

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi-strategi personal selling pada Shopee Live untuk meningkatkan minat pembelian terhadap produk. Paradigma adalah cara pandang seseorang tentang suatu pokok masalah yang bersifat fundamental untuk memahami ilmu dan keyakinan dasar yang mendorong tindakan mereka. Paradigma merupakan perspektif dari penelitian yang digunakan peneliti, ini mencakup cara pandang (*world views*) peneliti melihat dunia, bagaimana mereka mempelajari fenomena, bagaimana mereka melakukan penelitian, dan bagaimana mereka menginterpretasikan hasil penelitian.

Pemilihan paradigma penelitian adalah istilah yang digunakan dalam penelitian untuk menggambarkan pilihan kepercayaan yang akan menjadi benang merah dari seluruh proses penelitian. Paradigma merupakan pandangan mendasar tentang pokok persoalan, tujuan, dan sifat dasar bahan kajian (Batubara, 2017) pada penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme yang menyatakan bahwa penyebab dapat menentukan akibat atau hasil, post-positivisme mencerminkan filosofi tentang penelitian yang di mana penyebab mungkin menentukan efek atau hasil. Dengan demikian, persoalan-persoalan yang dikaji oleh kaum post-positivisme mencerminkan persoalan-persoalan itu perlu mengidentifikasi dan menilai penyebab yang mempengaruhi hasil, seperti yang ditemukan dalam eksperimen (Creswell, 2018). Terdapat keselarahan antara definisi dari paradigma post-positivisme serta tujuan dari di buatnya tulisan ini sehingga pada penulisan ini digunakanlah paradigma tersebut untuk menganalisis strategi *personal selling* pada Shopee Live dalam meningkatkan minat pembelian.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dan sifat pada penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif, Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan, pada metode kualitatif ini melingkupi pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penulisan laporan, pengambilan sampel dengan tujuan tertentu, pengumpulan data, analisis teks atau, representasi informasi dalam gambar dan tabel, dan interpretasi pribadi atas temuan semuanya memberikan informasi kualitatif metode (Creswell, 2018) Penggunaan jenis penelitian kualitatif ini juga memiliki tujuan untuk menjelaskan suatu hal secara khusus hal yang akan di teliti secara mendetail melalui data-data yang dikumpulkan dari proses interaksi (wawancara) dengan partisipan agar dapat menghasilkan hasil penelitian yang berkualitas dan akurat.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dirujuk untuk mengetahui gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, (Ahyar, et al., 2020). Penelitian ini akan disajikan secara deskriptif untuk mendeskripsikan secara mendetail dan menyeluruh terkait *personal selling* terhadap Shopee Live dalam menaikan minat pembelian.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian dengan cara mendefinisikan suatu kasus tertentu. studi kasus (*case study*) merupakan metode yang dilakukan untuk menghimpun serta menganalisis data dengan sebuah kasus. Studi kasus dirujuk pada mengkaji kondisi, kegiatan, pembangunan, dan faktor-faktor kunci yang terkait dan mendukung kondisi dan perkembangan tersebut. Yang di mana dalam studi kasus, peneliti berupaya mempelajari individu atau kelompok secara menyeluruh (Ahyar, et al., 2020).

Kelebihan Studi Kasus (Abdussamad, 2021) :

- Studi kasus mampu untuk menguak hal-hal yang rinci, unik dan mendetail yang tidak bisa di kuak oleh studi lain serta mampu untuk mengeluarkan makna di balik kejadian dalam kondisi yang sebenar-benarnya.
- Studi kasus dapat memberi suasana kebatinan dan pikiran-pikiran yang berkembang dalam kasus yang menjadi bahan studi yang tidak dapat ditangkap oleh penelitian kuantitatif.

Studi kasus merupakan metode penelitian yang biasanya menyajikan pertanyaan utama dalam penelitian untuk menjawab “*how*” dan “*why*” (Yin, 2018). Penelitian ini merupakan studi kasus karena pada penelitian ini akan menerangkan atau menjelaskan bagaimana komunikasi persuasi dapat digunakan pada Shopee Live dengan menggunakan konsep *personal selling* dan juga teori dari komunikasi.

Menurut Yin pada studi kasus terdapat jenis metode yaitu :

- *single case – holistics*
- *single case – embedded*
- *multiple case – holistics*
- *multiple case – embedded*

A. *Single case - holistics*: Penelitian ini melibatkan pengumpulan data mengenai satu kasus dan analisis secara menyeluruh. Konsep pada penelitian ini adalah hanya berfokus pada satu studi kasus saja tanpa ada sub-unit lain yang dianalisis.

B. *Single case - embedded*: Penelitian ini juga melibatkan pengumpulan data mengenai satu kasus, tetapi dalam konteks yang lebih luas. Agar dapat memahami satu kasus tunggal, maka peneliti akan memasukkan lebih dari satu peserta unit analisis

C. *Multiple case - holistics*: Penelitian ini digunakan ketika kasus yang digunakan sebagai unit analisis lebih dari satu

D. *Multiple case - embedded*: Penelitian ini juga melibatkan pengumpulan data mengenai beberapa kasus, tetapi dalam konteks yang lebih luas.

Metode studi kasus yang dilakukan pada penelitian ini digunakan sebagaimana penelitian ini ingin menjabarkan fenomena tren *live shopping* yang ada pada berbagai *e-commerce* dan pada penelitian ini akan di teliti mengenai Shopee Live yang saat ini sedang trend dan pada penelitian ini akan menggunakan *Single case – holistics* karena pada penelitian ini hanya berfokus pada satu unit analisis yaitu strategi komunikasi *Personal selling* pada Shopee Live dalam menaikan minat pembelian pada konsumen. penelitian ini juga akan menjabarkan mengenai strategi komunikasi personal selling pada Shopee Live dalam aktivitas *live shopping* yang dilakukan pada Shopee yang dapat meningkatkan minat pembelian.

3.4 Partisipan (Studi Kasus)

Dalam sebuah wawancara dibutuhkanlah seorang narasumber untuk jalannya sebuah wawancara, wawancara pada studi kasus dapat memberikan penjelasan yaitu bagaimana dan mengapa dari sisi partisipan, dalam studi kasus partisipan berperan untuk menggali informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, partisipan merupakan seseorang yang menjadi sumber pengumpulan data studi kasus, biasanya melalui wawancara; satu atau lebih peserta nantinya mungkin diminta untuk meninjau rancangan laporan studi kasus (Yin, 2018). Pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode wawancara yang di mana akan digunakan beberapa partisipan yang berhubungan dengan topik yang diteliti yang di mana tujuan dari wawancara adalah menggali informasi dari partisipan tersebut.

Untuk partisipan pada penelitian ini akan digunakan pada pertimbangan tertentu untuk memperoleh pihak-pihak yang dinilai paling menguasai informasi dari penelitian ini. Maka dari itu, pada penelitian ini memiliki partisipan yakni *host @Eiji.id*, *owner @Eiji.id* dan juga konsumen dari *@Eiji.id*, alasan pemilihan dari partisipan ini dikarenakan partisipan tersebut turut andil secara langsung kedalam proses penjualan dan pembelian dari *@Eiji.id*, maka dari itu diharapkan dapat menghasilkan informasi dan juga temuan bagi penelitian ini, dan berikut merupakan beberapa kriteria dari partisipan sebagai narasumber, dengan kriteria:

1. Host

- Berprofesi sebagai *host live* pada Shopee Live
- Sudah memiliki pengalaman kurang lebih 6 bulan sebagai host Shopee Live
- Memiliki bidang yakni *clothing/pakaian* (UMKM)

2. Owner @EIJJ.ID

- Sebagai pemilik langsung dari @EIJJ.ID
- Turut andil dalam proses jalanya penjualan dan pengambilan keputusan @Eiji.id

3. Konsumen

- Customer yang pernah membeli produk dari @EIJJ.ID dari Shopee Live
- Sering berbelanja menggunakan Shopee Live

Pemilihan partisipan pada penelitian ini didasarkan oleh tujuan dari penulisan penelitian ini agar mendapatkan informasi yang sesuai dengan yang tengah diteliti hal ini guna mengumpulkan informasi dari beberapa partisipan yang turun secara langsung dalam Shopee Live sehingga mereka amat sangat tahu mengenai informasi-informasi tersebut maka dari itu kriteria dari *host*, konsumen dan *owner* digunakan pada penelitian ini agar dapat mengetahui penerapan *personal selling* @Eiji.id dari sisi pembeli maupun penjual.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa cara untuk mengumpulkan data yakni bisa dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi langsung, pengamatan partisipan, dokumentasi, rekaman arsip, dan perangkat fisik lainnya (Yin, 2018), Data dapat dikumpulkan dengan berbagai sumber termasuk wawancara, observasi dan analisis dokumen (Creswell & Cresswell, 2018). Pada penelitian ini akan digunakan dengan

melakukan wawancara yang di mana wawancara tersebut akan didokumentasikan. wawancara memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi dari informan dalam bentuk pernyataan dengan mengajukan berbagai pertanyaan yang sesuai dengan penelitian yang sebelumnya telah ditentukan. Wawancara menjadi instrumen pokok untuk mendapatkan data dalam penelitian kualitatif dan tujuan wawancara adalah menggali informasi dari informan. (Rianto, 2020) yang di mana pada proses wawancara ini akan dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari beberapa informan yang telah di tentukan dengan cara melakukan tanya jawab secara online menggunakan aplikasi Zoom dan juga akan didokumentasikan.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan metode wawancara terstruktur, wawancara terstruktur merupakan wawancara yang di mana pertanyaan yang akan ditanyakan telah dipersiapkan sebelumnya (Hakim, 2013) yang di mana sebelum melakukan wawancara untuk mengumpulkan data, akan dipersiapkan terlebih dahulu apa-apa saja yang akan ditanyakan agar didapatkan jawaban sesuai dengan apa yang ingin digali ataupun di cari tau.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data digunakan dalam sebuah penelitian agar dapat menghasilkan data serta hasil yang valid agar dapat dipercaya, maka dari itu pada penelitian ini akan menguji data yang diperoleh untuk menjaga kredibilitas dari penelitian. Dalam melakukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yang bersifat objektif yang di mana ada 4 teknik pemeriksaan yang dapat dilakukan (Yin, 2018) :

Construct validity/Validitas konstruk: dilakukan dengan cara mengidentifikasi ukuran operasional yang benar untuk konsep yang tengah dikaji

Internal validity/Validitas internal: berupaya untuk membangun hubungan yakni dengan sebab akibat, dimana saat tertentu diyakini mengarah pada kondisi lain, yang dibedakan dari hubungan palsu

External validity/Validitas eksternal: menunjukkan apakah dan juga bagaimana temuan ataupun hasil dari studi kasus dapat digeneralisasikan

Reliability/Keandalan: menunjukkan bahwa operasi suatu penelitian—seperti prosedur pengumpulan datanya—dapat diulangi, dengan hasil yang sama

Tests	Case Study Tactic
Construct validity	<ul style="list-style-type: none"> • use multiple sources of evidence • have key informants review draft case study report
Internal validity	<ul style="list-style-type: none"> • do pattern matching • do explanation building • address rival explanations • use logic models
External validity	<ul style="list-style-type: none"> • use theory in single-case studies • use replication logic in multiple-case studies
Reliability	<ul style="list-style-type: none"> • use case study protocol • develop case study database • maintain a chain of evidence

Gambar 3. 1: *Case Study Tactic*

Sumber : (Yin, 2018)

Dalam penelitian ini akan digunakan *internal validity* pada metode ini akan dijelaskan tentang bagaimana dan juga mengapa sebuah kejadian dapat mempengaruhi kejadian atau hal lain, sehingga digunakan mencari hubungan yakni kausal sebab-akibat.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (Yin, 2018) dalam melakukan teknik analisis data tunggal, Metode studi kasus memiliki lima teknik analisis data, diantaranya adalah :

1. *Pattern Matching* adalah teknik analisis data pada metode studi kasus yang kerap kali dipakai. Metode ini dilakukan dengan cara mencocokkan pola berdasarkan topik pada kasus yang dimiliki dengan cara membandingkan prediksi ataupun asumsi awal yang akan terjadi dengan fakta sebenarnya yang di lapangan. *Pattern Matching* berfokus pada proses dan hasil dalam studi kasus tertentu berfungsi sebagai salah satu cara untuk menentukan “bagaimana” dan “mengapa” untuk dicocokkan dengan pola.

2. *Explanation Building* memiliki tujuan untuk menciptakan dan juga membangun penjelasan terhadap peristiwa atau kasus. *Explanation Building* memiliki elemen yakni menganalisis suatu peristiwa serta disusun dalam sebuah narasi dengan membangun penjelasan tentang mengapa dan bagaimana kasus tersebut.

3. *Time-Series Analysis* melakukan analisis deret waktu dalam sebuah eksperimen teknik analisis data dengan menyusun alur waktu peristiwa secara kronologi yang ditampilkan dalam pola sebab-akibat-sebab-akibat yang berulang.

4. *Logic Models*: memiliki tujuan utama penelitian adalah untuk melakukan evaluasi. Metode analisis data ini menggunakan pencocokan data berdasarkan pengamatan empiris terhadap peristiwa-peristiwa yang diprediksi secara konseptual.

5. *Cross-Case Synthesis* merupakan salah satu teknik analisis data yang memiliki tujuan analisis berbagai masalah dengan melihat studi kasus individual atau studi individual.

Pattern Matching akan digunakan pada penelitian ini, yang di mana dalam penelitian ini, akan dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data

secara langsung bersama informan dengan proses wawancara , data dan informasi yang telah di dapatkan tersebut akan diolah dan dibandingkan dengan pola empiris yaitu teori serta konsep yang telah ditentukan yakni *personal selling* dan konsep *personal selling* agar dapat diketahui kesesuaian dari data yang temukan dengan teori serta konsep.

