

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), yang dapat dipahami sebagai suatu proses untuk mencari serta memahami berbagai informasi, yang dalam pelaksanaannya di lapangan tidak selalu mengandalkan satu metode saja. Jenis informasi yang dicari pun sangat bervariasi, bisa dalam jumlah besar, bersifat khusus, atau dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu oleh peneliti sesuai dengan ruang lingkup penelitiannya. Menurut Zelditch, metode penelitian lapangan yang ia sebut sebagai *field method* dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu observasi partisipatif, wawancara dengan informan, serta enumerasi dan pengambilan sampel (Abdussamad, 2021).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yakni dengan menganalisis data yang telah dikumpulkan guna memperoleh jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Data yang diperoleh disusun secara deskriptif, melalui proses yang terstruktur dan sistematis, mulai dari tahap pengumpulan hingga penyusunan laporan hasil penelitian (Abdussamad, 2021). Pendekatan penelitian ini ialah pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari hasil wawancara kepada informan dan diuraikan untuk mencapai tujuan lengkap penelitian mengenai “Strategi Pemasaran Syariah Pada Usaha *Coffee Shop* Cerita Kita di Banjarmasin”.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah *coffee shop* Cerita Kita yang berlokasi di Jl. Cengkeh RT. 34 RW. 02 No. 76, Belakang UIN Antasari Banjarmasin, Kota Banjarmasin. Kota Banjarmasin adalah ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan. Sebagai kota besar, Banjarmasin memiliki beragam potensi pasar dan karakteristik konsumen yang unik. *Coffee shop* Cerita Kita dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan contoh usaha *coffee shop* yang menerapkan strategi pemasaran syariah.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah seseorang yang akan dimintai keterangan untuk penelitian mengenai suatu kondisi latar penelitian ini (Rahim, 2020, hlm. 86). Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik (owner) dan staf karyawan (barista) dari *coffee shop* Cerita Kita di Kota Banjarmasin.

Objek penelitian ini adalah gambaran terhadap bagaimana praktik pemasaran dan strategi pemasaran secara syariah yang diterapkan oleh usaha *coffee shop* Cerita Kita di Kota Banjarmasin (Rahim, 2020, hlm. 86).

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah sebagai keterangan atau bukti mengenai suatu kenyataan yang masih mentah, masih berdiri sendiri, belum diorganisasikan dan belum diolah, atau kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan, yang berupa sampling, sifat dan sekumpulan fakta dari sebuah kejadian. Data yang digali dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan narasumber. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan pemilik (manajer) dan staf karyawan (barista) *coffee shop* Cerita Kita untuk memahami lebih dalam tentang praktik pemasaran yang digunakan serta strategi pemasaran syariah yang diterapkan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data sekunder pada penelitian ini, yaitu:

- 1) Studi pustaka: Mengumpulkan informasi dari literatur terkait mengenai pemasaran syariah, strategi pemasaran untuk usaha *coffee shop*, dan tren pasar terbaru.
- 2) Laporan keuangan: Menganalisis laporan keuangan *coffee shop* Cerita Kita untuk memahami kinerja keuangan dan dampak dari strategi pemasaran syariah terhadap aspek keuangan.
- 3) Data pasar: Mengumpulkan data pasar terkait industri *coffee shop* dan perilaku konsumen di Kota Banjarmasin.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan sebuah subjek dari penelitian yang didapat. Sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik dari *coffee shop* Cerita Kita

beserta karyawan-karyawannya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pengamatan langsung (observasi), wawancara (*interview*), dan dokumentasi.

1. Observasi

Penulis mengamati langsung operasional *coffee shop*, termasuk produk yang ditawarkan, suasana di dalam *coffee shop*, dan interaksi dengan pelanggan untuk memahami bagaimana strategi pemasaran syariah yang diimplementasikan oleh *coffee shop* Cerita Kita dalam praktik sehari-hari.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi lisan antara peneliti dan informan. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu, tetapi pelaksanaannya bersifat fleksibel. Artinya, pertanyaan dapat berkembang selama proses wawancara berlangsung, selama masih relevan dengan topik penelitian, guna menggali pandangan dan informasi yang lebih luas dari narasumber. Adapun subjek utama dalam wawancara ini adalah pemilik dan karyawan dari *coffee shop* Cerita Kita.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan sebagai penguat tanda bukti dalam mengumpulkan data bahwa penulis telah menjalankan penelitian dengan baik. Dokumentasi penelitian ini berupa foto-foto saat melakukan penelitian

pada usaha *coffee shop* Cerita Kita yang berada di Kota Banjarmasin.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

a. *Editting* (pemeriksaan data)

Editting adalah proses penelaahan terhadap data yang telah diperoleh, dengan fokus pada aspek kelengkapan jawaban, keterbacaan informasi, kejelasan makna, serta kesesuaian dan relevansinya dengan data lainnya. Dalam hal ini, peneliti melakukan proses editing terhadap hasil observasi, wawancara, dan dokumen pendukung yang berkaitan dengan strategi pemasaran syariah pada usaha *coffee shop* cerita kita di Banjarmasin.

b. *Classifying* (klasifikasi)

Classifying adalah pengelompokan seluruh data yang diperoleh, baik dari hasil wawancara dengan subjek penelitian, observasi langsung di lapangan, maupun pencatatan lainnya. Seluruh data tersebut dibaca dan dikaji secara mendalam, kemudian diklasifikasikan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Tujuannya adalah agar data menjadi lebih terstruktur, mudah dipahami, dan mampu menyajikan informasi yang objektif. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dikelompokkan berdasarkan kesamaan isi antara hasil wawancara dan dokumen pendukung, guna memperkuat validitas temuan.

c. *Verifying* (verifikasi)

Verifying adalah proses memeriksa data dan informan yang lebih

didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian.

d. *Concluding* (Kesimpulan)

Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan, yang merupakan langkah akhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan ini menjadi hasil akhir yang merangkum temuan-temuan penting terkait objek penelitian. Proses ini dikenal dengan istilah *concluding*, yaitu penyimpulan berdasarkan tiga tahapan sebelumnya: *editing*, *classifying*, dan *verifying*, yang secara keseluruhan membentuk dasar penafsiran data secara sistematis dan logis.

2. Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengelompokan dan penelaahan data yang telah dikumpulkan untuk mengidentifikasi informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian. Tahapan ini mencakup upaya merinci data secara sistematis guna menemukan tema, merumuskan gagasan, serta mengembangkan pemahaman berdasarkan pola yang muncul dari data. Data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumen dianalisis secara mendalam untuk melihat keterkaitan antar informasi, sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai strategi pemasaran syariah pada usaha *coffee shop*, dalam hal ini studi kasus *Coffee Shop Cerita Kita* di Kota Banjarmasin.

G. Tahapan Penelitian

Agar penelitian ini tersusun secara sistematis di tempuh tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan Pendahuluan

Pada tahapan ini penulis melakukan penelitian pendahuluan yaitu mengamati dan mempelajari objek yang diteliti dan dituangkan dalam bentuk proposal yang berjudul “Strategi Pemasaran Syariah Pada Usaha *Coffee Shop* Cerita Kita di Banjarmasin”.

2. Tahapan Pengumpulan Data

Pada tahapan ini penulis langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data-data tentang penelitian dengan pola dan teknik yang ditetapkan dalam metode penelitian, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Tahapan Pengolahan Data

Setelah seluruh data yang diperlukan berhasil dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dengan menggunakan teknik *editing*. Proses ini meliputi penyuntingan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen, kemudian dilanjutkan dengan klasifikasi berdasarkan kategori tertentu. Data yang telah dikelompokkan tersebut kemudian diperiksa kembali untuk memastikan konsistensi dan relevansi, hingga akhirnya ditarik kesimpulan dan dideskripsikan secara sistematis.

4. Tahapan Analisis Data

Setelah data diolah langkah selanjutnya, yaitu analisis data, di mana data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dibahas secara mendalam sehingga tergambar antara hubungan yang satu dengan yang lainnya.

5. Tahapan Penyusunan Akhir (Penyempurnaan)

Pada tahapan ini penulis melaporkan hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis dengan konsultasi terlebih dahulu kepada dosen pembimbing akademik. Selanjutnya disusun dalam bentuk skripsi.