

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui penelitian secara langsung (*field research*), yakni penelitian dilakukan dengan berada di tengah-tengah masyarakat maupun kelompok tertentu secara langsung di lapangan mengenai dengan permasalahan penelitian. Metode kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar secara alamiah yang dimaksudkan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi, yang dimana peneliti sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan dengan cara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan arti dari pada generalisasi.⁴⁵ Model penelitian deskriptif merupakan bentuk penelitian yang dilakukan dengan mengetahui gambaran atau deskripsi pada nilai satu variable maupun lebih (*independent*) secara mandiri tanpa adanya perbandingan maupun menghubungkan dengan variable lain.

Sehingga pada penelitian kualitatif deskriptif memberikan arti bahwa penelitian tersebut berupaya untuk memdeskripsikan hasil secara mendetail dengan disertai wawancara secara luas serta kompleks dan mendalam. Penelitian juga disertai catatan-catatan pendukung, analisis, dan penginterpretasian pada objek yang diteliti, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data-data yang dikumpulkan dapat dibedakan menjadi dua:

1. Data Primer, merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama. Yakni peneliti sebagai instrument kunci dalam pengumpulan data tersebut dihasilkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.
2. Data Sekunder, yakni jenis data yang diperoleh melalui sumber-sumber data secara resmi seperti, instansi-instansi pemerintah, buku, jurnal, serta dokumen-dokumen lain.

B. Setting Penelitian

Dalam hal mempertanggungjawabkan data yang diperoleh maka penetapan lokasi ini sangat penting untuk melaksanakan penelitian ini. Lokasi penelitian dilakukan di UMKM Kedai Maqha

⁴⁵ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 8.

Jl. Kampus IAIN Kudus Conge Ngembalrejo, Ngembalrejo Kecamatan Bae Kabupaten Kudus. UMKM Kedai Maqha merupakan sebuah tempat kuliner yang menyajikan makanan serta minuman dan fasilitas-fasilitas lain seperti live music, penyajian desain interior maupun eksterior mulai dari *layout* ruang, penataan meja dan kursi, serta pemasangan lampu yang unik, property yang digunakan pun menggunakan bahan dasar dari kayu. Selain itu yang menjadi daya tarik mahasiswa pada tempat ini adalah semi outdoor dan indoor, kolaborasi antara area persawahan kebun tebu, dan fasilitas yang disediakan seperti stopkontak disetiap tempat sehingga memberikan kesan kenyamanan bagi para konsumen. Tempat café yang dapat dibilang selalu ramai ini tidak hanya menjadi daya tarik pada kalangan mahasiswa saja, konsumen dari kalangan non mahasiswa pun banyak juga yang menikmati kenyamanan fasilitas, produk, serta pelayanan dari Kedai Maqha. Lokasi yang mudah dijangkau dan tempat parkir yang luas juga salah satu unsur yang dapat mendukung kenyamanan konsumen dalam menikmati fasilitas-fasilitas yang disajikan. Berdasarkan atas lokasi yang sumberdaya manusia intern maupun ekstern relative muslim, maka UMKM Kedai Maqha juga perlu dikaji mengenai bauran pemasaran dengan menggunakan etika bisnis Islami yang digunakan dalam menjalankan bisnis tersebut.

Berdasarkan keinginginan pengkajian mengenai penerapan strategi pemasaran yang digunakan pada UMKM Kedai Maqha maka dalam penelitian ini akan adanya pendeskripsian serta analisa terlebih dahulu mengenai bagaimana implementasi *marketing mix* (bauran pemasaran) dengan menyertakan atas dasar perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini dilaksanakan mulai pada tanggal 08 November 2021, dengan lamanya pengamatan diharapkan pemerolehan data mengenai hasil pengamatan berupa latar belakang masalah yang terjadi dapat dianalisa serta diperolehnya data secara lengkap dalam sebuah penelitian.

C. Subyek Penelitian

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), populasi adalah keseluruhan jumlah orang maupun penduduk pada suatu daerah. Dan populasi adalah orang yang menjadi subjek penelitian atau orang yang memiliki karakteristik akan diteliti.⁴⁶ Populasi yang

⁴⁶ Eddy Roflin, dkk, "Populasi, Sampel, variable", (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), 5.

akan menjadi subjek penelitian ini adalah pihak yang berkaitan secara langsung pada UMKM Kedai Maqha.

Sampel merupakan bagian dari populasi dan sampel yang baik adalah sampel yang dapat menggambarkan karakteristik yang ada pada populasinya.⁴⁷ Dengan pengambilan sampel maka peneliti dapat mengambil kesimpulan yang nantinya akan digeneralisasi terhadap populasi. Pengambilan sampel yang akan dilakukan oleh peneliti sebagai sumber data guna memperoleh informasi diantaranya adalah *owner* UMKM Kedai Maqha, karyawan UMKM Kedai Maqha, dan *customer* UMKM Kedai Maqha.

D. Sumber Data

Adapun sumber data yang nantinya akan digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis yakni data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer, merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber datanya dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, diskusi, serta penyebaran kuesioner.⁴⁸ Pada sumber data primer ini akan diperoleh data dari subjek penelitian sebagai *key informan* pada penelitian ini:
 - a. *Owner* UMKM Kedai Maqha menjadi subjek penelitian akan diperoleh mengenai pengelolaan penerapan *marketing mix* serta penerapan etika bisnis secara Islami oleh penulis. *Owner* adalah orang yang bertanggungjawab atas pemaksimalan nilai produk serta hasil kerja tim dalam pengembangan.⁴⁹
 - b. Karyawan UMKM Kedai Maqha, yang menjadi salah satu informan dalam penelitian ini akan diperolehnya data mengenai penerapan *marketing mix* serta kinerja dengan penerapan perspektif etika bisnis Islam. Karyawan merupakan unsur intern SDA dalam suatu perusahaan yang menjadi pendukung operasional perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.
 - c. *Customer* UMKM Kedai Maqha, yang akan diambil sampel dari populasi yang ada di UMKM Kedai Maqha.

⁴⁷ Eddy Roflin, dkk, *Populasi, Sampel, variable*, (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), 12.

⁴⁸ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), 68

⁴⁹ I Putu Dody Lesmana dan Elly Antika, *Manajemen Proyek dengan Scrum*, (Bantul: Absolute Media, 2019), 76.

Customer adalah subjek penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

2. Sumber Data Sekunder, adalah sumber data yang akan diperoleh melalui pihak lain, ini berarti bahwa penulis mengumpulkan data lapangan dengan mengakses, mencatat, atau meminta data tersebut kepada periset lain yang telah melakukan penelitian terlebih dahulu.⁵⁰ Sumber data sekunder ini dapat diperoleh melalui buku, jurnal, dan dokumen-dokumen lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah menggunakan studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kesesuaian dengan sumber data maka penelitian akan dilakukan pengumpulan data menggunakan cara:

1. Observasi

Observasi adalah bentuk pengumpulan data secara langsung dari lapangan dan melakukan interaksi secara langsung dengan suatu organisasi maupun pengalaman anggota-anggota organisasi yang akan menjadi subjek sampel penelitian.⁵¹ Observasi merupakan bentuk proses dalam memahami suatu pengetahuan dari adanya sebuah fenomena yang telah terjadi maupun yang sedang terjadi guna memperoleh suatu gagasan. Pengetahuan maupun informasi yang telah diperoleh perlu bersifat objektif, nyata, dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya untuk dilanjutkan pengkajian dalam sebuah penelitian. Pengetahuan terkait penelitian dapat dilakukan dalam sebuah observasi dengan dilakukannya pengumpulan dan peninjauan secara langsung guna membuktikan kebenaran dari adanya sebuah penelitian.

Teknik pengumpulan data dengan metode observasi ini diupayakan untuk memperoleh suatu gambaran terhadap proses penerapan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) dalam ruang lingkup etika bisnis secara Islami pada masing-masing pihak pada UMKM Kedai Maqha yang telah terdapat subjek yang berbeda. Sehingga dengan observasi ini akan diketahui fenomena terhadap penerapan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) dalam lingkup etika bisnis Islam. Penulis melakukan observasi sebanyak 5 kali di lokasi penelitian.

⁵⁰ Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia), 38.

⁵¹ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Grasindo), 112.

Penggunaan teknik observasi ini dalam pengumpulan data dilakukan ketika kita membutuhkan data yang berupa fenomena yang terjadi mengenai perilaku, suasana, dan kondisi dari objek yang diteliti. Sehingga dengan penggunaan teknik observasi maka akan diperoleh data serta masalah yang kita teliti akan memberikan gambaran yang konkrit, jelas, dan dapat dipertanggung jawabkan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk pencarian data dengan adanya pertemuan antara dua orang yang bertukar ide atau berdiskusi dan sejenisnya guna mendapatkan informasi mengenai suatu hal. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan persepsi dan makna yang sama terkait sebuah fenomena yang sedang terjadi maupun yang telah terjadi sehingga menjadi satu kesatuan informasi yang utuh sehingga dapat dipertanggung jawabkan mengenai kebenarannya. Wawancara ini dimaksudkan untuk mengetahui implementasi *marketing mix* (bauran pemasaran) pada UMKM Kedai Maqha dengan tetap memperhatikan etika bisnis Islam.

Wawancara dalam pelaksanaannya terbagi menjadi tiga macam yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah seseorang yang akan melakukan wawancara telah terlebih dahulu menyusun pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan cara-cara tertentu guna mendapatkan jawaban yang terstruktur dengan kategori-kategori yang telah ditentukan pada aspek-aspek teori.⁵² Wawancara semi terstruktur adalah pewawancara telah mempersiapkan pertanyaan yang nantinya akan diajukan kepada subjek, tetapi pertanyaan tersebut bersifat fleksibel yang berarti bergantung kepada arah pembicaraan.⁵³ Sedangkan wawancara tidak terstruktur merupakan kebalikan dari wawancara terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang dilaksanakan dengan mendiskusikan suatu topic yang dieksplor sedalam mungkin dari seorang partisipan.⁵⁴ Wawancara dilakukan dengan memberikan kebebasan terhadap partisipan untuk mengungkapkan apapun yang berkaitan dengan topic yang didiskusikan. Peneliti/pewawancara tidak

⁵² Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodignostik*, (Yogyakarta: Leutika Nouvalitera, 2016), 19.

⁵³ Fadhallah, *Wawancara*, (Jakarta: UNJ Press, 2021), 8.

⁵⁴ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2021), 23.

perlu mempersiapkan pertanyaan, namun seorang pewawancara harus tahu tujuan dan topic wawancara secara jelas agar tidak adanya penyimpangan dalam pembahasan.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan menggunakan teknik dokumentasi adalah melalui sumber-sumber data tertulis seperti buku, jurnal, arsip maupun teks-teks tertulis lainnya. Metode dokumentasi ini diperoleh melalui catatan-catatan penting dari sebuah lembaga maupun perorangan yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Dokumentasi dilakukan oleh peneliti dengan mengambil gambar dari objek yang diteliti guna memperkuat hasil penelitian. Pengambilan data tersebut bisa berupa transkrip, catatan, surat kabar, buku, majalah, notulen rapat, prasasti, agenda, lengger, dan sebagainya. Dibandingkan dengan metode-metode yang lain, metode dokumentasi ini bisa terbilang mudah untuk digunakan karena apabila terdapat kekeliruan dalam pengolahan maka sumber data yang diambilpun masih tetap dan tidak berubah. Dokumentasi berupa gambar misalnya adalah foto ataupun gambar sketsa, patung, maupun gambar-gambar yang telah terjadi dimasa lampau. Dokumen menjadi bahan pelengkap dari metode-metode sebelumnya seperti wawancara dan observasi.

Metode dokumentasi yang digunakan peneliti dalam memperoleh data sebagai pendukung yakni berupa dokumen-dokumen penting seperti yang telah dijelaskan di atas. Dokumentasi itu digunakan dalam pemerolehan data mengenai implementasi *marketing mix* (bauran pemasaran) dengan tetap memperhatikan etika bisnis secara Islami dalam pengelolaan bisnis usaha. Dokumentasi ini dapat memperoleh data seperti berupa struktur organisasi/tata kelola usaha, keadaan karyawan, konsumen, sarana dan prasarana yang digunakan serta hal-hal lain yang menyangkut dengan penelitian pada UMKM Kedai Maqha.

F. Pengujian Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan *field research* (penelitian lapangan) dapat dilakukan meliputi :

1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik proses pengujian keabsahan data penelitian yang akan memberikan keyakinan kepada penulis dalam mengkonfirmasi perolehan sumber data, penggunaan

metode, teori dan perbandingan antar peneliti lain serta perbedaan waktu dalam melakukan penelitian. Maka hal tersebut dapat memberikan keyakinan yang lebih kepada peneliti karena perolehan data penelitian yang dilakukan dapat sesuai dengan kenyataan di lapangan. Uji keabsahan dengan menggunakan triangulasi terbagi menjadi beberapa jenis triangulasi:

- a. Triangulasi Sumber. Bentuk uji keabsahan data penelitian yang diperoleh dengan mengkonfirmasi kepada sumber yang berbeda. Proses ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada sumber maupun pihak yang bersangkutan mengenai penelitian tersebut. Uji keabsahan ini bertujuan memberikan keyakinan kepada peneliti dengan data yang akan dianalisis sehingga layak untuk dijadikan sumber data penelitian yang sah.
- b. Triangulasi Metode. Proses uji keabsahan data ini dilakukan dengan mengkonfirmasi data yang akan dianalisis menggunakan metode penelitian yang berbeda. Proses ini dilakukan dengan tujuan pengujian keabsahan data dapat dipertanggung jawabkan dan layak sehingga data yang digunakan dapat menjadi data penelitian yang sah. Pengujian ini dilakukan dengan mengkonfirmasi data yang diperoleh pertama kali dengan menggunakan metode yang berbeda.
- c. Triangulasi Teori. Proses uji keabsahan data ini dilakukan dengan mengkonfirmasi data yang akan dianalisis dengan teori yang digunakan dalam penelitian tersebut. Data teori yang diperoleh dapat melalui beberapa bentuk yaitu observasi, wawancara, atau pendokumentasian.
- d. Triangulasi Waktu. Proses uji keabsahan ini dilakukan dengan mengkonfirmasi data yang akan dianalisis dengan perolehan data pada waktu yang berbeda. Perbedaan waktu dalam pengambilan data ini dimaksudkan guna melihat konsistensi pada data yang diperoleh dari informan yang berupa pendapat maupun komentar yang bisa saja berubah sewaktu-waktu. Perbedaan waktu pengambilan data ini bisa pada siang, malam, pagi maupun minggu ini atau bulan depan.

2. Meningkatkan Ketekunan

Peningkatan ketekunan merupakan dilakukannya penelitian secara terus menerus, lebih cermat dan lebih berkesinambungan yakni memperhatikan adanya kesesuaian

data yang satu dengan data yang lain. Sehingga data yang diperoleh dapat direkam secara pasti dan tersusun secara sistematis dan kepastian data dapat dipertanggung jawabkan. Dengan adanya peningkatan ketekunan maka peneliti dapat memastikan kembali mengenai data-data yang telah dikumpulkan tentang kebenarannya. Serta dengan peningkatan ketekunan maka peneliti dapat mendeskripsikan data secara akurat dan sistematis.

3. Menggunakan Bahan Referensi

Penggunaan bahan referensi merupakan bahan pendukung dalam membuktikan data-data yang diperoleh seperti wawancara, rekaman, foto, dan dokumen-dokumen lain. Bahan referensi ini digunakan dalam hal pembuktian, persamaan maupun perbandingan dengan teori. Bahan referensi juga menggunakan berbagai macam buku maupun literasi dalam mendukung suatu penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah bentuk proses aktivitas dalam mencari informasi sebagai bahan penelitian yang nantinya akan diolah sebagai bukti keabsahan data. Data yang dianalisis diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, serta catatan lapangan yang nantinya dapat mudah dipahami dan penemuan penelitian dapat terinformasikan dengan baik kepada orang lain. sehingga dapat disimpulkan bahwa teknik analisis data merupakan bentuk proses pengumpulan bahan informasi dengan kemudian diolah secara sistematis agar dapat mudah difahami bagi yang membacanya.

Analisis merupakan bentuk pengklasifikasian data kemudian diuraikan dan dijelaskan sehingga data tersebut dapat ditarik kesimpulan serta pengertiannya dan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif yakni penggambaran secara sistematis mengenai data yang diperoleh dengan fenomena sesungguhnya yang ada di lapangan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan *deskriptif analitis* yaitu data yang telah diperoleh kemudian diklasifikasikan atau dipilih dan dipilih dari adanya berbagai sumber data yang selanjutnya dilakukan analisis guna pengambilan kesimpulan data penelitian tersebut. Jadi dalam teknik penganalisan data ini, penulis akan mendeskripsikan implementasi *marketing mix* (bauran pemasaran) dalam perspektif etika bisnis Islam, yang kemudian akan ditarik kesimpulan teori dari data yang diperoleh melalui metode penelitian observasi,

wawancara, dokumentasi, dan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

