

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh data dari sumber utama. Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian di Jalan Gerilya, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, untuk memperoleh data mengenai praktik pemasaran digital yang dilakukan oleh pelaku UMKM melalui observasi, wawancara.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif karena bertujuan menggambarkan praktik pemasaran digital yang dilakukan oleh pelaku UMKM serta menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah tanpa melakukan pengujian hipotesis.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Gerilya, Kelurahan Tanjung Pagar, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kawasan Jalan Gerilya merupakan salah satu wilayah dengan aktivitas UMKM yang cukup berkembang di Kota Banjarmasin. Berdasarkan rekapitulasi pendataan UMKM Kelurahan Tanjung Pagar Tahun 2023, terdapat 158 unit UMKM yang

beroperasi di kawasan tersebut. Kondisi tersebut menjadikan Jalan Gerilya relevan sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji praktik pemasaran digital pelaku UMKM ditinjau dari perspektif etika bisnis syariah.

Data jumlah UMKM tersebut diperoleh dari rekapitulasi pendataan UMKM Kelurahan Tanjung Pagar Tahun 2023 dan digunakan sebagai dasar untuk menggambarkan kondisi UMKM di lokasi penelitian serta menjadi acuan dalam menentukan informan penelitian melalui teknik *purposive sampling*.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah lima pelaku UMKM yang berada di Jalan Gerilya, Kelurahan Tanjung Pagar, Kecamatan Banjarmasin Selatan. Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian (A. Jilhansyah, 2021).

Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak lima orang. Proses penentuan informan diawali dengan mengidentifikasi pelaku UMKM yang memenuhi kriteria penelitian. Dari hasil identifikasi tersebut, tidak seluruh pelaku UMKM memenuhi kriteria, seperti belum memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran atau belum aktif melakukan pemasaran digital. Selain itu, beberapa pelaku UMKM yang telah memenuhi kriteria tidak bersedia menjadi informan karena pemilik usaha sedang berada di luar kota sehingga operasional usaha pada saat penelitian berlangsung hanya dijalankan oleh

karyawan. Oleh karena itu, diperoleh lima pelaku UMKM yang memenuhi kriteria dan bersedia menjadi informan penelitian. Data yang diperoleh dari kelima informan tersebut dinilai telah memadai untuk menjawab fokus penelitian mengenai praktik pemasaran digital dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Kriteria pelaku UMKM yang dijadikan informan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pelaku UMKM yang memanfaatkan media digital, seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook Marketplace, atau Shopee sebagai sarana pemasaran produknya.
2. Pelaku UMKM yang secara aktif memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk, berkomunikasi dengan konsumen, serta menerima pemesanan atau transaksi.
3. Pelaku UMKM yang menjalankan usahanya di Jalan Gerilya, Kelurahan Tanjung Pagar, Kecamatan Banjarmasin Selatan.
4. Pelaku UMKM yang bersedia menjadi informan dan memberikan informasi sesuai dengan fokus penelitian.

Objek penelitian ini adalah praktik pemasaran digital yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Jalan Gerilya, Kelurahan Tanjung Pagar, Kecamatan Banjarmasin Selatan.

D. Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui wawancara dan observasi terhadap narasumber, yaitu

para pelaku usaha di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui proses wawancara dan observasi di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari lima pelaku UMKM yang menjadi informan penelitian di Jalan Gerilya, Kelurahan Tanjung Pagar, Kecamatan Banjarmasin Selatan. Data primer dalam penelitian ini meliputi:

- a. Informasi mengenai praktik pemasaran digital yang dilakukan oleh pelaku UMKM, seperti media digital yang digunakan dalam kegiatan pemasaran, bentuk pemasaran yang dilakukan, komunikasi dengan konsumen.
- b. Informasi mengenai praktik pemasaran pelaku UMKM yang berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis syariah, meliputi penyampaian informasi produk, keterbukaan informasi harga dan kualitas produk, perlakuan terhadap konsumen, serta upaya menghindari praktik *gharar* dan *tadlis* dalam kegiatan pemasaran digital.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber tidak langsung yang berfungsi sebagai pendukung data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder meliputi buku-buku, jurnal ilmiah, skripsi atau tesis terdahulu, dokumen, artikel ilmiah, serta berbagai sumber kepustakaan

lainnya yang membahas etika bisnis syariah, pemasaran digital, dan UMKM. Data sekunder tersebut digunakan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis terhadap hasil penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mengacu pada pedoman penelitian kualitatif, yaitu melalui observasi mendalam, wawancara mendalam.

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data faktual mengenai aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan. Peneliti mengamati secara langsung seluruh tahapan pemasaran digital, mulai dari proses pemasaran produk melalui media sosial atau platform digital, cara penyampaian informasi produk kepada konsumen, hingga bentuk interaksi antara pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan pemasaran. Melalui pengamatan ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana praktik pemasaran digital yang dilakukan oleh pelaku UMKM serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah, seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan sikap amanah dalam menjalankan aktivitas pemasaran. Kehadiran peneliti di lokasi produksi memungkinkan pengumpulan data yang konkret dan memperkuat validitas temuan yang diperoleh dari wawancara.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dilakukan melalui interaksi komunikasi secara langsung antara peneliti

dan informan, dengan tujuan memperoleh informasi yang mendalam sesuai dengan fokus penelitian (Dawis et al. 2023). Pada penelitian ini, Wawancara dilakukan secara langsung terhadap pemilik atau pengelola usaha yang melakukan kegiatan pemasaran digital di kawasan Jl. Gerilya, Banjarmasin Selatan. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini bersifat terbuka dengan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara terbuka atau tidak terstruktur merupakan teknik wawancara yang bersifat fleksibel, di mana peneliti hanya menggunakan pedoman umum, sedangkan pertanyaan dapat berkembang sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh informan (Sugiyono 2016). Tujuan wawancara ini adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait etika bisnis syariah yang dijalankan pemilik usaha, khususnya dalam etika pemasaran syariah. Informasi yang digali kejujuran penyampaian informasi produk, transparansi harga dan kualitas produk, keadilan terhadap konsumen, serta penghindaran unsur *gharar* dan *tadlis*. Seluruh data yang diperoleh berasal langsung dari penuturan pemilik usaha berdasarkan pengalaman dan kebiasaannya dalam menjalankan bisnisnya. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mengidentifikasi etika dalam praktik pemasaran digital secara aktual dan menilai sejauh mana nilai-nilai Islam terimplementasikan secara nyata dalam kegiatan usaha mereka.

F. Teknis Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan dan menjabarkan secara jelas praktik pemasaran yang dilakukan oleh UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan

sesuai dengan fakta yang ditemukan di lapangan. Data hasil analisis dideskripsikan berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah diuji keabsahannya. Selanjutnya, data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, serta difokuskan pada aspek-aspek yang dianggap penting. Data kemudian disajikan agar memudahkan proses analisis lanjutan. Tahap berikutnya adalah analisis data yang diakhiri dengan penarikan kesimpulan.

G. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan agar tersusun secara sistematis sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan. Adapun tahapan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Tahap pendahuluan merupakan tahap awal dalam pelaksanaan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan studi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan praktik pemasaran digital pada pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan. Studi awal tersebut dilakukan dengan meninjau kondisi lapangan secara umum serta mengumpulkan informasi awal terkait aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Hasil pengamatan awal tersebut, penulis kemudian merumuskan permasalahan penelitian dan dikonsultasikan kepada dosen pembimbing I, Dr. H. Sukarni, M.AG dan dosen pembimbing II, Dr. Yulia Hafizah, SHI, MEI. Setelah proposal penelitian disetujui, peneliti melaksanakan seminar proposal sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan

penelitian. Setelah pelaksanaan seminar proposal, penulis melakukan observasi lapangan secara lebih mendalam pada pelaku UMKM yang berada di wilayah Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan guna memperoleh data awal mengenai praktik pemasaran digital yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut.

2. Tahap Pengumpulan Data

Setelah mengurus surat izin penelitian, peneliti mulai melakukan pengumpulan data di lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lanjutan dan wawancara mendalam dengan para pelaku UMKM yang menjadi informan dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga melakukan dokumentasi untuk melengkapi serta memperkuat data yang diperoleh di lapangan. Seluruh proses pengumpulan data tersebut dilaksanakan dengan mengacu pada teknik-teknik dalam metode penelitian kualitatif.

3. Tahap Pengolahan Data dan Analisis

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif Miles dan Huberman. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan akhir penelitian. Analisis ini bertujuan untuk menghasilkan temuan penelitian yang terstruktur, mendalam, dan sesuai dengan fokus kajian.

Tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses awal dalam analisis data kualitatif yang mencakup kegiatan merangkum informasi, menyaring poin-poin utama, memusatkan perhatian pada aspek-aspek yang relevan, serta mengidentifikasi pola dan tema yang muncul. Tahapan ini bertujuan untuk menyederhanakan kompleksitas data lapangan sehingga menghasilkan informasi yang lebih terstruktur dan bermakna. Dengan data yang telah direduksi, peneliti akan memperoleh gambaran yang lebih tajam mengenai fokus penelitian, serta memudahkan dalam pengumpulan lanjutan dan penelusuran data yang diperlukan di tahap berikutnya.

b. Penyajian Data

Pada tahap ini, data yang telah disaring dan dirangkum disusun kembali dalam bentuk yang sistematis dan terpadu sehingga membentuk suatu gambaran yang utuh dan menyeluruh mengenai konteks penelitian. Penyajian ini memungkinkan peneliti untuk melihat keterkaitan antar bagian data secara menyeluruh, serta membuka kemungkinan untuk menggali lebih dalam aspek-aspek tertentu jika diperlukan.

c. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan serta verifikasi kesimpulan. Sejak awal pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai menginterpretasikan makna informasi yang diperoleh,

mengidentifikasi pola, keteraturan, hubungan sebab-akibat, serta kemungkinan konfigurasi data yang ada.

4. Tahap Penyusunan Laporan

Setelah proses analisis data selesai dilakukan, hasil penelitian tersebut kemudian dikonsultasikan secara bertahap kepada dosen pembimbing untuk memperoleh arahan dan perbaikan. Selanjutnya, peneliti menyusun laporan akhir penelitian dalam bentuk karya ilmiah berupa skripsi. Naskah skripsi yang telah disusun kemudian diperbaiki dan disempurnakan sebelum dipersiapkan untuk dipresentasikan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai tahap akhir dalam penyelesaian studi.