

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini lebih bersifat deskriptif yang berarti data terurai dalam bentuk keterangan atau deskripsi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan yang ada, dengan upaya mendeskripsikan; mencatat; menganalisis; dan menginterpretasikan kondisi yang ada.¹ Sehingga cocok diterapkan untuk menggambarkan tema penelitian yang telah dipilih, yaitu implementasi syariah di bidang pemasaran produk konfeksi.

Jenis metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data dengan peneliti menjadi *instrument* kunci.² Metode ini akan menghasilkan deskripsi mengenai fakta yang terkait dengan bidang pemasaran produk konfeksi. Metode ini dipilih karena data yang dibutuhkan berbentuk sebaran informasi yang bukan berbentuk kuantitas.

¹ Sasa Sunarsa, *Penelusuran Kualitas dan Kuantitas Sanad Qira'at Sab' (Kajian Takhrij Sanad Qira'at Sab')*, (Wonosobo: CV. Mangu Bumi Media, 2020), hlm. 22.

² Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 8.

Penelitian ini berfokus pada informasi-informasi pemasaran syariah yang diterapkan oleh para pelaku usaha konfeksi. Penelitian ini berupa penelitian lapangan sehingga dapat mengumpulkan data lapangan (observasi, wawancara, dan dokumentasi) yang ada serta pustaka yang relevan dengan implementasi syariah dalam aspek pemasaran produk konveksi Langgeng, Norma, dan UKM Tulip Craft Tulungagung.

B. Lokasi Penelitian

Tempat sebagai objek dalam penelitian ini adalah tempat konveksi yang berada di Tulungagung. Peneliti memilih tempat ini dengan alasan kondisi pandemi dan lokasi yang mudah dijangkau dengan usaha yang relatif sama. Dipilih tiga tempat sebagai penelitian untuk selanjutnya dikorelasikan antara satu tempat dengan tempat yang lain sehingga dapat menguatkan perilaku syariahnya. Peneliti memilih ketiga tempat ini karena telah memiliki jangkauan pasar yang cukup luas dan dengan mempertimbangkan dari tingkat usahanya, yaitu ditingkat usaha rumahan diwakili oleh Konfeksi Langgeng dan Konfeksi Norma, ditingkat skala menengah diwakili oleh Tulip Craft. Berikut tempat yang dipilih:

1. Konfeksi Langgeng, dengan produksi seragam, baju, dan kemeja yang terletak di Desa Tunggulsari, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

2. Konfeksi Norma, dengan produksi seragam beserta aksesoris lengkap dan melayani pembordiran yang terletak di Jalan Sultan Agung, Desa Ketanon, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.
3. UKM Tulip Craft, konveksi yang memproduksi baju *overall*, *ecobag*, *goodiebag* dan kantong *silica* yang bertempat di Desa Ketanon RT 03 RW 04, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

C. Kehadiran Peneliti

Penelitian kualitatif ini mengharuskan peneliti berupaya secara aktif dalam memperoleh sumber data yang dibutuhkan, kehadiran peneliti baik dengan maupun tanpa bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data yang utama³. Dengan menggunakan *instrument* pengumpulan data berupa dokumentasi sebagai tanda pengabsahan penelitian dan wawancara serta observasi non-parsipatoris.

Pengumpulan data akan dilakukan sebanyak 2-3 kali dalam setiap usaha konfeksi. Maka disini kehadiran peneliti sangat penting guna menyelesaikan penelitian ini. Peneliti akan melakukan wawancara secara langsung dalam proses pengamatan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk melakukan penelitian. Penelitian dilakukan dengan rincian waktu sebagai berikut:

³ Lexy J. Moleong, *Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rodaskarya Offset, 2008), hlm. 87.

1. Tanggal 20 – 25 Oktober 2020 : Mengurus perizinan penelitian dengan pemilik usaha konfeksi sekaligus melakukan observasi secara tidak langsung (non-parsipatoris) terhadap keadaan lingkungan usaha konfeksi.
2. Tanggal 03 Februari 2021 : Observasi di UKM Tulip Craft
3. Tanggal 14 Februari 2021 : Observasi di Konveksi Langgeng
4. Tanggal 17 Februari 2021 : Wawancara dengan Mbak Elysia, selaku karyawan Konveksi Langgeng.
5. Tanggal 30 Maret 2021 : Observasi di Konveksi Norma
6. Tanggal 5 April 2021 : Wawancara dengan Ibu Mamik, selaku penanggung jawab di bidang produksi UKM Tulip Craft.
7. Tanggal 18 April 2021 : Wawancara dengan Ibu Nurul selaku pemilik Konveksi Norma.
8. Tanggal 21 April 2021 : Wawancara via telepon dengan Mbak Linda selaku penanggung jawab di bidang pemasaran UKM Tulip Craft.
9. Tanggal 26 April 2021 : Wawancara dengan Bapak Jawarudin selaku pemilik Konfeksi Langgeng.
10. Tanggal 1 Mei 2021 : Perpanjangan pengamatan dan wawancara kembali dengan Ibu Nurul selaku pemilik Konveksi Norma.
11. Tanggal 3 Mei 2021 : Perpanjangan pengamatan dan wawancara dengan Ibu Tin selaku *Quality Control* serta Mbak Dian

selaku *Customer Service* UKM Tulip Craft; dan wawancara dengan Ibu Anis serta Mas Agus selaku karyawan Konveksi Norma.

12. Tanggal 4 Mei 2021 : Perpanjangan pengamatan di Toko milik Konveksi Langgeng sekaligus wawancara dengan Bapak Jawarudin dan wawancara via telepon dengan Mbak Tutik selaku karyawan Konveksi Langgeng.

Penggalian informasi di atas dilakukan secara bertahap dan telah ditulis sesuai dengan kebenaran yang diberikan oleh informan. Pernyataan yang diberikan oleh informan jelas dan dapat dipertahankan hingga akhir wawancara, maka penelitian sudah dapat dinyatakan selesai.

D. Data dan Sumber Data

“Desain penelitian kualitatif bersifat umum yang dapat berkembang sesuai dengan situasi, sedangkan datanya bersifat deskriptif yaitu berupa gejala yang dikategorikan atau berupa bentuk lain seperti foto, dokumen, catatan lapangan pada saat penelitian dilakukan.⁴

Informan dipilih sesuai dengan tujuan dan tema penelitian ini, dipilih tiga tempat yaitu Konveksi Langgeng dengan cangkupan pemasaran di Kediri, Malang, Ponorogo, dan Bojonegoro; Konveksi Norma dengan cangkupan pemasaran secara umum di Tulungagung dan luar pulau Jawa; serta UKM Tulip Craft yang memiliki jumlah konsumen cukup tinggi

⁴ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), hlm. 7.

dengan jangkauan pasar se-Indonesia bahkan hingga luar negeri seperti Jerman, Amerika, dan Turki.

Sumber data dari penelitian ini adalah sumber data dari lapangan (sumber primer) yang diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap 3 (tiga) informan yang berbeda yaitu pengelola Konfeksi Langgeng; Konfeksi Norma; dan UKM Tulip Craft Tulungagung. Kegiatan wawancara dilakukan secara terstruktur dan jika terpaksa menggunakan wawancara secara online. Sumber data kedua adalah sumber sekunder yang diperoleh dari buku maupun dokumen yang berkaitan dengan implementasi marketing syariah pada usaha konveksi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Ada banyak cara yang dapat dipilih untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif yaitu wawancara, pengamatan, analisis dokumen, dan *Focus Group Discussion* (FDG); atau bisa dengan menggunakan program seperti *CDCEZ-TEXT*, *HyperQual*, *Nvivo*, dan *AtlasTi*.⁵ Pengumpulan data untuk kepentingan penelitian ini diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara pengamatan secara tidak langsung (non-partisipatoris) pada bidang pemasaran yang

⁵ Helaluddin dan Hengki Wijaya, *ANALISIS DATA KUALITATIF: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019), hlm. 22.

dilakukan oleh Konfeksi Langgeng; Konfeksi Norma; dan UKM Tulip Craft, dengan tujuan dapat mengamati pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sekaligus menciptakan kepercayaan diantara peneliti dengan informan sehingga diharapkan tidak ada yang disembunyikan selama tanya jawab berlangsung.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan model terstruktur. Data yang diperoleh lebih banyak bersifat kata-kata baik lisan maupun tulisan, yaitu berupa arsip dan foto. Wawancara dilakukan secara langsung dan melalui telepon karena tidak memungkinkan bertatap muka langsung.

Wawancara dilakukan dengan beberapa informan yaitu:

- a. Bapak Jawarudin, selaku pemilik Konfeksi Langgeng.
- b. Mbak Elysia, selaku karyawan Konfeksi Langgeng.
- c. Mbak Tutik, selaku karyawan Konfeksi Langgeng.
- d. Ibu Hj. Nurul, selaku pemilik Konfeksi Norma.
- e. Ibu Anis, selaku karyawan Konfeksi Norma.
- f. Mas Agus, selaku karyawan Konfeksi Norma.
- g. Ibu Mamik, selaku penanggung jawab bidang produksi UKM Tulip Craft.
- h. Ibu Tin Sulistiani, selaku *quality control* UKM Tulip Craft.
- i. Mbak Linda Beauty, selaku penanggung jawab bidang pemasaran UKM Tulip Craft.
- j. Mbak Dian, selaku *customer service* UKM Tulip Craft.

Informan dipilih sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mendeskripsikan implementasi marketing syariah serta dampak yang dirasakan oleh pelaku usaha konfeksi, maka dari itu dipilih informan di atas yang mengetahui dan terlibat langsung dalam kegiatan usaha konfeksi.

3. Dokumentasi

Mengumpulkan data dengan mengkategorikan bahan-bahan tertulis yang berkaitan dengan implementasi syariah dalam aspek pemasaran. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan pribadi maupun gambar. Sumber data diperoleh dari dokumen milik konveksi terkait, yaitu catatan pribadi jumlah pesanan konfeksi Langgeng serta grafik penjualan UKM Tulip Craft. Peneliti juga mengambil beberapa referensi dari luar untuk mendukung informasi yang diperlukan, seperti artikel yang terkait dengan donasi APD oleh UKM Tulip Craft.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif harus dilakukan sejak data pertama didapatkan.⁶ Data dianalisis untuk mempertajam fokus dan pengecekan keabsahan data sehingga dapat digunakan untuk membuat kesimpulan akhir. Teknik analisis datanya menggunakan konsep yang dikemukakan

⁶ Helaluddin dan Hengki Wijaya, ... , hlm. 21.

Miles dan Huberman yaitu reduksi data; penyajian data; serta verifikasi dan penarikan kesimpulan.⁷

- a. Reduksi data, yaitu mengumpulkan seluruh data mentah dan melakukan penyederhanaan sehingga data mentah dapat menjadi informasi yang lebih fokus terhadap kasus yang diteliti, diringkas dan dikelompokkan sesuai dengan tujuan penelitian;
- b. Penyajian data, yaitu menyajikannya dalam bentuk teks naratif secara sistematis dan dibuatkan kesimpulan-kesimpulan secara longgar namun terbuka untuk dilakukan pengkajian ulang secara rinci⁸;
- c. Verifikasi dan penarikan kesimpulan, yaitu dengan memverifikasi keabsahan data dan diakhiri dengan menarik kesimpulan dari keseluruhan tahap.

G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Data yang ada harus pasti, artinya data tersebut harus valid yaitu sesuai dengan apa yang terjadi dalam lapangan. Berikut cara yang dipilih untuk menguji keabsahan temuan:

1. Perpanjangan pengamatan⁹, yaitu dengan kembali terjun ke lapangan, melakukan pengamatan hingga wawancara lagi dengan informan yang pernah ditemui. Pengamatan dilakukan dari tanggal 20 Oktober 2021 hingga 30 Maret 2021 dan dilakukan perpanjangan pengamatan pada

⁷ Sasa Sunarsa, ..., hlm. 25.

⁸ Sasa Sunarsa, ..., hlm. 25.

⁹ Sasa Sunarsa, ..., hlm. 28.

tanggal 1 Mei 2021 hingga 4 Mei 2021. Dengan melakukan perpanjangan pengamatan akan membentuk suatu hubungan yang dapat menghapuskan jarak yang ada diantara peneliti dengan informan, diharapkan dapat saling terbuka dan saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Fokus pada perpanjangan pengamatan ini adalah menguji kredibilitas data yang telah diperoleh, apakah ada perubahan atau tidak, dalam perpanjangan pengamatan sudah tidak ditemukan perubahan maka perpanjangan pengamatan dapat diakhiri.

2. Triangulasi. Ada tiga teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber; triangulasi metode; dan triangulasi waktu.¹⁰ Penelitian ini menggunakan dua teknik triangulasi yaitu:
 - a. Triangulasi sumber, dengan mencari informasi lebih dari satu informan. Informan yang dipilih merupakan pelaku usaha konveksi yang serupa, yaitu Langgeng; Norma; dan UKM Tulip Craft.
 - b. Triangulasi metode, dilakukan dengan cara menguji kredibilitas data yang diperoleh dengan menggunakan metode yang berbeda namun ditujukan pada informan yang sama. Pada awal penelitian data diperoleh melalui wawancara, lalu dicek kembali dengan melakukan observasi maupun dokumentasi, atau sebaliknya. Dengan teknik pengujian yang berbeda ini menghasilkan data yang sama maka sudah dapat dipastikan data telah kredibel.

¹⁰ Helaluddin dan Hengki Wijaya, ... , hlm. 22.

H. Tahap-tahap Penelitian

Tahap yang dilakukan menurut Moleong ada enam tahap kegiatan dan ditambah satu pertimbangan, yaitu: menyusun rancangan penelitian, memilih lapangan penelitian; mengurus perizinan; menjajaki dan menilai lapangan; memilih dan memanfaatkan informan; menyiapkan perlengkapan penelitian; serta persoalan etika penelitian.¹¹

1. Menyusun rancangan penelitian, peneliti harus memahami tema dan tujuan penelitian dilakukan beserta metode dan teknik penelitian yang dipilih. Pada penelitian ini dipilih tema implementasi syariah di bidang pemasaran produk konveksi, dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan implementasi syariah di bidang pemasaran yang digunakan sekaligus dampak yang ditimbulkan dari implementasi tersebut. Metode yang dipilih adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, serta dokumentasi; dan teknik analisis data menggunakan konsep Miles dan Huberman.
2. Memilih lapangan penelitian, penelitian akan dilakukan di tiga tempat, yaitu usaha konveksi Langgeng, Norma, dan UKM Tulip Craft. Lokasi ini dipilih karena akses lokasi yang masih dalam satu kota dan situasi pandemi Covid-19 yang membatasi mobilitas masyarakat.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rodaskarya Offset, 2014), hlm. 127-136.

3. Mengurus perizinan, perizinan dilakukan dengan pihak-pihak yang berwenang dalam memberikan izin seperti pemilik usaha hingga pemimpin daerah setempat dengan melampirkan surat izin penelitian dari instansi pendidikan (IAIN Tulungagung), identitas diri, dan perlengkapan penelitian.
4. Menjajaki dan menilai lapangan, dikenal dengan orientasi lapangan dengan membaca kepustakaan maupun menggali informasi melalui orang dalam tentang situasi dan kondisi tempat penelitian. Kegiatan ini bertujuan untuk lebih mengenal segala unsur lingkungan yang ada, menyiapkan mental, serta perlengkapan yang dibutuhkan selama penelitian.
5. Memilih dan memanfaatkan informan, dalam hal ini peneliti harus menentukan informan dari tempat penelitian yang mampu memberikan informasi dengan jujur. Pemilihan informan yang tepat akan membantu pelaksanaan penelitian dengan efektif dan efisien. Dalam penelitian ini informan yang akan dipilih adalah pemilik atau pengelola yang memahami strategi pemasaran dari usaha tersebut.
6. Menyiapkan perlengkapan penelitian, perlu dipersiapkan segala perlengkapan penelitian mulai dari alat tulis, alat recorder, kamera foto, instrument penelitian, hingga alat kesehatan seperti masker dan *hand sanitizer*.
7. Persoalan etika penelitian, penelitian kualitatif akan selalu berurusan dengan orang-orang mengingat orang sebagai alat pengumpul data.

Maka etika seperti saling menghormati, kesopanan, hingga mematuhi aturan norma dalam lingkungan tersebut akan sangat penting dimiliki oleh setiap peneliti agar penelitian dapat berjalan dengan lancar.