

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan bertujuan agar data yang diperoleh lebih relevan dan dapat memperoleh data secara intensif bagaimana keadaan lingkungan dan individu sumber data.

Jenis pendekatan yang dipilih peneliti adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan kualitatif bertujuan agar suatu penelitian menjadi sistematis, faktual dan akurat.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada toko Cemilan Alisha yang beroperasi di Kota Banjarmasin tepatnya di Jl. Sungai Andai, Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Lokasi ini dipilih karena Kota Banjarmasin memiliki riwayat penjualan terbanyak, memiliki prospek perkembangan yang signifikan.

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian adalah individu yang menjadi sumber informasi yang berkaitan dengan proses penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan toko Cemilan Alisha yang berstatus Star+ di *platform* Shopee Indonesia.

## 2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian adalah apa yang menjadi pokok perhatian pada sebuah penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah toko Cemilan Alisha yang berstatus Star+ di *platform* Shopee Indonesia.

### D. Data dan Sumber Data

#### 1. Data

Data adalah semua fakta dan angka-angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun sebuah informasi. Data yang akan diambil untuk penelitian ini berupa:

##### a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama. Data primer yang diambil untuk penelitian ini yaitu:

##### 1) Data Penjualan

Data penjualan toko Cemilan Alisha, termasuk data historis penjualan sebelum dan setelah menjadi Star+ *Seller*.

##### 2) Data Penggunaan *Platform* Shopee

Data yang memuat penggunaan dan kinerja toko Cemilan Alisha di *platform* Shopee Indonesia, seperti jumlah transaksi, peringkat toko, ulasan pelanggan, dan aktivitas promosi yang dilakukan.

##### b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data tambahan yang tidak langsung berasal dari lapangan, melainkan dari sumber yang sudah ada atau telah dibuat oleh orang lain (misalnya dokumen, buku, foto, dan lain-lain). Data

sekunder penelitian ini diperoleh dari teori-teori atau bahan bacaan yang relevan terkait dengan penelitian ini.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dari pemilik ataupun karyawan toko Cemilan Alisha yang berstatus Star+ di *platform* Shopee Indonesia.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai berikut:

### 1. Wawancara terstruktur

Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik toko dan karyawan Cemilan Alisha untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana optimalisasi usaha yang diukur melalui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang dihadapi ketika berstatus Star+ *Seller* di Shopee Indonesia.

### 2. Observasi Non Partisipan

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas operasional Cemilan Alisha sebagai Star+ *Seller* untuk menilai praktik, strategi, dan proses bisnis yang terkait dengan faktor SWOT, tanpa terlibat langsung dalam kegiatan toko.

### 3. Data dari *Platform* Shopee

Menganalisis data yang tersedia dari *platform* Shopee Indonesia, seperti data penjualan, peringkat toko, ulasan pelanggan, dan data kinerja lainnya, dan dampak berstatus Star+ *Seller*.

## F. Analisis Data

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan penelitian, yaitu menggunakan Analisis SWOT. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Faktor internal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*). Setelah matrik IFAS dan EFAS selesai disusun, hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT (Kurniasih dkk., 2021, hlm. 81).

### 1. Analisis Faktor Internal (IFAS) dan Faktor Eksternal (EFAS)

Analisis Faktor Internal (IFAS) dilakukan setelah faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) selesai diidentifikasi, dilanjutkan dengan penyusunan tabel matriks IFAS sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Matriks Analisis Faktor Internal (IFAS)**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan: Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan optimalisasi Usaha Cemilan Alisha berdasarkan hasil wawancara			
Kelemahan:			

Menentukan faktor-faktor yang menjadi kelemahan optimalisasi Usaha Cemilan Alisha berdasarkan hasil wawancara			
Total	1,00		

*Sumber: Rangkuti, 2014*

Kemudian, analisis Faktor Eksternal (EFAS) dilakukan setelah faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) selesai diidentifikasi, dilanjutkan dengan penyusunan tabel matriks EFAS sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Matriks Analisis Faktor Eksternal (EFAS)**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang: Menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang optimalisasi Usaha Cemilan Alisha berdasarkan hasil wawancara			
Ancaman: Menentukan faktor-faktor yang menjadi ancaman optimalisasi Usaha Cemilan Alisha berdasarkan hasil wawancara			
Total	1,00		

*Sumber: Rangkuti, 2014*

Dari kedua tabel dapat diketahui bagaimana cara menghitung matrix IFAS dan EFAS yaitu:

- a) Masukkan faktor-faktor tabel IFAS dan EFAS pada kolom 1
- b) Pada kolom 2, beri bobot masing-masing faktor menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00
- c) Pada kolom 3, hitung rating masing-masing faktor menggunakan skala angka 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (sangat lemah).
- d) Pada kolom 4, kalikan bobot dengan rating. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (sangat kuat) sampai dengan 1,0 (sangat lemah)
- e) Pada kolom 4, jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor bobot faktor yang dianalisis. Nilai total ini menunjukkan bagaimana variabel yang di analisis bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internal maupun eksternalnya.

## 2. Matriks Analisis SWOT

Matrik analisis SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis yang digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Matriks Analisis SWOT**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan (Strengths)</b>  Tentukan 5-10 kekuatan internal	<b>Kelemahan (Weakness)</b>  Tentukan 5-10 kelemahan internal
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Strategi S – O</b> Membuat strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi W – O</b> Membuat strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Peluang (Opportunity)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi S-T</b> Membuat strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman	<b>Strategi W – T</b> Membuat strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
<b>Ancaman (Threat)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		

Sumber: Kurniasih dkk, 2021

Dari tabel diatas dapat diambil penjelasan, yaitu:

- a) Strategi S-O (*Strength-Opportunity*), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memaksimalkan peluang yang sebesar-besarnya.
- b) Strategi S-T (*Strength-Threat*), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.
- c) Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan seluruh peluang untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki.

- d) Strategi W-T (*Weakness-Threat*), strategi ini merupakan strategi pertahanan karna dibuat untuk berusaha meminimalkan kelemahan, serta menghindari ancaman yang ada.

## **G. Tahapan Penelitian**

Pada tahapan penelitian ini dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

### **1. Tahap Pendahuluan**

Pada tahap ini merupakan langkah awal peneliti dalam memilih topik yang menarik dan relevan. Proses ini melibatkan identifikasi masalah yang ingin diselidiki secara mendalam, proses perencanaan penelitian, dan di akhiri oleh dibuatnya proposal penelitian yang berjudul “Optimalisasi Usaha Cemilan Alisha di Kota: Analisis SWOT Pada Transformasi Toko Non-Star *Seller* Menjadi Star+ *Seller Platform* Shopee Indonesia”. Dalam proses penyempurnaan proposal ini maka dilakukan konsultasi dengan dosen penasehat, meminta persetujuan judul kepada pihak Jurusan Ekonomi Syariah, ditetapkan nya dosen pembimbing 1 dan 2, konsultasi lanjutan dengan kedua dosen pembimbing, dan di akhiri dengan presentasi proposal skripsi yang telah dibuat.

### **2. Tahap Pengumpulan Data**

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data-data yang diperlukan sebagai bahan untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Data yang dikumpulkan harus relevan dengan penelitian dan telah mendapat izin dari pihak yang diteliti.

### 3. Tahap Pengelohan Data

Pada tahap ini data yang terkumpul dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi hasil akhir dan solusi dari permasalahan yang diteliti melalui teknik yang sudah ditentukan sesuai dengan relevansi penelitian.

### 4. Penyusunan Laporan Akhir

Pada tahap ini hasil penelitian disusun pada laporan yang sistematis. Laporan disusun dengan jelas dan sesuai dengan format yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdasarkan pedoman yang telah diberikan dibantu oleh dosen pembimbing 1 dan 2 yang dibuktikan dengan lembar konsultasi sehingga dianggap layak sebagai karya tulis ilmiah dan dapat di munaqasyahkan.