

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix methods* (metode campuran), yaitu menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif⁸⁴. Desain yang digunakan adalah *Explanatory Sequential Mixed Methods Design*, yaitu penelitian yang diawali dengan pengumpulan dan analisis data kuantitatif, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif untuk menjelaskan hasil kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat penerapan Maqasid Syariah secara numerik melalui penyusunan indeks, sedangkan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan penerapan jual beli online yang dilakukan oleh mahasiswa Muslim sebagai penjual. Data terutama data kuantitatif dikumpulkan dengan teknik penyebaran kuesioner/angket maupun observasi lapangan, disajikan dalam bentuk Tabel, mean, median⁸⁵.

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat penerapan maqasid al-syariah dalam praktik jual beli online melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam praktik nyata mahasiswa sebagai penjual melalui wawancara.

⁸⁴Andy Alfatih, "Buku Panduan Praktis Penelitian Deskriptif Kuantitatif," 2023.2

⁸⁵Ismail Pane, Vidya Avianti Hadju, et al., *Desain Penelitian Mixed Method*, 2022.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian⁸⁶. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padang dengan subjek mahasiswa pelaku bisnis dari:

1. Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang,
2. Universitas Negeri Padang (UNP), dan
3. Universitas Andalas (UNAND).

Pemilihan ketiga perguruan tinggi tersebut didasarkan pada pertimbangan keterwakilan kampus berbasis keislaman dan kampus umum dengan jumlah mahasiswa yang besar.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di UIN Imam Bonjol Padang, UNP, dan UNAND yang melakukan praktik jual beli online sebagai pelaku bisnis. Sampel adalah sebagian data yang merupakan objek dari populasi yang diambil⁸⁷. Penelitian ini menggunakan desain mix methods (kuantitatif dan kualitatif), sehingga terdapat dua jenis sampel:

Sampel Kuantitatif menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Terdaftar sebagai mahasiswa aktif di UIN Imam Bonjol Padang, UNP, dan UNAND.
2. Memiliki usaha atau aktivitas jual beli online sebagai penjual.
3. Aktif melakukan transaksi jual beli online minimal dalam enam bulan terakhir.

⁸⁶ Abigail Soesana et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.

⁸⁷ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2022.

Jumlah sampel ditentukan secara proporsional dari masing-masing perguruan tinggi sesuai dengan kebutuhan analisis indeks dan keterwakilan populasi, dengan jumlah mahasiswa yang akan diberi angket adalah 30 orang.

Sampel Kualitatif menggunakan sampel jenuh (*saturated sampling*) yaitu teknik penentuan sampel, apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil atau Sampel diambil sampai data yang diperoleh sudah jenuh (tidak ada informasi baru)⁸⁸.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran angket dan wawancara kepada mahasiswa perguruan tinggi negeri yang berjualan online di instagram dan whatsapp bussines.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini adalah penerapan maqasid al-syariah dalam praktik jual beli online. Variabel tersebut dioperasionalkan ke dalam lima dimensi utama maqasid al-syariah, yaitu:

1. Hifz al-Din (Perlindungan Agama)

Indikator: kejujuran dalam transaksi, komitmen terhadap kehalalan produk, dan kesesuaian praktik jual beli dengan prinsip syariah.

⁸⁸Nidia Suriani and M Syahrani Jailani, "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *Jurnal Pendidikan* 1, no. 2 (2023): 24–36.

2. Hifz al-Nafs (Perlindungan Jiwa)

Indikator: keamanan produk, kenyamanan konsumen, dan tidak adanya unsur yang membahayakan pembeli.

3. Hifz al-‘Aql (Perlindungan Akal)

Indikator: kejelasan informasi, transparansi deskripsi, serta tidak adanya informasi yang menyesatkan.

4. Hifz al-Nasl (Perlindungan Keturunan)

Indikator: etika bisnis, tanggung jawab sosial, dan kesopanan dalam promosi produk.

5. Hifz al-Mal (Perlindungan Harta)

Indikator: keadilan harga, keamanan sistem pembayaran, kejelasan akad, dan kepercayaan dalam transaksi⁸⁹.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

1. **Kuesioner (Angket)**

Instrumen utama berupa angket tertutup menggunakan skala Likert lima tingkat untuk mengukur masing-masing indikator maqasid al-syariah. Berikut draft kuesioner penelitian:

No	Pernyataan Berdasarkan Dimensi Utama Maqasid Al-Syariah	SS	S	R	TS	STS
1						
2						

⁸⁹Umi Qurrotul Ain and Achmad Fageh, “Analisis Jual Beli Melalui Facebook Marketplace Perspektif Maqhasid Syariah Di Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 03 (2024): 2511–16.

3						
4						
5						

Keterangan:

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (R)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi atau dapat diartikan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab antara peneliti dengan obyek yang diteliti⁹⁰.

3. Dokumentasi

Digunakan sebagai data pendukung berupa tangkapan layar (screenshot) aktivitas jual beli online, jenis platform yang digunakan, serta data pendukung lainnya yang relevan.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *mix methods* dengan desain *Explanatory Sequential*, yaitu analisis data kuantitatif diikuti oleh analisis data kualitatif dan diakhiri dengan integrasi keduanya. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan menganalisis angket

⁹⁰Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021.

menggunakan indeks statistik pengukuran tingkat penerapan maqasid al-syariah⁹¹.

Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Pemberian skor pada jawaban responden menggunakan skala Likert
2. Menghitung skor total
3. Menghitung nilai rata-rata (mean)
4. Menghitung persentase dan indeks

Cara mengukur indeks:

$$Indeks = \frac{Skor\ diperoleh}{Skor\ maksimum} \times 100\%$$

Hasil indeks dikategorikan sebagai berikut:

- a. 81–100% = **Sangat Tinggi**
- b. 61–80% = **Tinggi**
- c. 41–60% = **Sedang**
- d. 21–40% = **Rendah**
- e. 0–20% = **Sangat Rendah**⁹².

Analisis data kualitatif dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara menggunakan menggunakan bantuan software Nvivo. Proses NVIVO:

1. Import Data
 - a. Transkrip wawancara mahasiswa Muslim
 - b. Catatan observasi
 - c. Dokumen syariah (literatur Maqasid)
 - d. Screenshot transaksi online

⁹¹Ismail Pane, Vidya Avianti Hadju Akbar, et al., *Desain Penelitian Mixed Method*, 2021.

⁹²Puji Winarko and Bhaswarendra Guntur, “Pengaruh Penerapan Khiyar Dalam Jual Beli Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa FSEI IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk),” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2020): 105–20.

2. *Open Coding* (Node Awal)

Contoh node dari transkrip:

- a. Motivasi membeli (praktis, promo, hemat waktu)
- b. Masalah transaksi (penipuan, barang tidak sesuai)
- c. Pemahaman syariah (halal, kejujuran, akad)
- d. Perilaku konsumen (memilih toko, membaca ulasan)
- e. Maqasid Syariah
 - 1) Hifz al-Din
 - 2) Hifz al-Nafs
 - 3) Hifz al-Aql
 - 4) Hifz al-Nasl
 - 5) Hifz al-Mal

3. *Axial Coding* (Pengelompokan Node)

Node Perilaku dikelompokkan menjadi kategori:

- a. jual beli online
- b. Risiko transaksi
- c. Kesadaran syariah
- d. Implementasi Maqasid Syariah

4. *Selective Coding* (Tema Inti)

- a. Tema 1: Mahasiswa menggunakan platform online terutama karena kemudahan, bukan pertimbangan syariah.
- b. Tema 2: Maqasid paling dominan adalah Hifz al-Mal (perlindungan harta).

5. *Query NVivo* (Ringkas)

- a. *Word frequency*: muncul kata praktis, promo, aman, halal, penipuan.
- b. *Matrix coding*: motivasi belanja lebih tinggi daripada kesadaran syariah.

6. Contoh Kutipan NVivo

- a. “Pernah tertipu, jadi saya lebih hati-hati.” → *Risiko transaksi*
- b. “Saya lihat halal, tapi akadnya kurang paham.” → *Kesadaran syariah*

- c. “Pilih toko rating tinggi biar tidak rugi.” → *Hifz al-Mal*⁹³



⁹³Endah Tri Priyatni et al., *Pemanfaatan NVIVO Dalam Penelitian Kualitatif, Pusat Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2020, <https://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2021/10/b5-Pemanfaatan-NVIVO-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf>.