

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Secara umum, metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Penelitian bisnis sendiri biasanya dilakukan oleh kalangan akademisi yang fokus mempelajari bidang-bidang seperti bisnis umum, manajemen bisnis, perilaku organisasi, sistem informasi manajemen, serta manajemen operasional. (Priadana dan Sunarsi (2021:19). Metode penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu metode deskriptif kualitatif sebagaimana sugiyono dalam Septiani, R. A. D., dan Wardhana, D. (2022:132) menjelaskan bahwa: “metode deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang melukiskan, mendeskripsikan, serta memaparkan apa adanya kejadian objek yang diteliti berdasarkan situasi dan kondisi ketika penelitian itu dilakukan”.

Lebih lanjut Walidin, dkk dalam Fadli (2021:35) memperkuat bahwa:

Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah.

Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif pada penelitian ini yang berjudul “Peranan Strategi Digital *Marketing Fashion Thrifting* dalam Meningkatkan Tingkat Penjualan (Suatu Studi pada UMKM di Kabupaten Ciamis)” dapat menggali pemahaman mendalam tentang isu strategi digital *marketing* yang digunakan oleh UMKM *fashion thrifting* di Kabupaten Ciamis, serta menginterpretasikan cara UMKM *fashion thrifting* memahami lingkungannya yaitu

memahami bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pelaku UMKM yang bergerak di bidang *fashion thrifting* serta melihat dan memaknai seperti tren pasar, perilaku konsumen, atau kondisi ekonomi. dan bagaimana pemahaman tersebut memengaruhi penjualan entitas usaha, Dalam artian penelitian ini juga ingin melihat bagaimana peranan strategi pemasaran digital memengaruhi tingkat penjualan serta alasan apa yang melatar belakangi UMKM mengambil keputusan untuk melakukan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan usahanya, Hal ini sejalan dengan Fadli (2021:36) menjelaskan bahwa:

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari sebuah realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Karena peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar (setting) yang alamiah (naturalistic) bukan hasil perlakuan (treatment) atau manipulasi variable yang dilibatkan.

3.2 Desain Penelitian

Melalui metode penelitian deskriptif kualitatif pada penelitian ini menggunakan desain penelitian yang menerapkan prinsip fleksibel hingga batas tertentu, yaitu ketika terjadinya kekeliruan desain selama proses penelitian, desain penelitian dapat diubah berdasarkan keperluan penelitian dengan batasan-batasan tertentu (tidak merubah keseluruhan desain). Hal tersebut sebagaimana Merriam dalam Prihatsanti, dkk (2018:130) “menjelaskan proses rancangan penelitian kualitatif dengan lebih rinci, termasuk di dalamnya adalah melakukan tinjauan literatur, membangun kerangka teoritis, mengidentifikasi masalah penelitian, menyusun dan mempertajam pertanyaan penelitian dan memilih sampel (*purposive sampling*).” Pendekatan yang dikembangkan oleh Merriam menggabungkan

elemen-elemen dari pendekatan Yin dan Stake, dengan menawarkan desain yang tetap fleksibel hingga batas tertentu. Dalam prosesnya, *purposive sampling* dilakukan sebelum tahap pengumpulan data, sementara *theoretical sampling* diterapkan secara bersamaan selama proses pengumpulan data berlangsung (Prihatsanti, dkk, 2018:130).

3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel /Parameter

3.1.1 Definisi Variabel /Parameter

Menurut Sugiyono dalam Ridha (2017:66) menjelaskan bahwa: “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (X)

Menurut Ridha (2017:66) menjelaskan bahwa: “variabel ini sering disebut variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Variable independent (X) dalam penelitian ini adalah strategi digital *marketing*. Strategi digital *marketing* merupakan sebuah atau suatu strategi dalam kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau sebuah produk menggunakan media digital atau internet (Erwin, et.al, 2024:15).

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Ridha (2017:66) “variabel dependen disebut juga variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat di-sebut juga variabel indogen.” Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) yang digunakan adalah tingkat penjualan. Menurut Sudiyanto, Totok (2019:156) menjelaskan bahwa:

Tingkat penjualan adalah suatu unit produk yang terjual dalam perusahaan yang dinilai dengan sejumlah uang atau rupiah dalam jangka waktu tertentu. Berarti, tingkat penjualan dapat diartikan sebagai hasil penjualan dalam jangkawaktu tertentu yang tujuannya untuk meningkatkan laba perusahaan.

3.1.2 Operasionalisasi Variabel/Parameter

Menurut Sugiyono dalam Megasari dan Latif (2022:799) Operasional Variabel adalah:

Seperangkat lengkap petunjuk tentang apa yang harus diamati dalam mengukur atau menguji suatu variable dalam pengujian kesempurnaan.Operasional variable mampu menetapkan aturan dan prosedur bagi penulis dalam menjalankan penelitian agar pengumpulan data dan analisis lebih terarah, focus, efisien, serta konsisten.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Vaiabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Strategi Digital Marketing	Strategi digital <i>marketing</i> merupakan sebuah atau suatu strategi dalam kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau sebuah produk menggunakan media digital atau internet (Erwin, et.al, 2024:15).	Kim dalam Oktaviani, et.al (2022:29) menjelaskan indicator digital <i>marketing</i> sebagai berikut: <i>a. Interactive</i> , merupakan salah satu teknik promosi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi sehingga dapat

			<p>menekan biaya dan waktu transaksi.</p> <p>b. Incentive Program, adalah program-program menarik yang menjadi keunggulan dalam setiap promosi yang dilakukan.</p> <p>c. Site Design, merupakan tampilan menarik dalam media digital <i>marketing</i> yang dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.</p> <p>d. Cost, merupakan salah satu teknik promosi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi sehingga dapat menekan biaya dan waktu transaksi.</p>
2.	Tingkat Penjualan	Tingkat penjualan adalah suatu unit produk yang terjual dalam perusahaan yang dinilai dengan sejumlah uang atau rupiah dalam jangka waktu tertentu. Berarti, tingkat penjualan dapat diartikan sebagai hasil penjualan dalam jangkawaktu tertentu yang tujuannya untuk meningkatkan laba Perusahaan (Sudiyanto, Totok, 2019:156).	Menurut Kotler dan Keller dalam Hulu, et.al. (2023:811) terdapat 3 indikator tingkat penjualan yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencapai volume penjualan 2. Mendapatkan laba 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Sumber: Data Diolah 2025

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:213) mengatakan bahwa, “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data”. Data primer sendiri dapat berupa catatan resmi yang dibuat pada saat acara atau upacara, keputusan rapat, wawancara, keterangan oleh saksi mata dilapangan, foto-foto serta doumentasi lainnya.” Terkait dengan penelitian ini data primer diperoleh dari hasil meninjau langsung ke lokasi penelitian, serta mengobservasi objek penelitian.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213) mengatakan bahwa, “Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan dari informasi yang didapatkan seperti dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, internet dan skripsi.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:224) bahwa “Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Dalam penelitian ilmiah teknik pengumpulan data merupakan langkah yang harus dilakukan serta paling utama, karena tujuan melakukan penelitian untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sebagaimana Marshall dan Rossman dalam Fadli (2021:40) “Dalam pengumpulan data Penelitian kualitatif biasanya bertumpu pada triangulasi data yang diperoleh dari tiga metode yaitu *interview*, *participant*

observation, dan analisis dokumen (*document record*)". Maka pada penelitian ini

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Peneliti dapat mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian melalui komunikasi langsung antara peneliti dengan sumber informasi (orang yang diwawancarai).

2. Observasi (*participant observation*)

Observasi merupakan kegiatan pengambilan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian yang ada kaitannya dengan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti.

3. Analisis Dokumen

Melakukan analisis atau pendalaman pada suatu dokumen yang menjadi sumber data serta berkaitan dengan studi kasus yang sedang akan diteliti.

4. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan bacaan yang relevan dengan masalah yang diteliti berupa buku-buku dan literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

5. Triangulasi

Teknik pengumpulan data yang diperoleh dari tiga metode yaitu *interview*, *participant observation*, dan analisis dokumen (*document record*).

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018:226) bahwa “analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul”. Pada penelitian ini teknik data yang dilakukan mencakup beberapa tahapan untuk mendapatkan suatu simpulan yang akurat, sebagaimana yang diungkapkan menurut Miles & Huberman dalam Fadli (2021:43) ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi data: merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola serta membuang yang dianggap tidak perlu.
2. Display data (penyajian data): hal ini dilakukan dalam bentuk uraian/deskripsi, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.
3. Conclusions (menarik kesimpulan dan verifikasi): penampilan dari permulaan pengumpulan data, alur, sebab-akibat/kausalitas dan proporsi-proporsi lainnya. kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Namun, kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan akan memunculkan temuan baru (novelty) yang sebelumnya belum pernah ada.

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian

3.6.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kabupaten Ciamis khususnya UMKM *fashion* yang menjual pakaian bekas (*thrifting*) pada setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Ciamis.

3.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober 2023 sampai Desember 2024. Adapun kegiatan penelitian ini meliputi tahap persiapan sampai dengan rencana sidang skripsi.

Tabel 3. 2
Jadwal Penelitian dan Proses Pembuatan Skripsi

No	Kegiatan	2024											
		Jan	Feb	Mart	Aprl	Mei	Jun	Jul	Agus	Sep	Okt	Nov	Des
1	Pengajuan Judul												
2	Observasi dan Penyusunan Usulan Proposal												
3	Seminar Usulan Penelitian												
4	Pelaksanaan Penelitian												
5	Pengumpulan Data												
6	Pengolahan data												
7	Penyusunan Skripsi												
8	Sidang Skripsi												