

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Berdasarkan tema yang diangkat oleh peneliti, penelitian ini menggunakan jenis penelitian *case study*, dimana studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif dengan melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap, program, kejadian, proses, aktifitas, terhadap satu atau lebih orang.<sup>1</sup> Pada penelitian ini akan melakukan eksplorasi secara mendalam mengenai aktifitas pemasaran pada *fashion muslim Tan'eem*, khususnya pada strategi *branding islaminya*.

Dalam penelitian dengan judul “Analisis *Islamic Branding* Pada *Fashion Muslim Tan'eem Kudus* Dalam Upaya Menarik Minat Beli Konsumen (Perspektif Manajemen Bisnis Syariah)” menggunakan penelitian *field research* atau penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Menurut Creswell, J.W penelitian kualitatif sebagai suatu metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan, dan pengumpulan data-data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis secara induktif mulai dari tema khusus ke umum, dan menafsirkan makna data.<sup>2</sup>

Adapun pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis tentang informasi ilmiah yang diperoleh dari subjek atau objek penelitian yang alamiah tersebut.<sup>3</sup> Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi pemasaran melalui *Islamic branding* yang diterapkan pada fesyen muslim Tan'eem di Kudus. Dimana peneliti melakukan survei langsung di lapangan dengan

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: CV. Alfabeta, 2018, hlm. 39.

<sup>2</sup> Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis*, Malang: Media Nusa Creative, 2016, hlm. 30.

<sup>3</sup> Sanusi Anwar, “Metodologi Penelitian Bisnis,” *Jakarta: Salemba Empat*, 2011.

menjelaskan secara menyeluruh seluruh data yang diperoleh secara tuntas mengenai kenyataan yang sebenarnya dan menganalisis *Islamic branding* pada fesyen muslim Tan'eem.

## **B. Setting Penelitian**

Setting penelitian meliputi lokasi dan waktu penelitian, peneliti melakukan observasi penelitian pada *offline* dan *online store* Tan'eem. Dimana *offline store* yang berlokasi di Janggalan Rt 03 Rw 02 No. 116 kecamatan Kota, kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Sedangkan *online store* pada sosial media yang digunakan dalam mempromosikan produknya seperti Instagram dan Facebook. Dengan waktu penelitian dimulai pada 18 Juni- 23 Juni 2022.

## **C. Subyek Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggali informasi dari berbagai sumber diantaranya melalui observasi di lapangan, wawancara yang mendalam, dokumentasi dan foto dari sumber yang bersangkutan dan terpercaya. Penelitian ini dilakukan peneliti dengan datang langsung ke *offline store* Tan'eem guna melakukan observasi, selain itu observasi juga dilakukan pada *online store* Tan'eem, serta wawancara dengan berbagai pihak agar mendapatkan informasi yang akurat. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu *co-founder* yang sekaligus menjadi manajer pemasaran pada fesyen muslim Tan'eem, kemudian wawancara dengan beberapa konsumen *offline store* Tan'eem.

## **D. Sumber Data**

Data adalah fakta empiris yang dikumpulkan oleh peneliti untuk memecahkan masalah dan menjawab pertanyaan penelitian. Data penelitian dapat diperoleh dari berbagai sumber yang dikumpulkan selama kegiatan penelitian dengan menggunakan berbagai teknik selama kegiatan berlangsung.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data dari metode kualitatif, dimana sumber data berbentuk kata-kata bukan berupa angka. Menurut sumbernya, data penelitian dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

---

<sup>4</sup> Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015, hlm. 67.

### 1. Data primer

Data primer adalah data yang peneliti peroleh atau kumpulkan langsung dari sumber data. Untuk memperoleh data primer, peneliti perlu mengumpulkannya secara langsung.<sup>5</sup> Sumber data primer peneliti diperoleh dari kegiatan observasi langsung kemudian juga dengan wawancara yang mendalam dengan pelaku bisnis fesyen muslim Tan'eem yaitu *co-founder* yang sekaligus menjadi manajer pemasaran, dan beberapa konsumen *offline store* Tan'eem.

### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang ada.<sup>6</sup> Adapun sumber data sekunder yang peneliti gunakan yakni berasal dari dokumen-dokumen yang terkait pada fesyen muslim Tan'eem, serta buku dan jurnal ilmiah yang menunjang dalam penelitian ini.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu:

### 1. Metode obsevasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara merekam tingkah laku suatu subjek, objek, atau kejadian yang sistematis tanpa bertanya atau berkomunikasi dengan orang yang diselidiki. Observasi mencakup semua hal yang berkaitan dengan pengamatan terhadap aktivitas atau kondisi perilaku atau non-perilaku.<sup>7</sup> Metode ini digunakan peneliti dalam mengamati kegiatan pemasaran yaitu terkait *Islamic branding* yang ada di Tan'eem, baik itu *offline* maupun *online store*.

### 2. Metode wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan mengajukan pertanyaan tentang topik penelitian secara lisan kepada subjek penelitian.<sup>8</sup> Teknik wawancara dalam penelitian merupakan wawancara semi terstruktur dimana peneliti bebas menetapkan sendiri pertanyaan yang diajukan kepada informan yang berhubungan dengan topik

<sup>5</sup> Siyoto dan Sodik, hlm. 67-68.

<sup>6</sup> Siyoto dan Sodik, hlm. 68.

<sup>7</sup> Anwar, "*Metodologi Penelitian Bisnis*", hlm. 111.

<sup>8</sup> Anwar, hlm. 105.

penelitian. Melalui metode wawancara ini, peneliti menyelidiki dan mengumpulkan data penelitian dan mencatat tanggapan informan penelitian. Wawancara dengan penelitian ini dengan memperkenalkan pertanyaan semi terstruktur secara sistematis yang digunakan sebagai pedoman wawancara. Wawancara penelitian ini dilakukan pada responden yang telah ditentukan sebelumnya yaitu pelaku bisnis fesyen muslim Tan'eem *co-founder* yang sekaligus sebagai manajer pemasaran, dan beberapa konsumen *offline store* Tan'eem.

### 3. Metode dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Baik berupa bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>9</sup> Metode dokumentasi ini biasanya digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan.<sup>10</sup> Metode ini digunakan dalam penelitian ini untuk memperkuat dan mendukung informasi yang didapat melalui observasi dan wawancara. Dokumentasi yang diambil oleh peneliti yaitu terkait gambar produk, tulisan mengenai profil Tan'eem, serta gambar strategi pemasaran pada *online store* Tan'eem.

## F. Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui uji kredibilitas data, temuan data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sebenarnya terjadi pada obyek yang diteliti. Macam-macam uji kredibilitas data dalam metode penelitian kualitatif yaitu:<sup>11</sup>

### 1. Perpanjangan pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Perpanjangan pengamatan ini, peneliti mengecek kembali apakah data yang telah diberikan selama ini merupakan data yang sudah benar atau tidak. Sehingga hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin terbentuk *rapport* (semakin akrab, terbuka, saling percaya), dengan itu data yang diperoleh dapat lebih dipercaya. Peneliti melakukan

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 396.

<sup>10</sup> Anwar, "*Metodologi Penelitian Bisnis*", hlm. 114.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm.435-441..

observasi dan wawancara yang tersistematis dan *continue* untuk menggali informasi secara keterbukaan, mulai tahap proses pelaksanaan, hingga faktor pendukung keberhasilan dalam pelaksanaan *Islamic branding* pada fesyen muslim Tan'eem.

## 2. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara ini, kepastian data dan proses tercatat dengan aman dan sistematis. Dengan meningkatkan ketekunan, juga dimungkinkan untuk memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang telah diamati oleh peneliti. Peneliti melakukan pengumpulan data secara sistematis, cermat, teliti, dan penuh kehati-hatian melalui observasi maupun wawancara mengenai alur dan proses penerapan *Islamic branding* pada fesyen muslim Tan'eem.

## 3. Triangulasi

Triangulasi dalam uji reliabilitas didefinisikan sebagai pemeriksaan data dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda dan pada waktu yang berbeda. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dengan sumber data yang ada. Matinson mengatakan nilai teknik pengumpulan data berbasis triangulasi adalah untuk menemukan bahwa data yang diperoleh konvergen (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Oleh karena itu, dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, data yang diperoleh akan lebih konsisten, lengkap dan pasti. Kemudian menurut Patton, triangulasi lebih meningkatkan intensitas data dibandingkan dengan satu pendekatan. Peneliti menguji keabsahan data pada penelitian ini mengenai penerapan strategi *branding* islami pada fesyen muslim Tan'eem menggunakan kriteria atas dasar kepercayaan atau kredibilitas. Hal itu untuk membuktikan data yang dikumpulkan sesuai dengan kenyataan sebenarnya di lapangan.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan. Dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, dalam unit, sintesis, pola, dan memilih apa yang penting

dan tidak. Dan membuat kesimpulan untuk memudahkan diri sendiri maupun orang lain dalam memahaminya. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan selama dan setelah periode pengumpulan data. Miles dan Huberman mengatakan bahwa kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlanjut hingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu:<sup>12</sup>

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang sudah direduksi akan memberikan deskripsi yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Peneliti memfokuskan pada hal-hal penting dengan menelaah data yang diperoleh di lapangan mengenai *Islamic branding* pada fesyen muslim Tan'eem.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya dalam penelitian kualitatif yaitu penyajian data. Dalam hal ini penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowerchart* dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman yang paling sering dipakai untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Peneliti menyajikan data dari hasil observasi, wawancara yang mendalam, dan dokumentasi mengenai *Islamic branding* pada fesyen muslim Tan'eem melalui tulisan dan penjelasan yang bersifat naratif sesuai dengan fenomena yang sebenarnya di lapangan dan disusun secara sistematis.

3. Penarikan kesimpulan

Langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masi bersifat sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat, tetapi apabila data pendukung sudah valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel, sebaliknya jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat maka perlu mengumpulkan data-data lagi pada tahap selanjutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif

---

<sup>12</sup> Sugiyono, hlm. 402-412.

merupakan suatu temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan ini bisa berupa gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas hingga diteliti menjadi jelas, bisa juga hubungan kausal interaktif, suatu hipotesis atau teori. Penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara yang mendalam mengenai *Islamic branding* pada fesyen muslim Tan'eem dikuatkan dan didukung dengan hasil bukti dokumentasi dan lain sebagainya.

