

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan penelitian yang diamati (Mubarok & Maldina, 2017, hal. 81). Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala yang terkait dengan pemasaran islami toko Pacman Store akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberikan makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan. Dengan demikian antara gejala yang satu dengan gejala yang lainnya akan saling terkait.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko Pacman Store, jalan Lambung Mangkurat Desa Palampitan Samping Mie Ayama Sukowati, Kecamatan Amuntai Tengah, Kota Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara (HSU) Kalimantan Selatan, 71418.

C. Subjek dan Obyek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian yang akan penulis lakukan adalah pemilik toko Pacman Store.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran islam.

D. Data dan Sumber Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep (sitoyo & sodik, 2015, hal. 67). Data yang dihimpun di dalam penelitian ini adalah data primer :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Handayani & Fathoni, 2019, hal. 106). Pengumpulan data primer merupakan bagian dari proses penelitian yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari pemilik toko Pacman Store melalui wawancara dan observasi.

Data-data primer yang penulis kumpulkan meliputi :

- a. Data tentang Identitas Informan
- b. Data tentang gambaran umum lokasi
- c. Data tentang penerapan strategi pemasaran islam
- d. Data tentang kendala-kendala yang dihadapi

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan yang lain. Ini mengandung arti bahwa periset sekedar mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut (Handayani & Fathoni, 2019, hal. 108).

Data sekunder yang penulis perlukan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data tentang struktur organisasi
- b. Data tentang visi dan misi

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan bertanya jawab langsung kepada responden. Wawancara merupakan alat yang baik untuk meneliti pendapat, keyakinan, motivasi, perasaan, dan proyeksi seseorang terhadap masa depannya (Tanjung & Devi, 2018, hal. 82). Jadi penulis memberikan pertanyaan kepada informan dengan bersumber pada pedoman wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh peneliti terhadap suatu proses atau objek dengan tujuan untuk memahami pengetahuan dari sebuah fenomena / perilaku

berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya. Observasi diartikan sebagai suatu pengamatan terhadap objek penelitian (Tanjung & Devi, 2018, hal. 90). Pengamatan dilakukan untuk memperoleh data tentang aktifitas di Pacman Store dalam pemasaran usaha bisnis Islam dengan mengamati secara langsung kinerja para karyawan Pacman Store. Hal ini dimaksudkan agar penelitian dapat memperoleh data yang akurat dan faktual berkenaan dengan aktivitas pemasaran islami di Pacman Store.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Dari buku (Subagiyo, hal. 191-193) Miles dan Huberman mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian, yaitu reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan. Berikut ini penjelasan masing-masing proses atau tahapannya, yaitu :

- a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan meringkas, memilah, Memilih hal-hal pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dari data yang diperoleh di lapangan. Setelah direduksi, data yang ditampilkan akan lebih jelas dan lebih mudah data yang dikumpulkan.

- b. Paparan Data

Paparan data atau pemaparan data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinannya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Jadi paparan data dipakai untuk lebih meningkatkan pemahaman yang didapat dalam penelitian dan sebagai pedoman untuk melakukan tindakan, dan data ditampilkan dalam bentuk paparan atau uraian yang mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahapan ketiga adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini merupakan jawaban atas fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data.

Jadi kesimpulan dalam penelitian bisa menjadi jawaban atau fokus penelitian yang dirumuskan di awal, apakah bisa atau tidak berlanjut. Hasil kesimpulan ditampilkan dalam bentuk deskriptif objek penelitian. Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan.

2. Analisis Data

Analisis data ini dilakukan dengan analisis data deskriptif kualitatif, yaitu dengan melakukan penelaahan dan pengkajian secara mendalam terhadap hasil penelitian mengenai strategi pemasaran Islam pada Toko Pacman Store. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk menganalisa posisi perusahaan.

Tahapan dalam Analisis SWOT :

Setelah faktor-faktor strategis internal maupun eksternal diidentifikasi, kemudian di analisis dengan menggunakan bobot. Analisis ini di dasari oleh logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (weakness) dan ancaman (threat). Model yang dipakai pada tahap ini terdiri dari matriks strategi internal dan matriks strategi eksternal. Namun setelah membuat matriks internal dan eksternal akan ditentukan terlebih dahulu dari bobot masing-masing kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman. Setelah ditentukan bobot kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman, selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X didapat dari selisih antara total strength dan total weakness, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total opportunities dan total threat. Terakhir dianalisis dengan Matriks SWOT, Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki

G. Tahapan Penelitian

Adapun tahapan penelitian ini terbagi menjadi beberapa tahap, yaitu :

1. Tahapan pendahuluan

Pada tahap ini penulis mengamati secara garis besar terhadap permasalahan yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran umum, kemudian dikonsultasikan dengan dosen penasehat untuk meminta persetujuan, selanjutnya diajukan ke pihak jurusan ekonomi syariah, setelah disetujui, baru diajukan ke Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Setelah diterima dan ditentukan dosen pembimbing oleh fakultas, diadakan konsultasi untuk pembuatan desain operasional, setelah selesai diadakan seminar.

2. Tahap pengumpulan data

Pada tahap ini penulis terjun kelapangan untuk mengumpulkan data-data yang ada dilapangan pada tanggal 16 November s/d 16 Desember 2020, dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi.

3. Tahap pengolahan dan analisis data

Pada tahap ini penulis mengolah data yang diperoleh berdasarkan teknik reduksi data, paparan data, dan penarikan data. Pengolahan dan analisis data ini semuanya akan dituangkan dalam laporan hasil penelitian.

4. Tahap penyusunan akhir

Pada tahap ini penulis melaporkan hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis dengan terlebih dahulu mendapatkan persetujuan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya disusun dalam bentuk skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin