui usaha terakhir yang dilakukan Agen BRILink apakah yang bersangkutan akan berhenti atau lanjut menjadi Agen BRILink. Terakhir yang keempat, usaha apa yang dilakukan Agen BRILink untuk meningkatkan omset di masa Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini tentunya juga untuk meningkatkan layanan yang berdampak pada kepercayaan pelanggan dan kinerja agen tersebut, hal ini karena pada tahap ini apabila Agen BRILink tersebut merupakan agen yang memiliki jiwa wirausaha yang tinggi dan kreatif maka Peneliti dapat melihat yang bersangkutan terus berkarya dengan segala cara yang dapat memperoleh omset sekaligus kepercayaan pelanggan dengan tidak akan begitu saja menyerah akan keadaan.

Adapun pedoman pertanyaan kepada *participant* pada saat dilakukan wawancara (interview) adalah sebagai berikut :

Saat ini Anda menjadi merchant BRI, sejak kapan Anda menjadi merchant BRI?

Mengapa Anda tertarik menjadi merchant BRI?

Apa motivasi Anda menjadi merchant BRI?

Layanan Bank BRI apa yang paling banyak Anda jual/dicari masyarakat?

Berapa omset Anda dalam 1 (satu) bulan?

Apakah Bank BRI selalu memberikan pelayanan yang baik kepada Anda sebagai merchant saat ini?

Apakah Anda berharap untuk dapat menjadi mitra Bank BRI untuk produk lainnya?

Apakah dengan Anda menjadi merchant selalu membantu meningkatkan *awareness* pelanggan tentang toko Anda?

Bagaimana Anda memperoleh dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap toko Anda dan posisi Anda sebagai merchant BRI?

Apabila terjadi *complaint* atau masalah di Toko Anda atau sebagai merchant apa yang Anda lakukan?

Apa kendala yang Anda hadapi apabila terjadi persepsi tidak baik di pelanggan?

Bagaimana cara Anda meminimalkan rasa tidak percaya pelanggan untuk layanan sebagai merchant BRI?

Apa strategi Anda agar masyarakat atau pelanggan toko Anda dapat memperoleh kepercayaan terhadap layanan perbankan?

Apa yang Anda lakukan untuk meningkatkan omset dalam masa Pandemic Covid-19 seperti saat ini?

## Analisis Data & Triangulasi

### Analisis Data Kualitatif

Analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif. Menurut Miles dan Hubermas, data kualitatif diperoleh dari *data reduction*, data *display* dan data *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2011). Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka penelitian, permasalahan studi dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Mereduksi data dengan cara seleksi ketat atas data, ringkasan atau uraian data singkat dan menggolongkan dalam pola yang lebih luas. Analisis data kualitatif ini dimaksudkan untuk menjawab rumusan masalah mengenai motivasi Agen BRILink untuk memajukan usahanya dengan meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga dapat membangun dan mengembangkan usahanya.

Setelah menganalisis data kemudian dilanjutkan dengan keabsahan data kualitatif yaitu dengan cara triangulasi. Triangulasi dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan informasi dari informan yang satu dnegan informan yang lain, misalnya dari Agen BRILink yang satu dengan Agen BRILink yang lain atau pelanggannya sehingga informasi yang didapat diperoleh kebenarannya dan selanjutnya melakukan pemeriksaan keabsahan data.

### Triangulasi

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sebagaimana diketahui dalam penelitian kualitatif Peneliti itu sendiri merupakan instrumen utamanya. Karena itu, kualitas penelitian kualitatif sangat tergantung pada kualitas diri penelitinya, termasuk pengalamannya melakukan penelitian merupakan sesuatu yang sangat berharga. Semakin banyak pengalaman seseorang dalam melakukan penelitian, semakin peka memahami gejala atau fenomena yang diteliti. Namun demikian, sebagai manusia, seorang Peneliti sulit terhindar dari bias atau subjektivitas. Metode triangulasi semakin lazim dipakai dalam penelitian kualitatif karena terbukti mampu mengurangi bias dan meningkatkan kredibilitas penelitian.

Triangulasi dengan menggabungkan teori, metode atau pengamat dalam studi penelitian, bisa membantu memastikan bahwa bias mendasar yang timbul dari penggunaan metode tunggal atau pengamat tunggal terlalu datang. Triangulasi juga merupakan upaya membantu eksplorasi dan menjelaskan perilaku manusia yang kompleks dengan menggunakan variasi metode untuk menawarkan penjelasan yang lebih seimbang pembaca dengan tujuan akhirnya adalah gagasan yang mengarah ke metode hasil yang sama memberikan lebih banyak kepercayaan dalam penelitian temuan (Noble & Heale, 2019).

Pada penelitian yang akan dilakukan oleh Peneliti akan menggunakan uji validitas berupa triangunlasi sumber data. Menurut Rahardjo (2010) triangulasi ini dengan menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Selain melalui wawancara dan observasi, Peneliti bisa menggunakan observasi terlibat *(participant obervation)*, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto.

Pada tahap penelitian, rencananya Peneliti akan melakukan triangulasi dengan beberapa metode sebagai berikut :

* + - * 1. Angket atau kuesioner sebagai pendahuluan kepada 59 Agen BRILink yang ada di Kota Adminstrasi Jakarta Utara untuk mengetahui motivasi Agen BRILink memutuskan untuk menjadi Agen BRILink. Selain itu untuk mengetahui cara Agen BRILink meningkatkan kepercayaan pelanggan agar tetap loyal menggunakan jasa Agen BRILink.
        2. Observasi terhadap Agen BRILink yang ada di Kota Administrasi Jakarta Utara seperti tampilan luar dalam dan informasi di kios Agen BRILink.
        3. Survei yang dilakukan kepada Agen BRILink yang ada di Kota Administrasi Jakarta Utara seperti lokasi usaha dan kios yang digunakan.
        4. Wawancara *(Interview)* dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat pada proses bisnis Agen BRILink seperti tenaga pemasar Agen BRILink, Agen BRILink sendiri dan pelanggan Agen BRILink.