

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan meneliti langsung ke lokasi penelitian yang telah ditetapkan untuk menggali, menghimpun dan mengumpulkan sejumlah data yang diperlukan¹ mengenai Strategi Pemasaran Pedagang Tas Di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Islam. Dengan mengambil sifat penelitian berupa kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menuturkan apa-apa saat ini berlaku. Didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi sekarang ini terjadi atau pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data dekriptif melalui pengungkapan kata-kata tertulis atau lisan yang bersumber pada hasil wawancara serta hasil dokumentasi.²

Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut lexy J. Moloeng yang dikutip dari pendapat Bogdan dan Taylor yang mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang

¹Bahrudin Ash- Shafa, *Metode Penelitian Hukum*, Cet. II (Jakarta: Sinar Grafika, 1993), hlm. 52.

²Muhaimin, *metodeloggi penelitian: Buku Ajar Untuk Perguruan Tinggi*, (Yogyakarta: Pustaka Prisma, 2010), hlm. 22.

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang diamati.³

Sehingga dalam penelitian kualitatif ini adalah penelitian yang berdasarkan pengalaman dibalik fenomena secara mendalam rinci, tuntas mengenai Strategi Pemasaran Pedagang Tas Di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Islam.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Jl. Pangeran Antasari Sentra Antasari No.1, kelayan Luar, Banjarmasin Tengah, kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive sampling* (berkriteria), dengan dasar pertimbangan karena: Belum pernah ada yang meneliti para pedagang tas di pasar sentra Banjarmasin.

C. Data dan Sumber Data

1. Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif dan kuantitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta.

Adapun data yang akan digali dalam penulisan ini meliputi:

- a. Sejarah berdirinya pasar sentra antasari
- b. Identitas informan dari pemilik meliputi: nama, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, alamat sekarang, agama, pekerjaan.

³Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 2007, hlm. 4.

2. Sumber data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Sumber data primer yang diperoleh dari informan, yang menjadi informan tersebut adalah pemilik dari toko tas, di pasar sentra antasari Banjarmasin.

b. Data Skunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan para Pedagang Tas Di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa teknik, yaitu :

1. Wawancara yaitu Tanya jawab yang dilakukan terhadap responden atau beberapa orang informan yang dianggap memiliki pengetahuan yang memadai tentang masalah yang diteliti, sehingga diperoleh data-data yang diperlukan.
2. Observasi yaitu pengamatan secara langsung ditempat atau lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran umum mengenai penelitian yang akan dilaksanakan.

3. Dokumentasi yaitu menghimpun data-data laporan mengenai Strategi Pemasaran Pedagang Tas Di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Islam.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan *interview*/wawancara untuk meningkat pemahaman tentang objek penelitian dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁴ Bogdan menyatakan bahwa *data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnote, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others* (analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan langsung, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.⁵

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data yang lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar daripada angka-angka.

Analisis data merupakan aktivitas pengorganisasian data.⁶ Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil *interview*

⁴Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000), hlm. 142.

⁵Henni Boijen, *Analysis In Qualitative Research* (London: SAGE, 2010), hlm. 76.

⁶Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *metode penelitian kwaitatif* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2009), hlm. 145.

untuk meningkatkan pemahaman tentang objek penelitian dan menyajikannya

Internal Eksternal	STRENGTH-S Daftar Kekuatan	WEAKNESS-W Daftar Kelemahan
OPPORTUNIT Y-O Daftar Peluang	STRATEGI S-O Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Atasi kelemahan dengan memanfaatkan kanpeluang
THREATHS-T Daftar Ancaman	STRATEGI S-T Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI W-T Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

sebagai temuan bagi orang lain. Penelitian ini menggunakan matriks SWOT (*Strengths-Weakness Opportunity-Threats*). Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Diagram Matriks SWOT:

Gambar1.Matriks SWOT
Sumber: Freddy Rangkuti, 2015.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan matriks SWOT adalah:

1. Tentukan faktor-faktor peluang eksternal perusahaan.
2. Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal perusahaan.
3. Tentukan faktor-faktor kekuatan internal perusahaan.
4. Tentukan faktor-faktor kelemahan internal perusahaan.
5. Sesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O.

6. Sesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O.
7. Sesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T.
8. Sesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T.