

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif atau selanjutnya dapat disebut penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang diperoleh dengan suatu teori yang sudah ditentukan.

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan mengenai etika bisnis dalam bertransaksi menggunakan *marketplace* pada pengusaha busana muslim. alasan kenapa penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif adalah karena objek yang diteliti yaitu transaksi pengusaha busana muslimah didalam *marketplace* yang akan ditinjau dari etika bisnis islam.

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pengusaha busana muslimah Yogyakarta di Sleman adapun waktu pelaksanaannya penelitian ini akan dilakukan pada bulan November 2019.

C. Objek dan Subjek Penelitian

Obyek penelitian adalah sebuah permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, obyek penelitian adalah *marketplace* sebuah aplikasi yang diberikan oleh teknologi yang digunakan dalam berbisnis. Subjek penelitian adalah orang yang memberikan sebuah informasi atau data mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian ini adalah pengusaha busana muslimah yang berada di Sleman kurang lebih 6 pengusaha busana muslimah yaitu luzyscollection, loker hasanah, secha.shop, adabia gerai hijab, konveksi zulfa salma dan malika hijab store. Subjek yang saya teliti telah bergabung didalam *marketplace* selama satu tahun, oleh karenanya dapat melihat dari alur penjualan didalmnya. Tidak hanya lamanya mereka bergabung didalam *marketplace* tetapi juga mereka memiliki barang yang variatif yang mereka jual didalam *marketplace* mereka.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terbagi menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder :

- a. Data primer : data yang terkumpul dari lapangan atau diperoleh secara langsung berupa tanggapan dari responden mengenai transaksi yang dilakukan didalam *marketplace*. Dan dilengkapi dengan hasil wawancara terhadap responden.
- b. Data sekunder : data ini diperoleh melalui media perantara yaitu : jurnal, artikel, thesis, buku dan sebagainya yang dianggap dapat menunjang dalam penulisan skripsi ini.

Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap subjek penelitian dan data sekunder yang diperoleh dari media-media berupa jurnal, buku, artikel, dsb.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan atau yang diinginkan. Adapun terdapat berbagai cara untuk mengumpulkan data tersebut, yaitu :

- a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara tatapmuka antara penulis dengan subjek peneliti secara langsung dan melakukan tanya jawab yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diteliti. Subjek disini adalah pengusaha busana muslimah di yogyakarta terkhusus di Sleman. Hasil yang diinginkan dari tahap wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi dan data yang akurat mengenai transaksi didalam *marketplace*.

- b. Dokumentasi

Sumber dokumentasi yang didapatkan disini adalah melalui *marketplace* yang digunakan oleh pengusaha dan akun media sosial pengusaha. Dari sumber ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan atau sebagai penguat dari informasi sekunder dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan teknik studi lapangan (*Field Research*) dalam penelitian ini penulis terjun langsung ke lokasi dengan menggunakan teknik wawancara

F. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Instrumen penelitian adalah sebuah alat-alat atau benda yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data-data. Instrumen ini bisa berupa angket, kuesioner, wawancara, buku catatan, *handphone*, dan taklupa peneliti itu sendiri. Dalam instrumen ini peneliti menggunakan instrumen berupa wawancara, angket atau kuesioner dan alat bantu rekam dan peneliti itu sendiri.

G. Teknik analisis data.

Didalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif yaitu dari tahap memperoleh data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian dilanjutkan dengan pengambilan kesimpulan. Dalam metode analisis deskriptif tahapan-tahapan yang dilakukan sebagai berikut :

a) Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu bentuk teknik analisis data kualitatif. Didalam penelitian ini penulis mengelola data dalam bentuk tulisan yang akan digunakan dalam penarikan kesimpulan. Peneliti menjelaskan data tentang proses transaksi yang dilakukan pengusaha busana muslim di *marketplace* yang disesuaikan dengan etika bisnis Islam dalam bentuk narasi, tabel, gambar, dsb.

Penulis menyajikan data-data relevan yang sudah diperoleh dari subjek penelitian untuk dijadikan sebagai landasan penelitian. Data ini diperoleh dari hasil wawancara, hasil observasi atau hasil dokumentasi terhadap objek penelitian yaitu pengusaha busana muslimah.

b) Reduksi data

Proses ini merupakan sebuah proses pemilihan, penyederhanaan, penafsiran informasi data sekunder maupun primer yang diperoleh melalui penelitian. Setelah data terkumpul tahap selanjutnya yaitu pengumpulan data yang akan dirangkum informasinya menjadi informasi penting dari transaksi yang dilakukan oleh pengusaha busana muslimah di Sleman yang dikaitkan dengan etika bisnis Islam. Penjelasan dalam penerapan etika bisnis Islam didalam transaksi *marketplace* .

Didalam etika bisnis Islam terdapat beberapa landasan normatif yang harus diaplikasikan kedalam bisnis melalui *marketplace* yaitu :

- a. Landasan tauhid, mencakup produk yang diperjual belikan sesuai dengan syariah Islam.
 - b. Landasan keseimbangan (keadilan), meliputi penetapan harga
 - c. Landasan kehendak bebas, mencakup kebebasan konsumen dalam memilih dan menentukan kehendak.
 - d. Landasan pertanggungjawaban, meliputi promosi termasuk iklan didalamnya dan sikap produsen terhadap konsumen.
- c) Penarikan Kesimpulan

penarikan kesimpulan disini adalah sebuah analisis data yaitu dapat memberikan kesimpulan dari analisis peneliti yang dapat diverifikasi (diambil sebuah tindakan).

Berdasarkan dari metode analisis data tersebut, penulis menyajikan data yang berkaitan dengan penggunaan *marketplace* kemudia data tersebut dikelola dan dianalisis kesesuaiannya dengan konsep etika bisnis Islam.