

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang sangat penting bagi pengembangan ilmu dan bagi pemecahan suatu masalah. Metode atau pendekatan penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa teknik statistik.

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.¹ Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan fakta-fakta dan informasi pada *Upline* Oriflame yang berhubungan dengan Pemberian *Reward* pada Bisnis MLM Ditinjau Dari Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN MUI.

Adapun penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu jenis penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam dengan cara kualitatif. Metode kualitatif yang berupa wawancara, atau penelaahan dokumen. Metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang

¹ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 25

meliputi orang, lembaga, berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya. Melalui pendekatan ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial, dan persepsi sasaran penelitian.² Sehingga mendapatkan informasi langsung dan terbaru tentang masalah yang berkenaan dengan pemberian *reward* terhadap upline pada bisnis MLM berdasarkan fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI pada Oriflame.

Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu metode kualitatif lebih bisa dan mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan hakekat hubungan antara peneliti dan informan secara langsung dan metode ini lebih peka sehingga dapat menyesuaikan diri dan banyak persamaan pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi peneliti.³ Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan fakta-fakta yang berhubungan dengan penerapan pemberian *reward* terhadap *upline* Oriflame berdasarkan fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan pada member Oriflame. Alasan mengapa peneliti mengambil lokasi penelitian pada member Oriflame adalah karena peneliti sudah pernah diprospek langsung oleh salah satu leader team Oriflame dalam pengenalan bisnis MLM ini dan dapat terjangkau serta

² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 3

³ Ahmad Tamzeh dan Suyitno, *Dasar-dasar Penelitian*, (Surabaya: Elkaf, 2006), hlm. 16

memudahkan bagi penulis dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

C. Kehadiran peneliti

Kehadiran peneliti dalam peneliti di lapangan adalah sangat diperlukan dan mutlak untuk hadir di lapangan, karena peneliti bertindak sebagai instrumen aktif dalam memperoleh data sebanyak mungkin dan mendalam selama kegiatan penelitian di lapangan.⁴ Baik itu peneliti sendiri maupun dengan bantuan orang lain untuk memperoleh data-data yang terkait dengan fokus penelitian.

Peneliti disini bertindak sebagai instrumen kunci (*key instrument*) dan pemberi tindakan. Sebagai instrumen kunci penelitian, artinya peneliti sebagai pengamat yang mengamati aktivitas-aktivitas yang terjadi di lapangan dan berhubungan langsung terhadap obyek penelitian secara aktif.⁵

Kehadiran peneliti di lapangan untuk mendapatkan informasi dan data-data yang terkait dengan “Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fiqh Muamalah (Studi Kasus Pada *Upline MLM Oriflame*)”.

⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, hlm. 4

⁵ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 79

D. Sumber Data

Sumber data meliputi dua jenis yaitu sumber data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁶ Terkait dengan masalah yang diteliti, maka data primer diperoleh dari *upline* yang terkait dengan pemberian *reward* berdasarkan fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI. Yang termasuk sumber data primer yaitu: wawancara langsung dengan beberapa *upline* Oriflame dan beberapa konsultan Oriflame.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder, yaitu sumber data kedua sesudah sumber data primer. Karena sesuatu dan lain hal, peneliti tidak atau sukar memperoleh data dari sumber data primer, dan mungkin juga karena menyangkut hal-hal yang sangat pribadi sehingga sukar data itu dapat didapat langsung dari sumber data primer.⁷

Dalam hal ini data sekunder yang diambil oleh peneliti adalah dari *websait-websait*, katalog, yang berkaitan tentang pemberian *reward* terhadap *upline* berdasarkan fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI.

⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2017), hlm. 132

⁷ *Ibid.*, hlm. 133

E. Teknik Pengumpulan Data

Fase terpenting dari penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data tidak lain dari suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian.⁸ Dalam melaksanakan penelitian ini pengumpulan data teknik yang digunakan adalah:

1. Wawancara (interview)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.⁹ Disini penulis mengadakan tanya-jawab secara langsung dengan reponden tentang masalah yang diteliti, yakni melakukan wawancara dengan beberapa *upline* yang mendapat bonus *reward* dan beberapa konsultan. Sehingga akan memberikan pemahaman yang jelas dan mendapatkan data yang akurat demi menjawab rumusan masalah yang ingin penulis teliti.

2. Dokumentasi

Cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental.¹⁰ Metode ini digunakan untuk menguatkan data-data yang telah didapatkan yang berhubungan dengan pemberian *reward* Oriflame, berupa profil perolehan

⁸ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,..., hlm. 103

⁹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hlm. 83

¹⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 82

bonus, katalog, artikel, buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan *reward* pada MLM serta dokumen lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari wawancara, pengamatan, yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya.¹¹ Analisis data ini digunakan untuk menemukan dan menentukan jawaban atas suatu permasalahan hukum yang diangkat dalam proposal skripsi ini sehingga didapatkan suatu tujuan yang diharapkan dalam penulisan skripsi itu.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹² Analisis pengumpulan data ini dilakukan melalui tiga tahapan yaitu:

1. Analisis Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah tahap awal dalam analisis data, dimana pada tahap ini penulis melakukan penyaringan terhadap data-data mentah yang diperoleh di lapangan. Reduksi data dalam penelitian ini, peneliti lakukan

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 247

¹² *Ibid.*, hlm. 248

dengan mengumpulkan data-data yang didapat dari observasi yang dilakukan, kemudian memilih hal-hal pokok dari data-data yang telah dikumpulkan dan memfokuskan pada hal yang dianggap penting, kemudian mencari tema dan polanya. Dengan demikian data-data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data yang dibutuhkan selanjutnya.

2. Analisis Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis data. Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk yang sistematis sehingga memudahkan penelitian untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data yang lain. Dalam hal ini peneliti menggunakan bentuk penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Setelah tahap data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data berbentuk uraian singkat, dan sejenisnya yang berkaitan dengan pemberian *reward* terhadap *upline* berdasarkan fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI pada Oriflame.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Proses ini menyangkut memberikan penjelasan mengenai apakah data yang sudah terkumpul akan menciptakan masalah konseptual atau teknis pada saat peneliti melakukan analisis data. Data yang telah dikumpulkan

dikelompokkan sesuai dengan kelasnya masing-masing. Dalam hal ini data hasil wawancara dari beberapa pihak yang terkait dalam penelitian.

Verifikasi merupakan proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat, padat dan mudah dipahami, serta dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan, khususnya berkaitan.¹³ Dari data-data yang diperoleh dari lapangan, peneliti memfokuskan menarik kesimpulan data-data tentang Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN MUI (Studi Kasus Pada *Upline* MLM Oriflame). Agar data yang dihasilkan relevan serta menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lokasi penelitian.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uji *credibility* (validitas interbal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas) dan *confirmability* (obyektifitas).¹⁴

Untuk memeriksa keabsahan data mengenai “pemberian *reward* pada bisnis *multi level marketing* ditinjau dari fiqh muamalah dan fatwa dsn mui (studi kasus pada *upline* mlm Oriflame)” berdasarkan data yang sudah terkumpul, selanjutnya ditempuh beberapa teknik keabsahan data yang

¹³ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Prespektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), Cet. II, hlm. 180

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 366

meliputi: kredibilitas, tranferabelitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas adapun perincian dari teknik diatas adalah sebagai berikut:

1. Uji Kredibilitas

Dalam penelitian kualitatif, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara, anantara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member check.

Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut:

a. Triangulasi Data

Triangulasi dalam pengujian kredibilas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibelitas data tentang “Pemberian *Reward* Pada *Bisnis Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fiqh

Muamalah Dan Fatwa DSN MUI (Studi Kasus Pada *Upline* MLM Oriflame)” maka pengumpulan dan pengujian data dilakukan kepada *upline* Oriflame.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumen pendukung terhadap informan.

b. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Untuk itu dalam penyusunan laporan, peneliti menyertakan foto atau dokumen autentik sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya.

c. Mengadakan *Member Check*

Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data itu pertanda data tersebut valid, sehingga semakin kredibel. Pelaksanaan *member check* dapat dilakukan setelah mendapat suatu temuan atau kesimpulan.

Dalam penelitian ini *member check* dilakukan dengan forum diskusi kelompok. Dalam diskusi kelompok peneliti menyampaikan

temuan kepada sekelompok pemberi data. Dalam diskusi kelompok tersebut mungkin terjadi pengurangan, penambahan dan kesepakatan data. Setelah data disepakati bersama, maka pemberi data diminta untuk menandatangani, agar lebih autentik.

2. Uji Tranferabilitas

Pengujian *transferability* ini merupakan validitas eksternal dalam penelitian kuantitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil.

Nilai transfer ini berkaitan dengan pertanyaan, sampai mana penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi penelitian naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai, sejauhmana hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain.

Oleh karena itu, agar orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif ini sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut, maka dalam menyusun laporan ini peneliti memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, maka pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian ini, sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya untuk diaplikasikan hasil penelitian ini di tempat lain.

Apabila pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran yang sedemikian jelasnya, seperti apa suatu hasil penelitian dapat diberlakukan (*transferability*), maka laporan ini memenuhi standar transferabilitas.

3. Uji Dependabilitas

Dalam penelitian kuantitatif, *Dependability* disebut sebagai reliabilitas. Suatu penelitian yang reliabel adalah apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dalam penelitian ini *dependability* dilakukan oleh auditor yang independen atau dosen pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

4. Uji Komfirmabilitas

Pengujian *confirmability* dalam penelitian kuantitatif disebut dengan uji obyektifitas penelitian. Penelitian dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Dalam penelitian kualitatif, uji *Konfirmability* mirip dengan uji *Dependability*, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan.

Menguji *Confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *Confirmability*.¹⁵

Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif ini uji *Confirmability* dilakukan bersamaan dengan uji *Dependability* oleh dosen pembimbing.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 367-378

H. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memakai prosedur dan tahapan-tahapan penelitian agar memperoleh hasil-hasil penelitian yang *valid* dan maksimal. Tahap-tahap penelitian terdiri atas tahap penelitian secara umum dan tahap penelitian secara siklikal. Adapun tahapan-tahapan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam meneliti adalah sebagai berikut:

1. Tahap Sebelum ke Lapangan

Pada tahap sebelum lapangan ini bisa disebut dengan tahap persiapan, pada tahap persiapan ini dilakukan dengan mengumpulkan buku-buku atau teori-teori yang berkaitan dengan bisnis *multi level marketing*. Kemudian pada tahap selanjutnya dilakukan pembuatan proposal yang kemudian diseminarkan sampai diterimanya oleh dosen pembimbing, setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing dilanjutkan ke tahap pengurusan surat perizinan penelitian, yang mana untuk memperlancar penelitian dalam proses penelitian.

2. Tahap Penelitian Lapangan

Dalam tahap ini, dilakukan dengan pengumpulan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara (interview), observasi dan dokumentasi. Dalam tahap penelitian lapangan, peneliti disini membuat pedoman wawancara (interview) sebelum dilakukannya tahap wawancara (interview), mencatat dokumen sekaligus mempersiapkan alat yang diperlukan pada saat wawancara (interview) guna untuk mempermudah

dan memperlancar wawancara saerta informasi yang diperlukan dalam penelitian.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap analisis data ini, peneliti mengelompokkan semua data yang diperoleh dari lapangan berdasarkan fokus penelitian kemudian dilakukan penganalisisan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam tahap ini peneliti memilih dan memilah data yang sesuai dengan penelitian peneliti sehingga dapat dikelola dan menemukan apa yang penting dan dapat di tambahkan dalam pengetahuan. Apabila dalam perolehan data masih kurang, maka peneliti kembali melakukan wawancara (interview) kembali terkait dengan data yang diperlukan.

4. Tahap Penulisan Laporan

Tahap penulisan laporan penelitian ini merupakan tahap terakhir dari tahap penelitian yang dilakukan peneliti. Di dalam tahap ini, peneliti menulis laporan penelitian yang berjudul Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN MUI (studi kasus pada *upline* MLM Oriflame), atas penelitian yang telah dilakukan laporan ini ditulis dalam bentuk skripsi.