

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian menggunakan kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kebutuhan suatu masalah mengenai strategi promosi *marketplace* Shopee ditinjau dari etika bisnis Islam dan marketing syariah. Pendekatan ini memusatkan perhatian pada fenomena-fenomena yang terjadi jual beli di *marketplace* Shopee.

Menurut Bogdan dan Biklen menyampaikan bahwa fenomenologi merupakan suatu jenis penelitian kualitatif yang berusaha memahami arti dari suatu peristiwa dan interaksi orang dalam situasi tertentu.¹ Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan studi kasus, yaitu penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, kelompok, organisasi (komunitas). Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai objek yang diteliti.

B. Kehadiran Peneliti

Untuk memahami strategi promosi *marketplace* Shopee ditinjau dari etika bisnis Islam dan marketing syariah dibutuhkan keterlibatan peneliti secara langsung dengan obyek yang ada di lapangan. Maka dari itu instrument dari penelitian ini adalah peneliti itu sendiri karena ciri penelitian kualitatif tidak dapat dipisahkan dari keikutsertaan peneliti karena penelitalah yang menentukan skenarionya.² Dengan partisipasi peneliti secara langsung diharapkan dapat mengetahui secara langsung bagaimana kegiatan yang terjadi.

Mengacu pada visi di atas, secara prinsipnya kehadiran peneliti juga menjadi instrument dalam mencari data yang dibutuhkan, dimana dalam penelitian ini peneliti terlibat langsung dalam mengamati strategi pedagang online ditinjau dari etika bisnis islam dan marketing syariah. Studi kasus Panda Lovely di *marketplace* shopee.

¹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 351.

² Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 177.

C. Lokasi Penelitian

Sebagaimana dipaparkan di latar belakang, penelitian ini mendalami tentang strategi promosi pedagang online pada marketplace shopee ditinjau dari etika bisnis islam dan marketing syariah. Penelitian ini dilakukan kepada penjual atau pemilik toko kosmetik yang melakukan transaksi jual beli di aplikasi Shopee yaitu Panda Lovely yang beralamatkan di Jalan KH A. Dahlan No. 6 Jombang, Jawa Timur.

D. Sumber Data

Untuk menjawab rumusan masalah, sumber data untuk memperoleh data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu :

1. Sumber data utama (primer), yaitu data yang didapat langsung melalui observasi dan wawancara dengan informan dalam objek penelitian. Peneliti mewawancarai narasumber yaitu Siti Sholikhah selaku owner dari Panda Lovely, beberapa karyawan dan konsumen.
2. Sumber data tambahan (sekunder), yaitu sumber informasi yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti seperti melalui dokumen. Sumber data ini adalah sumber data primer yang telah diolah lebih lanjut untuk disajikan, seperti dokumen dan dokumentasi yang ada di *marketplace* Shopee. Peneliti mendapatkan data sekunder melalui akun shopee dan akun sosial media dari Panda Lovely.

E. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi :

1. Observasi.

Peneliti mengamati berbagai strategi promosi di marketplace Shopee yang ditinjau dari etika bisnis Islam dan marketing syariah. Ini merupakan suatu pengamatan yang mencakup aktivitas menarik perhatian suatu objek dengan mempergunakan semua indra.³ Peneliti pada metode ini secara sistematis mengamati serta mencatat secara langsung. Berikut adalah langkah-langkah yang dapat mempermudah proses observasi :

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian dalam Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 199.

- a. Peneliti mengikuti/*follow* akun sosial media dan marketplace shopee Panda Lovely.
 - b. Peneliti mengamati bagaimana strategi promosi yang dilakukan Panda Lovely dan bagaimana kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam dan marketing syariah.
2. Wawancara.

Wawancara dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) selaku pemberi pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) selaku pemberi jawaban atas pertanyaan yang diberikan.⁴ Tahapan yang dilakukan peneliti agar mudah dalam melakukan wawancara dengan informan adalah:

- a. Menyiapkan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis tentang strategi promosi yang diterapkan pedagang online *marketplace* shopee khususnya di Panda Lovely.
 - b. Melakukan wawancara langsung kepada narasumber yaitu owner dari Panda Lovely, karyawan dan konsumen.
3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data menggunakan dokumen yang dimiliki pemilik toko yang ada di *marketplace* Shopee. Teknik dokumentasi berlanjut serta dimulai dengan mengumpulkan dokumen, melakukan pemilihan dokumen sesuai tujuan penelitian, merekam serta menjelaskan, melakukan penafsiran serta menghubungkan dengan fenomena lainnya.⁵ Penelitian dengan teknik ini bertujuan untuk memperkuat kelengkapan data yang valid terkait etika bisnis Islam dan marketing syariah pada strategi promosi marketplace Shopee. Data yang diambil adalah data jumlah penjualan, omset dll.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan

⁴ Cholid Narbuko, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 83.

⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 152.

bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁶

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode induktif. Metode induktif yaitu proses berfikir dari fakta kongkrit yang diperoleh dari lapangan (berupa data lapangan) kemudian dianalisis, ditafsirkan dan berakhir pada kesimpulan terhadap permasalahan berdasarkan pada data lapangan tersebut.⁷

Menurut Miles dan Huberman, analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.⁸ Berikut penjelasan mengenai ketiga alur tersebut :

1. Reduksi data

Tahap ini merupakan tahap mengumpulkan data penelitian mulai observasi sampai selesai. Dalam tahap ini akan didapat catatan-catatan lapangan. Dimana dalam tahap ini penulis akan melakukan penafsiran mengenai data yang didapat dari lapangan.

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam reduksi data yaitu mencari dan memilih data terkait dengan strategi promosi pedagang online di marketplace shopee, kemudian memfokuskan pada strategi promosi online yang dilakukan oleh Panda Lovely.

2. Penyajian data

Dalam tahap ini data yang telah diperoleh dianalisis dan disusun secara sistematis supaya data yang telah dikumpulkan dapat menjawab masalah yang diteliti. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono adalah *“The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text”*, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Manfaat penyajian data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁹

⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), 334.

⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), 42.

⁸ Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 249.

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti pada tahap ini yaitu menyajikan data yang telah diolah terkait dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Panda Lovely selanjutnya merencanakan penyusunan tesis terkait dengan tinjauan etika bisnis islam dan marketing islam dalam strategi promosi pedagang online shopee.

3. Penarikan kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari reduksi data dan penyajian data dimana data yang telah disajikan disimpulkan sesuai dengan permasalahan yang telah diteliti. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁰

Langkah yang dilakukan peneliti dalam menarik kesimpulan adalah dengan menganalisa data yang sudah didapatkan untuk menarik kesimpulan apakah strategi promosi Panda Lovely sudah sesuai dengan etika bisnis islam dan marketing syariah.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria kredibilitas (derajat kepercayaan). Kredibilitas data dimaksudkan untuk membuktikan bahwa apa yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan yang ada dalam penelitian.

Untuk menetapkan kredibilitas data tersebut digunakan teknik pemeriksaan sebagai berikut :

1. Kedalaman pengamatan dan kedalaman observasi

Kedalaman observasi bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan kata lain ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman.

¹⁰ Sugiyono, 343.

Dalam hal ini peneliti menelaahnya secara rinci sampai pada suatu titik, sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh factor yang susah difahami dengan cara yang biasa.

2. Triangulasi

Triangulasi yaitu memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data ini untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut.¹¹ Data tersebut dipengaruhi oleh kredibilitas informannya, waktu pengungkapan, kondisi yang dialami dan sebagainya. Maka peneliti perlu melakukan triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber/informan, triangulasi dari teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.¹²

Triangulasi dibedakan menjadi tiga macam yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber dan triangulasi waktu. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama, triangulasi sumber yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dengan teknik yang sama.¹³ Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil akhir penelitian yang berupa rumusan informasi dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias dan subjektivitas peneliti atas temuan yang dihasilkan. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik yang dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara dan dokumentasi.

¹¹ Lexy J. Moloeng, 175.

¹² Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 330.

¹³ Ibid