

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, karena metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan suatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan.⁸² Penelitian ini bertujuan untuk menguak fakta dari strategi komunikasi pemasaran perspektif manajemen bisnis syariah melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan di Toko *Online* Dewi Maryam Official Talun Blitar.

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah dengan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian di lapangan atau di lokasi penelitian suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut yang dilakukan untuk penyusunan karya ilmiah.⁸³ Peneliti akan terjun langsung ke lapangan yaitu di Toko *Online* Dewi Maryam Official Desa Jabung Kecamatan Talun Kabupaten Blitar sebagai pengamat sekaligus sebagai

⁸² Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hal. 9.

⁸³ Ahmad Sukri, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Penentuan Segmentasi, Target dan Posisi Pasar di Toko Mebel Samsuri Ponorogo*, (Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020), hal. 50.

partisipan agar peneliti dapat mengungkap fakta serta mendapatkan data-data untuk keperluan penyelesaian penelitian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini adalah di Toko *Online* Dewi Maryam Official yang beralamat di Desa Jabung RT 04/ RW 02, Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar. Alasan peneliti dalam mengambil lokasi ini adalah karena peneliti menemukan beberapa masalah pada Toko *Online* Dewi Maryam Official yang perlu untuk dipecahkan antara lain toko *online* ini memiliki target pasar masyarakat Indonesia yang memiliki pendapatan di atas 10 juta rupiah karena produk yang ditawarkan oleh toko *online* ini terbilang cukup mahal, sehingga kebanyakan yang terbidik dalam iklan adalah TKI/TKW yang bekerja di luar negeri seperti Hongkong, Malaysia, Singapura, Taiwan, Brunei Darussalam dan negara negara lain, apalagi negara-negara selain Hongkong untuk dapat menghemat biaya pengiriman dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk perjalanan pengiriman produk, estimasi 2-3 minggu untuk pengiriman satu pakatnya bisa lebih jika terjadi *overload*, maka dari itu dibutuhkan kerja keras untuk meyakinkan para konsumen tertarget agar mau membeli produk dengan sistem bayar dulu baru barang dikirim, apalagi toko ini juga tidak memiliki wujud fisik sehingga *founder* membuat strategi-strategi khusus seperti mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran yang baik untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen supaya toko *online* ini

dapat bertahan dan berkembang, kemudian bagaimana strategi komunikasi pemasaran tersebut, apakah sudah sesuai dengan perspektif manajemen bisnis syariah atau malah menyimpang, maka dari itu peneliti memilih lokasi ini sebagai objek penelitian karena dirasa sangat cocok dan sesuai dengan judul yang akan diteliti.

C. Kehadiran Peneliti

Penelitian kualitatif ini kehadiran peneliti adalah mutlak untuk dilakukan dan diperlukan. Kehadiran ini dilukiskan secara eksplisit dalam laporan penelitian, peneliti harus kongkrit, hadir serta mencatat maupun merekam guna mengumpulkan data serta bukti baik wawancara maupun rekaman suara.⁸⁴ Peneliti hadir di lokasi penelitian untuk meneliti, karena dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrumen dan pengumpul data, sehingga peneliti berperan sebagai kunci utama sekaligus partisipan.

Peneliti melakukan penelitian selama 2 bulan yaitu pada bulan Januari sampai bulan Februari 2022, peneliti akan melakukan observasi di lapangan dengan mewawancarai seluruh *customer service online* di sana dan mengamati media sosial yang dikelola oleh Toko *Online Dewi Maryam Official* untuk dapat menguak fakta bagaimana pengimplementasian strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial mereka, apakah sudah

⁸⁴ Lexy J Moeleng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 9.

sesuai dengan perspektif manajemen bisnis syariah atau belum. Tidak hanya itu peneliti juga akan mewawancarai admin keuangan agar dapat diketahui apakah implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh toko ini berdampak signifikan terhadap peningkatan penjualan, yang terakhir adalah peneliti akan mewawancarai pemilik sekaligus *founder* untuk menggali lebih dalam masalah yang ingin peneliti ketahui dan untuk mencocokkan data yang didapat di lapangan apakah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya atau tidak.

Setelah data didapatkan dan sudah dicocokkan dengan pemilik sekaligus *founder* agar tidak ada yang salah dan menimbulkan kesalahpahaman, maka data siap diolah dan dipaparkan dalam laporan penelitian, jika mungkin nanti ada data yang kurang, peneliti akan kembali terjun ke lapangan untuk mencari dan mengambil data tersebut agar penelitian ini dapat terselesaikan.

D. Sumber Data

Melakukan proses penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data sebagai bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian lapangan perorangan, kelompok dan organisasi, dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari narasumber atau informan. Posisi narasumber sangat penting sebagai individu yang

memiliki informasi. Narasumber tidak hanya memberikan tanggapan masalah yang ditanyakan, namun juga memilih selera dalam penyajian informasi yang dimilikinya.⁸⁵ Data Primer terdiri dari tiga hal yaitu:⁸⁶

- a. *Person*, yaitu sumber data yang memberikan data berupa jawaban lisan dengan melalui wawancara. Informan pertama pada penelitian ini adalah Farihah Ismah Wahidah pemilik sekaligus *trainer* yang memberikan ilmu komunikasi pemasaran kepada *customer service online*, informan yang kedua adalah Liza selaku *leader customer service online* sekaligus pengimplementasi strategi komunikasi pemasaran, informan yang ketiga adalah Yola, Ami, Dania selaku *customer service online* yang mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, informan yang terakhir Linda selaku admin keuangan untuk mengukur efektivitas implementasi strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, maka terdapat enam informan yang akan diwawancarai agar mendapatkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini.
- b. *Place*, yaitu sumber data yang diperoleh dari gambaran tentang situasi kondisi yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini secara langsung. Tempat yang digunakan untuk penelitian adalah di Toko *Online Dewi Maryam Official* yang

⁸⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), hal. 122.

⁸⁶ Sanapiah Faizal, *Format Penelitian Sosial*, (Bandung: PT.Raja Grafindo Persada, 1999), hal. 56.

beralamat di Desa Jabung RT 04/ RW 02, Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar, dengan melakukan pengamatan situasi dan kondisi pada media sosial *Whatsapp Business*, *Facebook*, *Instagram* dan *TikTok* yang dikelola oleh Toko *Online Dewi Maryam Official* agar dapat diketahui dan dipahami bagaimana cara toko *online* ini dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran apakah sudah sesuai dengan perspektif manajemen bisnis syariah atau belum, serta mengamati situasi yang lain yang mungkin dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini.

- c. *Paper*, yaitu sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar atau simbol lain, yang untuk memperolehnya diperlukan metode dokumentasi yang berasal dari kertas (buku, majalah, dokumen, arsip, dan lain-lain). Sumber data dari lapangan yang dibutuhkan untuk menjawab fokus penelitian yang telah dibuat adalah dengan mencari data laporan penjualan untuk mengukur efektivitas implementasi strategi komunikasi, *scorebord* yang berisikan *job description* untuk mengetahui cara *customer service online* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, dokumentasi lain adalah visi-misi, profil akun media sosial, struktur tim, *culture*, *core value*, *brand partner*, foto produk, dan data-data lain yang mungkin dibutuhkan dalam penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari media. Media yang digunakan seperti buku, skripsi, jurnal, laporan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan objek penelitian.⁸⁷ Data sekunder yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini antara lain adalah penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan objek penelitian seperti buku, jurnal, tesis, skripsi, Al-Qur'an dan terjemahan serta sumber data lain yang mungkin dibutuhkan dalam penyelesaian penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara mendalam (*indepth interview*) merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, pewawancara, dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian,

⁸⁷ *Ibid.*

kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan.⁸⁸

Proses wawancara mendalam ini yang akan menjadi narasumber adalah Farihah Ismah Wahidah selaku pemilik Toko *Online Dewi Maryam Official* yang menyusun strategi komunikasi pemasaran, Liza selaku *leader customer service online*, dan Ami, Dania dan Yola selaku *customer service online* yang mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran serta Linda selaku admin keuangan, sehingga ada enam informan yang akan diwawancarai untuk keperluan pencarian data untuk menyelesaikan penelitian ini. Wawancara mendalam ini dilakukan dengan menggali secara mendalam terhadap sebuah topik dengan menyajikan pertanyaan yang bersifat terbuka. Jika mungkin data yang dibutuhkan masih belum lengkap atau masih diragukan, maka peneliti akan kembali melakukan wawancara hingga didapatkan kebenaran.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lokasi objek yang akan diteliti dengan melakukan pengamatan melalui panca indra yang dimiliki oleh peneliti, seperti melihat, mendengar dan merasakan hal yang terjadi di lokasi

⁸⁸ Annesa dan Devania, “Wawancara Mendalam (Indept Interview)” dalam <http://www.ut.ac.id/html/teknikwawancara.htm>, diakses 26 November 2021

penelitian yang kemudian hasilnya dapat digunakan sebagai bahan dasar penyusunan laporan penelitian.⁸⁹ Observasi dalam penelitian ini dengan melihat secara langsung bagaimana *customer service online* Toko *Online Dewi Maryam Official* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial *Whatsapp Business*, *Facebook*, *Instagram* dan *TikTok* serta mengamati situasi dan kondisi lain yang mungkin dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara meminta data yang telah ada sebelumnya tertulis dan tersimpan.⁹⁰ Dokumentasi dalam penelitian ini adalah foto kegiatan hasil observasi dan wawancara di Toko *Online Dewi Maryam Official* sebagai bukti pelaksanaan penelitian, *scorebord* yang berisikan *job description* untuk mengetahui cara *customer service online* dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran, beberapa dokumentasi lain seperti visi-misi, profil akun media sosial, struktur tim, *culture*, *core value*, *brand partner*, foto produk, dan data-data lain yang mungkin dibutuhkan dalam penelitian.

⁸⁹ Husaini Usman Poernomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hal. 138.

⁹⁰ *Ibid.*

F. Teknik Analisis Data

Peneliti menganalisa data dengan cara mengumpulkan data-data terlebih dahulu sebelum diinterpretasikan, hal ini supaya dapat mengklarifikasikan secara efisien dan efektif mengenai data-data yang terkumpul, setelah penulis memperoleh data yang diperlukan, maka penulis mengolah data dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif. Tiga unsur dalam kegiatan proses analisa data model Miles dan Huberman, sebagai berikut: ⁹¹

1. Kondensasi Data

Kondensasi data ialah proses merangkum, pemilahan hal-hal yang pokok, membuat fokus dan membuang hal-hal yang tidak perlu, serta dicari temanya dan polanya. Peneliti melakukan transkrip dari hasil wawancara terlebih dahulu pada saat melakukan kondensasi data. Proses kondensasi data dapat dilakukan dengan cara memberikan *coding*. *Coding* (pemberian kode) yaitu tahap dimana peneliti mencari kata kunci dari hasil deskripsi wawancara atau hasil observasi yang dapat menguak fokus penelitian. Kondensasi data dapat memberikan gambaran jelas tentang hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

Peneliti melakukan kondensasi data dengan memilah dan memilih data yang penting dan tidak penting yang didapatkan dari lapangan maupun diluar lapangan untuk dapat lebih fokus dalam

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R and D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 335.

menguak fakta fokus penelitian yang ada tentang implementasi strategi komunikasi pemasaran perspektif manajemen bisnis syariah melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan di Toko *Online* Dewi Maryam Official.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah melakukan kondensasi data, peneliti akan menyajikan data, dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan berbagai bentuk. Kategorisasi diperlukan dalam penyajian data. Penyajian data dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan teks yang bersifat naratif. Selain itu, penyajian data dapat menggunakan grafik, *network* (jejaring kerja), dan *chart*.

Penyajian data pada penelitian ini adalah berupa data yang berisi bagan, uraian singkat dan beberapa bentuk kategorisasi yang lain, supaya data mudah dipahami maka peneliti mengelompokkan data sesuai dengan masing-masing topik, untuk mengungkap fakta fokus penelitian yang dibuat sesuai dengan judul yaitu strategi komunikasi pemasaran perspektif manajemen bisnis syariah melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan di Toko *Online* Dewi Maryam Official Talun Blitar.

3. *Conclusion Drawing or Verification* (Kesimpulan atau Verifikasi)

Menurut Huberman mengatakan, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah diproses. Peneliti membuat kesimpulan melalui kondensasi dan *display* data. Penarikan kesimpulan bersifat

sementara. Penarikan kesimpulan dapat berubah bila ditemukan bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya, namun jika 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.⁹²

Proses penelitian di Toko *Online Dewi Maryam Official* kali ini adalah setelah melakukan *display* data yang di dalamnya terdapat beberapa bentuk kategori-kategori data yang ditemukan di lapangan, maka peneliti akan menyimpulkan paparan tersebut dengan jelas sesuai dengan fakta yang ada, jika nanti dirasa ada keganjalan ataupun ada bukti lain yang membuktikan pada paparan data ada yang harus berubah, maka kesimpulan akan ikut berubah mengikuti *display* data yang ada.

G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Pengecekan keabsahan temuan adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian.⁹³ Teknik validitas berguna untuk melaporkan dan menunjukkan data yang sesungguhnya terjadi di perusahaan tersebut secara akurat, dalam penelitian kualitatif, salah satu faktor yang penting adalah menjaga

⁹² Usman Husaini dan Purnomo Setia Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Putra, 2000), hal. 338.

⁹³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian...*, hal. 363.

keabsahan data, oleh karena itu seorang peneliti perlu memeriksa kembali data sebelum melakukan proses pembuatan laporan. Peneliti melakukan uji kredibilitas data supaya tidak terjadi sebuah kesalahan, dalam pengujian kevalidan data, peneliti menggunakan teknik meningkatkan ketekunan dan teknik triangulasi dalam menguji validitas data. Menurut Sugiono, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:⁹⁴

1. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis, dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah diperoleh mengalami kesalahan atau tidak, demikian juga dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati. Peneliti melakukan pengecekan beberapa kali secara lebih teliti pada hasil penelitian di Toko *Online* Dewi Maryam Official yang telah disimpulkan agar data yang didapatkan benar-benar valid dan dapat mengungkap fakta fokus penelitian yang dibuat oleh peneliti, jika mungkin terdapat data yang masih kurang atau dirasa masih diragukan, maka peneliti akan kembali melakukan wawancara dan pencarian data agar didapatkan kebenaran.

⁹⁴ *Ibid.*, hal. 270.

2. Trianggulasi

Wiliam Wiersma mengatakan, bahwa *triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures.*⁹⁵ Trianggulasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan dari berbagai teknik dan dari beberapa sumber data. Penelitian ini, peneliti menggunakan teknik trianggulasi dengan menggabungkan data dari hasil teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Trianggulasi ialah pengecekan data dari berbagai sumber dengan beberapa cara dan berbagai waktu, oleh karena itu terdapat trianggulasi sumber, trianggulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.⁹⁶ Berikut trianggulasi yang digunakan untuk mengecek keabsahan temuan pada penelitian ini:⁹⁷

a. Trianggulasi Metode

Dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berdeda, sebagaimana dikenal dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Cara memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur,

⁹⁵ *Ibid.*, hal, 272.

⁹⁶ *Ibid.*, hal. 372.

⁹⁷ UIN Malang, "Trianggulasi dalam Penelitian Kualitatif", dalam <http://repository.uin-malang.ac.id/1133/1/triangulasi.pdf>, diakses 22 Desember 2021.

atau peneliti menggunakan wawancara dan observasi untuk mengecek kebenarannya. Peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran.

Triangulasi metode pada penelitian ini adalah dengan membandingkan informasi atau data dengan sumber yang sama tetapi dengan cara yang berbeda, seperti data yang diperoleh peneliti menggunakan teknik wawancara, lalu di cek dengan observasi dan dokumentasi. Apabila dengan ketiga teknik pengumpulan data tersebut menghasilkan data yang berbedabeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber yang bersangkutan, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

b. Triangulasi Sumber Data

Trianggulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data, misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai

fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

Triangulas sumber pada penelitian ini adalah dengan melakukan pengujian keabsahan data dengan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber, sehingga dari data yang diperoleh akan menghasilkan kesimpulan yang selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan sumber-sumber yang ada.

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu adalah teknik triangulasi yang menilai waktu juga dapat mempengaruhi kredibilitas data. Artinya untuk menguji kredibilitas data ini dilakukan dengan wawancara, observasi atau teknik lain di waktu atau situasi yang berbeda dari sebelumnya.⁹⁸

Triangulasi waktu dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara lagi kepada informan pada waktu atau situasi yang berbeda dari wawancara sebelumnya. Apabila hasil uji tetap menunjukkan data yang berbeda maka peneliti dapat melakukan secara berulang hingga ditemukan kepastian data.

⁹⁸ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 211.

H. Tahap-Tahap Penelitian

Sebuah penelitian memerlukan tahap-tahap yang perlu dilakukan oleh seorang peneliti. Tahap-tahap yang dilakukan peneliti dilakukan dari awal sampai pada tahap akhir penelitian untuk memperoleh data, pada penelitian kualitatif di Toko *Online* Dewi Maryam Official Talun Blitar dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap awal dalam melakukan penelitian. Peneliti memulai dengan membuat proposal penelitian, memilih lapangan atau subjek penelitian. Peneliti memilih Toko *Online* Dewi Maryam Official Talun Blitar karena peneliti mengetahui lokasi ini memiliki masalah dan perlu dipecahkan. Terdapat enam tahap yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian, yakni antara lain:

- a. Peneliti menyusun rancangan penelitian
- b. Peneliti memilih lapangan penelitian
- c. Peneliti mengurus surat perizinan
- d. Peneliti menentukan informan
- e. Peneliti menyiapkan peralatan penelitian
- f. Peneliti dipastikan dapat menjaga etika

2. Tahap Lapangan

Setelah peneliti melakukan tahap pra lapangan, maka peneliti melakukan tahap berikutnya, yakni:

- a. Peneliti memahami tahap pra lapangan

- b. Memasuki lapangan
- c. Pengumpulan data

3. Tahap Analisis Data

Peneliti melakukan analisis data yang telah didapatkan dan dikumpulkan selama penelitian di Toko *Online* Dewi Maryam Official dengan teknik analisis yang telah ditentukan. Analisis data menjelaskan semua data yang terjadi sesungguhnya tentang strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial dalam perpektif manajemen bisnis syariah melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan, apabila pengumpulan data yang dibutuhkan dirasa kurang, maka peneliti akan kembali melakukan pengumpulan data kepada narasumber terkait.

4. Tahap Penulisan Laporan

Tahap ini meliputi kegiatan penyusunan hasil penelitian dari semua rangkaian kegiatan pengumpulan data sampai pemberian makna data. Setelah itu melakukan konsultasi hasil penelitian dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan perbaikan, saran-saran demi kesempurnaan skripsi yang kemudian ditindaklanjuti hasil bimbingan tersebut dengan menulis skripsi yang sempurna. Langkah terakhir melakukan pengurusan kelengkapan persyaratan untuk ujian skripsi.⁹⁹

Tahap penulisan laporan adalah tahap akhir dimana hasil penelitian disajikan dalam sebuah laporan yang jelas, valid, dan terarah

⁹⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian...*, hal. 127-148.

dengan serangkaian proses yang harus dilakukan peneliti untuk mendapatkan laporan yang dapat dipertanggung jawabkan. Laporan penelitian ini disusun berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari lapangan mengenai Implementasi strategi komunikasi pemasaran perspektif manajemen bisnis syariah melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan di Toko *Online* Dewi Maryam Official.