

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir kemajuan teknologi telah menjadi ikon perubahan dunia. Hampir di semua sektor kehidupan perubahan terasa sangat signifikan, tidak terkecuali dalam lingkup pemasaran di era digital. Perubahan tren busana muslim telah mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi desain, bahan, maupun cara pemakaiannya. Pada masa lalu, busana muslim lebih menekankan pada kesederhanaan dan fungsi menutup aurat sesuai dengan syariat Islam. Namun, seiring berjalannya waktu, tuntutan gaya hidup modern dan meningkatnya kesadaran akan identitas diri membuat busana muslim berkembang menjadi lebih beragam, *stylish*, dan dinamis. Perubahan ini dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari globalisasi, teknologi informasi, hingga meningkatnya peran media sosial.

Pada masa ini, perkembangan yang cepat dari teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan kelahiran berbagai tren dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan teknologi dan informasi menunjang kemajuan bisnis. Perkembangan yang pesat ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam perekonomian khususnya bagi para pengusaha busana muslim.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa berbagai dampak positif dan negatif terhadap kehidupan masyarakat, termasuk fashion khususnya fashion muslim yang sedang populer saat ini. dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, manusia tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan primer ataupun pokok, yakni kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Seperti yang kita ketahui bersama, kebutuhan sandang juga mencakup pakaian yang sangat dibutuhkan masyarakat. sandang, pangan, dan papan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia.

Menurut febi (Ilyasari, 2022) busana adalah suatu bentuk mengekspresikan diri sebagai identitas individu. Namun seiring perkembangan zaman, fungsi busana sedikit mengalami pergeseran yaitu tidak hanya sebagai perlindungan tubuh dari alam akan tetapi untuk menyalurkan ekspresi seni dari perancangannya. Selain itu busana juga dinilai sangat penting karena dapat mencerminkan keperibadian serta status sosial si pemakai.

Saat ini fungsi pakaian telah berkembang secara signifikan dan penggunaannya pun semakin meningkat. Ini tidak hanya memiliki fitur fungsional tetapi juga fitur estetika. Disekitar kita banyak sekali sumber-sumber ide yang dapat dijadikan sumber inspirasi untuk mengembangkan kreatifitas menciptakan pakaian yang bernilai seni sehingga memunculkan trend fashion yang baru dan unik. Saat ini, tren fashion semakin beragam dan bervariasi.

Seiring perkembangan dan tingginya peminat busana, tentunya masyarakat juga semakin kreatif sehingga mampu menghasilkan trend fashion yang baru. Ragam bentuk dari busana dapat diciptakan melalui sebuah inspirasi atau sumber ide (Apsani, 2020).

Busana muslim merupakan busana yang disarankan bahkan wajib dalam agama Islam kepada umatnya terutama kaum wanita. Busana ini berfungsi untuk menutup aurat dan sebagai bagian dari ibadah. Walaupun tidak ada undang-undang secara tertulis tentang perintah berbusana muslim, namun kesadaran sebagai umat muslim itulah sehingga kita sadar akan pentingnya berbusana muslim. Allah swt. berfirman dalam Q.S Al-Ahzab/33:59 tentang mewajibkan wanita untuk menutup aurat.

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ۚ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Terjemahnya:

Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin”Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka.” Yang demikian itu agar

mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.

Sebelum ayat tersebut diturunkan, tidak terdapat perbedaan mencolok dalam cara berpakaian antara wanita merdeka dan budak, baik yang memiliki akhlak baik maupun yang kurang sopan. Akibatnya, perempuan kerap menjadi sasaran gangguan dari pria-pria yang iseng, terutama mereka yang dianggap sebagai hamba sahaya. Untuk melindungi wanita dari gangguan semacam itu dan menegaskan kehormatan serta identitas mereka sebagai muslimah, Allah menurunkan perintah melalui ayat tersebut. Allah memerintahkan Nabi Muhammad SAW agar menyampaikan kepada istri-istrinya, putri-putrinya, dan para perempuan kaum mukminin untuk mengenakan jilbab yang menutupi seluruh tubuh mereka. Tujuannya adalah agar mereka lebih mudah dikenali sebagai perempuan yang terhormat dan merdeka, sehingga tidak diganggu. Allah SWT pun Maha Pengampun dan Maha Penyayang.

Berdasarkan ayat di atas, dapat dilihat betapa pentingnya menutup aurat terlebih pada kaum wanita. Menutup aurat bukan semata-mata hanya perintah Allah swt. tapi menandakan bahwa kita termasuk orang-orang yang taat, dengan menutup aurat juga dapat terlindung dari maksiat, serta dapat membedakan mana kaum muslim mana yang bukan.

Besarnya populasi Muslim membuka peluang yang sangat menjanjikan bagi pertumbuhan industri fashion yang berbasis nilai-nilai Islam. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, tidak dapat dikesampingkan kemungkinan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri busana muslim global, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya berpakaian sesuai syariat namun tetap mengikuti perkembangan mode.

Selain itu, perkembangan usaha busana masih mengalami berbagai permasalahan. Salah satu diantaranya adalah kurangnya akses pasar, modal yang masih minim dan teknologi yang belum memadai, sehingga skala usaha tidak meningkat. Lemahnya strategi pemasaran yang dihadapi para

pelaku usaha ini disebabkan oleh minimnya informasi, terlebih informasi terkait pasar. Lemahnya informasi tersebut membuat sebuah usaha akan kesulitan bersaing. Terlebih di era kecepatan informasi digital sekarang yang begitu masif dan cepat. Keunggulan bersaing perlu dipertimbangkan agar konsumen tetap dapat mempertahankan bisnisnya dan menjadi pilihan konsumen dalam keputusan pembeliannya (Fahriyah dan Yoseph, 2020)

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi telah menjadi simbol perubahan global perubahan terlihat jelas di hampir setiap bidang kehidupan, termasuk pemasaran perilaku konsumen sulit diprediksi dan kita melihat banyak usaha kecil gulung tikar. Peran teknologi akan ditentukan oleh perubahan sikap dan perilaku konsumen, Menurut penelitian, karena gagasan perdagangan saat ini bersifat digital, maka semua konsep tradisional perlu perlahan-lahan diubah menjadi konsep modern yang menggunakan teknologi digital untuk penjualan online, dan oleh karena itu, oleh pelaku ekonomi memerlukan terjemahan yang ekstensif. Kita sangat perlu mempelajari bagaimana cara mendapatkan informasi dari sisi konsumen, kenyamanan sistem, apa pendapat konsumen tentang proses pembelian, peralatan, dan metodenya, kemudian selaraskan kemampuan perusahaan Anda dengan kriteria ini dan Anda akan menemukan titik temu yang menguntungkan. Penelitian ilmiah menunjukkan bahwa efisiensi merupakan faktor kunci dalam bisnis digital. Bisnis harus mampu mengelola waktu dan biaya, yang keduanya merupakan tujuan efisiensi yang penting (Sari, 2020)

Strategi pemasaran merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran sesuai dengan harapan dalam mencapai keberhasilan. Sudah menjadi sunatullah bahwa segala sesuatu yang direncanakan oleh manusia, berhasil ataupun tidak, semua adalah ketentuan dari Allah swt. karena Allah Maha Mengetahui segala yang terbaik bagi hamba-Nya.

Implementasi sebuah perencanaan harus diarahkan pada tercapainya keseimbangan yang logis antara pertumbuhan ekonomi dan keadilan sosial.

Dalam pelaksanaannya, perencanaan tersebut perlu didasarkan pada kebijakan yang bersifat pragmatis, namun tetap sejalan dengan nilai-nilai agama Islam yang berlandaskan pada ajaran Al-Qur'an dan hadis, serta mengikuti prinsip-prinsip etika dalam ekonomi Islam.

Dalam situasi pasar yang semakin kompleks ini, produsen dan pengusaha memerlukan strategi pemasaran yang baik dan handal agar produknya tidak hanya laku di pasaran namun juga harus mampu bertahan dan bertahan dalam persaingan yang ada. Pengusaha busana juga diharapkan menggunakan strategi pemasaran untuk benar-benar memahami kelebihan dan kekurangan produk dalam segala bentuknya, serta konteks internalnya, sehingga dapat menerapkan kontrol manajemen yang tepat terhadap produksi. Sebaliknya, para wirausahawan harus jeli dan sadar akan segala macam peluang dan risiko yang dihadapi produk mereka di pasar. Kelangsungan hidup suatu perusahaan antara lain bergantung pada kemampuannya dalam mengidentifikasi peluang pasar yang ada dan mengantisipasi potensi ancaman pasar dari produk sejenis lainnya.

Dalam praktiknya, aktivitas pemasaran selalu mengandung unsur persaingan. Setiap bisnis pasti menghadapi tantangan dalam meraih keuntungan pada penjualan, karena persaingan merupakan hal yang tidak bisa dihindari dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, permasalahan persaingan dalam pemasaran menjadi semakin penting. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut semua pemasar untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan temuan penelitian, pentingnya penggunaan pemasaran digital ketika bisnis melakukan aktivitas pemasarannya memperluas jangkauan ke target pelanggan, mendukung penjualan yang lebih baik dan pengelolaan media sosial yang optimal, serta membantu bisnis diketahui dapat meningkatkan produktivitas. Sejalan dengan pendapat diatas menurut (Lucyantoro & Rachmansyah, 2018) menyatakan bahwa Digital Marketing juga dapat diartikan suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek

dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, efektif, dan relevan.

Menurut (Wardhana, 2018) pemasaran digital memberikan sejumlah manfaat, di antaranya: mampu memperluas pangsa pasar dengan menjangkau konsumen dari berbagai lapisan, baik di tingkat nasional maupun internasional; mengurangi biaya komunikasi serta memudahkan proses transaksi dan distribusi produk; memungkinkan konsumen untuk mengakses informasi, spesifikasi, dan melihat produk secara bebas melalui media sosial tanpa harus datang langsung ke tempat penjual; serta meningkatkan citra positif usaha di mata konsumen, terutama jika didukung dengan pelayanan yang cepat dan tepat, karena informasi akan tersebar lebih luas dan efisien.

Dengan menggunakan pemasaran digital, pelaku ekonomi dapat memperoleh keunggulan kompetitif pada era globalisasi, memudahkan konsumen dalam mencari kebutuhan dan informasi, serta meningkatkan target audiens konsumen baru.

Evaluasi faktor internal dan eksternal dengan pendekatan analisis SWOT untuk menyusun strategi pemasaran melalui empat pilar utama yaitu kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Keunggulan perusahaan dapat diidentifikasi dengan kekuatan dan kelemahan (faktor internal) yang dapat mengukur kemampuan bersaing dan pengelolaan sumber daya dalam menjalankan usaha. Sedangkan faktor peluang dan ancaman (faktor eksternal) adalah perkembangan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi, kondisi sosial yang berubah-ubah (Andriani, 2018). Perusahaan sebaiknya menganalisis kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, agar dapat dijadikan acuan yang kuat dalam mengambil keputusan secara tepat dan efisien, sekaligus memperkuat daya saingnya terhadap kompetitor.

Kecamatan Jatibarang menjadi titik keramaian perekonomian dan wilayah administrative pemerintah provinsi Jawa Barat yang secara

geografis terletak dibagian pintu gerbang utama dari arah Cirebon, Bandung dan wilayah-wilayah lain dibagian timur pulau Jawa Kabupaten Indramayu.

Berdasarkan permasalahan dan istilah yang diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Penjualan pada Era Digital Melalui Pendekatan SWOT Pada Pelaku Usaha Busana Muslim Di Jatibarang Indramayu**”

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi masalah

Dari latar belakang di atas, dapat diperoleh identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Sulitnya mencari pelanggan baru dan bersaing dengan pengusaha busana lainnya.
- b. Akses pasar yang kurang cukup luas serta kurangnya memanfaatkan media sosial dalam promosi.
- c. Modal yang masih minim.

2. Batasan Masalah

Berikut identifikasi masalah yang ada, agar penelitian dapat terarah maka perlu dibatasi agar pembahasannya tidak terlalu meluas dan untuk memudahkan proses penelitian bagi penulis. Pembatasan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu:

- a. Fokus penelitian ini dibatasi pada pelaku usaha busana muslim pada era digital di Jatibarang indramayu,
- b. Pembahasan yang dilakukan hanya sampai penganalisaan.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi yang diperlukan oleh pelaku usaha busana muslim pada era digital di Jatibarang Indramayu?
- b. Bagaimana analisis SWOT dalam strategi penjualan busana muslim di Jatibarang Indramayu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis strategi yang diperlukan oleh pelaku usaha busana muslim pada era digital di Jatibarang Indramayu.
2. Untuk menganalisis bagaimana analisis SWOT dalam strategi penjualan busana muslim di Jatibarang Indramayu.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak terkait, baik secara teoritis maupun secara praktis Adapun manfaat penelitian ini diantaranya:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai proses mempelajari dan mempraktekkan metode ilmu yang diperoleh untuk memecahkan masalah dunia nyata utamanya dalam ilmu analisis dan strategi peningkatan skala usaha. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan mengenai strategi yang akan diterapkan. Dan juga dapat dijadikan sebagai referensi dan juga perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memeberikan manfaat bagi peneliti khususnya di bidang bisnis, terutama pengetahuan tentang strategi pemasaran dan analisis SWOT.
- b. Bagi akademisi: Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan literatur bagi mahasiswa atau pihak yang akan melakukan penelitian sejenis dikemudian hari.
- c. Bagi masyarakat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pelajaran mengenai strategi peningkatan skala usaha.

- d. Bagi wirausaha penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh wirausahawan sebagai dasar untuk menentukan dan meningkatkan strategi pemasaran di masa yang akan datang.

E. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan beberapa jurnal dan artikel sebagai rujukan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
1.	Fefi Rahmawati, (2023).	<p>Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik toko Quilla Elc dan beberapa pembeli pada toko Quilla Elc di shopee, observasi dan dokumentasi. Setelah data terpenuhi peneliti melakukan pengolahan data dan menganalisis data.</p> <p>Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Quilla Elc berhasil dalam</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini adalah objek penelitian.</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>meningkatkan penjualan produk elektronik di shopee dengan menentukan segmenting, targeting, dan positioning dan menerapkan strategi marketing mix (bauran pemasaran) yang mencakup empat variabel, diantaranya (1) strategi produk dengan memberikan pelayanan terbaik, memberi garansi produk, dan menampilkan foto produk terbaik. (2) strategi harga dengan menetapkan harga yang standart dalam artian tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah dan sesuai dengan harga di pasaran. (3) strategi distribusi dengan menyalurkan distribusi secara langsung kepada konsumen melalui penjualan online. (4) strategi promosi dengan menggunakan iklan gratis shoope dan memberikan potongan harga.</p>	

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
2.	Faisal Akbar, (2023)	<p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>) dengan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang diperoleh berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.</p> <p>Adapun hasil penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang dilakukan Dara bakery yaitu dari segi produk yaitu berupa segala macam aneka roti, Harga yang cukup terjangkau tergantung yang di pesan, mendistribusikannya ke toko-toko dan tetangga yang mempunyai hajatan, sistem mulut kemulut. Menurut Perspektif Ekonomi Islam implementasi bauran pemasaran Dara bakery sudah sesuai dengan pemasaran Islam yaitu dari segi produk selalu besikap jujur dan mengedepankan kualitas</p>	<p>Persamaan pada penilian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>) dengan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang diperoleh berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.</p> <p>Perbedaanya pada penelitian ini adalah obyek</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>produk. menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. tempat/saluran distribusi yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau, dan promosi selalu bersikap jujur.</p>	<p>penelitian diroti dari bakery di demak sedangkan penelitian saya obyek penelitiannya di pelaku usaha busaha muslim dan tempat penelitian di kabupaten indramayu.</p>
3.	Dewi Nur Aini, (2023).	<p>Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang berarti penelitian ini menjelaskan atau mendeskripsikan karakteristik fenomena yang sedang diteliti sehingga dapat menjawab fenomena atau peristiwa apa yang sedang terjadi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini terdiri dari</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedang teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang digunakan Batik Isnali yaitu menyebarkan nomor WhatsApp melalui media sosial, melalui marketplace, dan melalui reseller. Batik Isnali juga telah menerapkan prinsip bisnis syariah yang terdiri dari sembilan prinsip, yaitu prinsip kesatuan, prinsip kebolehan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggungjawaban, prinsip kebenaran, prinsip kerelaan, prinsip kemanfaatan, dan prinsip larangan riba. Sedang</p>	<p>sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. perbedaannya pada penelitian ini adalah pada Teknik analisis data sedangkan penelitian Teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>akad-akad yang digunakan Batik Isnali yaitu akad murabahah, akad salam, akad istishna', akad ijarah, dan akad wakalah bil ujah.</p>	
4.	<p>Pratama Widyaningsih, (2022)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SOAR. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder dari proses observasi dan wawancara dengan beberapa pihak informan terkait.</p> <p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan analisis SOAR dalam strategi pengembangan bisnis Kasay Hijab Indonesia menghasilkan evaluasi strategi yaitu (1) pentingnya menciptakan produk terbaru, dengan mengikuti trend, baik itu trend model maupun warna yang saat ini sedang menjadi buruan banyak orang, (2) update</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini menggunakan n kualitatif deskriptif, sumber data, Perbedaan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SOAR (<i>Strength, Opportunities, Aspirations, Resulth</i>). sedangkan penelitian saya menggunakan</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>penggunaan sosial media (instagram story setiap hari) sebagai sarana pemasaran (penjualan) gamis, (3) menjaga kepercayaan pelanggan dengan mengeluarkan produk gamis dengan kualitas unggulan (4) menjaga dan memperbaiki manajemen karyawan agar tidak menghambat kemajuan usaha.</p>	<p>Analisis SWOT (<i>Strength, Weaknes, Opportunity, Threath</i>).</p>
5.	Putri Nazhifa Farahdinna, (2022)	<p>Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menggunakan teknik observasi dan wawancara, dimana informan yang diwawancarai sebanyak 16 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang dilakukan oleh para pelaku UMKM Kota Banda Aceh adalah berupa pemasaran melalui sarana media sosial dan juga aplikasi e commerce seperti grabfood dan gofood. Dampak digital marketing dalam meningkatkan</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif Perbedaan pada penelitian ini adalah obyek penelitian di pada usaha mikro kecil</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>keuntungan/profit perusahaan belum terlalu signifikan. Namun, pemasaran berbasis digital marketing dapat memberikan dampak yang positif terhadap keberlangsungan UMKM di Kota Banda Aceh. Digital marketing sangat membantu UMKM dalam mempertahankan usahanya agar tetap beroperasi di tengah pandemi COVID-19. Dengan digital marketing, UMKM dapat mempromosikan usahanya secara lebih mudah dan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Digital marketing juga memudahkan para konsumen dalam membeli makanan dan minuman tanpa harus datang langsung ke outlet UMKM. Ini dapat memberi kenyamanan dan kemudahan bagi para konsumen sehingga</p>	<p>dan menengah sektor kuliner di kota banda aceh sedangkan penelitian saya adalah obyek penelitian di pelaku usaha busana muslim di indramayu</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		memberikan dampak yang baik pula bagi para pemilik UMKM.	
6.	Nur Rahma, (2020)	<p>Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berlokasi pada Butik Mahda Collection di jalan Salak No. 3, kelurahan Lagaligo, kecamatan Wara. Kota Palopo. Adapun teknik pengumpulan datanya dengan melakukan wawancara oleh pemilik butik, melakukan observasi dan dokumentasi, serta menyebarkan kuesioner kepada konsumen, kemudian data-data tersebut dianalisis melalui analisis SWOT dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, selanjutnya menghitung matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Strategic</i>) dan matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Strategic</i>), serta memberikan rekomendasi strategi-strategi melalui matriks SWOT.</p>	<p>Persamaan ini adalah menggunakan Analisis SWOT, Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan pada penelitian ini adalah obyek penelitian butik mahda collection di Kota Palopo sedangkan pada penelitian saya ini pelaku usaha busana muslim di</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>Hasil penelitian ini ditemukan strategi yang dilakukan Butik Mahda Collection, yaitu produk berkualitas, melakukan promosi dengan mengadakan fashion show dan melakukan kolaborasi dengan make up wedding dan memiliki lokasi yang strategis. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan matriks SWOT sehingga menghasilkan nilai strength 1,20, weakness 1,50, opportunity 2,20 dan threat 1,45, sehingga butik ini berada pada kuadran III atau dalam kondisi turn around yang mendukung strategi WO dengan meminimalkan kelemahan untuk mencapai peluang dengan cara memaksimalkan marketing di media sosial, melakukan pengembangan pada produk, menambah karyawan yang</p>	<p>jatibarang indramayu</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		kompeten, dan melakukan pencatatan keuangan secara sistematis.	
7.	Hartati, (2020)	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian fenomenologi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha busana muslim di Makassar Dagang yang berjumlah 5 informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman mereka tentang usaha yang baik sesuai dengan indikator penulis dapat dilihat dari pertanyaan yang di ajurkan peneliti yaitu: Kejujuran dalam menjual barang, cara mereka melayani pembeli dengan ramah dan sopan, kesatuan tauhid dengan tetap menjaga ibadah wajib setiap hari, bertanggung jawab dengan apa	Persamaan ini Menggunakan Penelitian Kualitatif perbedaan pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi sedangkan penelitian saya menggunakan analisis SWOT

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>yang mereka jualkan. Hasil dari pemanfaatan era digital pada pengusaha busana muslim di Makassar Dagang yaitu facebook memberikan salah satu fitur live yang memudahkan para pengusaha busana muslim untuk berjualan.</p>	
8.	<p>Khuswatul Jannah, Akhmad Hulaify, Rozzana Erziaty (2021)</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Populasi penelitian ini adalah owner dan sebelas karyawan Malvie Store di Jalan Panglima Batur Kota Banjarbaru. Sampel dari penelitian ini adalah owner Malvie Store. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling purposive. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis SWOT digunakan sebagai salah satu teknik analisis data dalam penelitian ini. Hasil dari</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan analisis SWOT Perbedaannya pada penelitian ini adalah pada obyek penelitian dan</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>penelitian bahwa Malvie Store berada pada kuadran strategi growth yang berarti penerapan strategi SO sangat tepat bagi Malvie Store, adapun dalam islam dilihat dari segi manfaat dan mudhorot, strategi tersebut memiliki manfaat yakni dapat menjangkau pasar lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan, sedangkan mudhorotnya dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat.</p>	<p>tempat penelitian.</p>
9.	Femi Oktaviani, Rieva Pratiwi, (2022)	<p>peneliti menggunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif, Hasil penelitian menunjukkan penggunaan strategi pada komunikasi bisnis sangat penting dari pemahaman membangun kepercayaan konsumen dengan menggunakan jasa influencer, banyaknya pemilihan platform digital yang digunakan, serta tahapan tahapan komunikasi bisnis</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Perbedaan pada penelitian ini adalah obyek penelitian dan tempat penelitian.</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		yang dilakukan agar perencanaan sesuai dari strategi untuk mencapai bisnis nya lebih dikenal luas di pasaran	
10.	Syifa Afiyati Laily, (2022)	<p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>) yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara. Sedangkan, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Analisis melalui metode penelitian kualitatif berupaya menemukan data penelitian yang berasal dari lapangan. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber adalah orang yang paham dan mengetahui mengenai strategi yang tepat dalam UMKM Oemah Produksi Djintoel melalui pendekatan SOAR</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan Adapun perbedaannya adalah pada obyek yang diteliti, obyek yang diteliti pada penelitian ini adalah tentang strategi pengembangan umkm oemah</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>dengan perspektif etika bisnis Islam.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh UMKM Oemah Produksi Djintoel yaitu strategi penetrasi pasar (pemasaran melalui sosial media dan <i>E-commerce</i>), strategi pengembangan pasar (pemanfaatan teknologi melalui media sosial), serta strategi pengembangan produk (inovasi dan variasi dalam produk). Berdasarkan analisis etika bisnis Islam, strategi yang diterapkan sudah sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist serta menerapkan prinsip prinsip dalam etika bisnis Islam, meliputi prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Sedangkan hasil dari penelitian menurut analisis SOAR menunjukkan bahwa strategi yang tepat atau efektif</p>	<p>produksi djintoel melalui pendekatan SOAR dan sedangkan penelitian milik saya menggunakan pendekatan SWOT.</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>digunakan oleh UMKM Oemah Produksi Djintoel dalam mengembangkan usahanya, seperti Mempertahankan kualitas bahan baku yang terjamin kehalalan maupun kualitasnya, membuat konten sosial media yang dapat menarik minat konsumen dengan rutin promosi serta mengadakan diskon ataupun give away, serta mengikuti berbagai macam event maupun pameran untuk mengenalkan produk.</p>	
11.	<p>Muhamad Tri Mulyono, (2022)</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis SWOT sistem online produk KSPPS Hudatama Cabang Mangkang. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.</p> <p>Adapun hasil dalam penelitian ini bahwa sistem online produk di KSPPS Hudatama Cabang</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis SWOT, sedangkan</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>Mangkang ditemukan beberapa hal yaitu: Pertama, dari segi pemasaran melalui FB dan IG adalah: (1) kurang intensifnya (kontinu) dari pihak KSPPS Hudatama dalam mempromosikan produk yang dimiliki; (2) kurangnya umpan balik atau penjelasan lebih lanjut dari KSPPS Hudatama dengan like atau komentar dari teman FB maupun IG; (3) kurangnya spesifikasi pemantauan dari pihak KSPPS Hudatama. Kedua, dari segi internal adalah tidak memiliki tenaga ahli yang spesifik menangani FB dan IG.</p>	<p>perbedaannya adalah berbeda obyek ,obyek pada penelitian ini adalah pada sistem online produk di ksspps hudatama cabang mangkang, sedangkan penelitian saya pada pelaku usaha busana muslimon di jatibarang indramayu.</p>
12.	Ashif Jauhar Winarto, (2020)	<p>Dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan (<i>Strengths</i>) Kekuatan, (<i>Opportunities</i>)</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan</p>

No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>Peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan (<i>Weakness</i>) Kelemahan, dan (<i>Threats</i>) Ancaman. Dengan menggunakan analisis SWOT akhirnya bisa dirumuskan kunci sukses yang mungkin dimiliki Omah Fatih. Faktor kunci sukses penting sekali sebab akan memberikan informasi bagaimana sebenarnya profil keunggulan bersaing (<i>Competitive Advantage Profile</i>).</p> <p>Hasil penelitian menggunakan metode Analisis SWOT dari faktor Internal dan Eksternal menunjukkan bahwa Omah Fatih masuk pada kelas 1. (positif). Positif Merupakan posisi yang sangat menguntungkan, perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal,</p>	<p>analisis SWOT, sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah bagian obyeknya, dalam obyek penelitian yaitu, Analisis SWOT Pemasaran Digital Produk Omah Fatih Di Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang, sedangkan penelitian saya adalah pada strategi penjualan di era digital melalui</p>

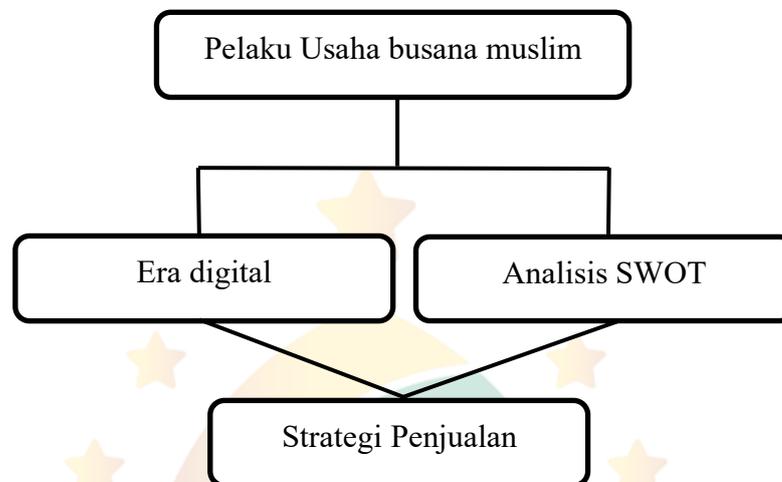
No.	Nama Peneliti dan Tahun.	Metode dan Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		seyogyanya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.	pendekatan SWOT pada pelaku usaha busana muslim di jatibarang indramayu.

F. Kerangka Berfikir

Peranan usaha ini sering diartikan dengan upaya-upaya dalam mengatasi masalah pengangguran, kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Usaha yang ada di kecamatan jatibarang terbagi menjadi beberapa jenis usaha, salah satu yang cukup terkenal yaitu usaha sandang atau busana. Kecamatan jatibarang sendiri termasuk sebagai pusat utama keramaian Masyarakat. Namun dalam usaha sandang yang ada di kecamatan jatibarang ini masih terdapat beberapa kendala diantaranya, modal, akses pasar, dan strategi promosi yang belum maksimal.

Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistic atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitian hanya berdasarkan variable penelitian, tetapi keseluruhan situasi social yang diteliti yang meliputi aspek tepat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis.

Gambar 1. 1
Kerangka Pemikiran



Terdapat beberapa tahapan untuk mendapatkan strategi penjualan yang tepat. Tahapan pertama mengidentifikasi pelaku usaha busana muslim pada Era digital. Selanjutnya juga dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang. Tahapan berikutnya adalah memformulasikan hasil analisis SWOT ke dalam rumus matrik SWOT sehingga menemukan beberapa strategi penjualan yang tepat. Maka dari itu dengan menggunakan analisis SWOT tersebut dapat membantu Pelaku usaha Busana muslim dalam menentukan alternatif strategi penjualan yang dapat diimplementasikan agar dapat bertahan dan berkembang di Tengah Era Digital.

G. Metode Penelitian

1. Metode dan Pendekatan Penelitian

a. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu ilmu yang mempelajari bagaimana cara membuat suatu penelitian ilmiah yang benar (Syahza, 2021) Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam metode penelitian ini digunakan untuk memaparkan kondisi pasar sandang penjualan busana di kecamatan Jatibarang Indramayu.

Sehingga penelitian ini akan menggali informasi mengenai faktor internal dan eksternal dalam penjualan busana di Kecamatan Jatibarang. Untuk mengetahui strategi yang harus dikembangkan, maka dalam penelitian ini akan mengkaji kelemahan dan kekuatan penjualan di Kecamatan Jatibarang.

Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif ialah karena peneliti ingin melakukan penelitian secara mendalam dan menyajikan data yang dapat dipercaya dan juga akurat serta dapat menggambarkan situasi dan juga kondisi sebenarnya atas apa yang terjadi secara jelas. Selain itu peneliti juga ingin menyajikan gambaran secara lengkap mengenai peristiwa dari masalah yang diteliti. Dengan demikian, pendekatan penelitian kualitatif adalah teknik pendekatan penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata untuk menjelaskan dan menggambarkan makna setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu.

2. Objek dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Pasar Sandang Jatibarang, Kabupaten Indramayu, dengan fokus pada pelaku usaha busana muslim, mengidentifikasi adanya 267 pelaku usaha di pasar tersebut yang tersebar dalam berbagai sektor bisnis. Salah satu sektor yang menjadi fokus utama penelitian ini adalah sektor usaha busana muslim, yang terdapat di Jalan Mayor Dasuki Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu. Dari total 267 pelaku usaha di Pasar Sandang Jatibarang, 267 di antaranya adalah pelaku usaha yang bergerak di bidang busana muslim. Hal ini menunjukkan bahwa sektor busana muslim memiliki kontribusi yang signifikan dalam kegiatan ekonomi di pasar tersebut, meskipun hanya merupakan sebagian kecil dari total pelaku usaha. Dari para pelaku usaha di pasar sandang Jatibarang diantaranya 7 informan yang diambil untuk *sampling*.

3. Sumber Data

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok. Data primer secara khusus di lakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan metode survei dan juga metode observasi. Metode survei ialah metode pengumpulan data primer dengan menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis.

Penulis melakukan wawancara kepada para pelaku usaha busana muslim untuk mendapatkan data atau informasi yang di butuhkan. Kemudian penulis juga melakukan pengumpulan data dengan metode observasi. Metode observasi ialah metode pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan kejadian tertentu yang terjadi. Penulis datang ke tempat usaha yang sedang melakukan penjualan busana muslim, untuk mengamati aktivitas yang terjadi pada usaha tersebut untuk mendapatkan data atau informasi yang sesuai dengan apa yang di lihat dan sesuai dengan kenyataannya.

Dalam konteks penelitian pasar, data primer memiliki peran sentral sebagai sumber informasi langsung dari konsumen, pelaku usaha, maupun lingkungan pasar itu sendiri. Data ini dikumpulkan secara empiris artinya, berdasarkan pengalaman nyata di lapangan melalui observasi langsung, wawancara dengan para pelaku usaha, penyebaran kuesioner kepada konsumen, ataupun pencatatan perilaku konsumen saat bertransaksi di pasar. Hasil dari pengumpulan data primer ini memberikan gambaran konkret dan mendalam tentang dinamika

pasar, termasuk tren permintaan, segmentasi konsumen, dan tingkat persaingan antar pelaku usaha.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data suatu penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (di peroleh atau dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian pasar, data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan dan diolah terlebih dahulu oleh pihak lain sebelum digunakan oleh peneliti. Penulis mendapatkan data sekunder ini dengan cara melakukan permohonan yang bertujuan untuk meminjam bukti-bukti transaksi pada pelaku usaha busana muslim di Kecamatan Jatibarang dan buku yang di gunakan untuk pencatatan transaksi setiap harinya.

Secara empiris, data sekunder juga digunakan untuk memetakan volume kunjungan ke pasar, jumlah pedagang aktif, dan jenis komoditas yang paling banyak diperdagangkan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menentukan strategi terbaik dalam upaya pengembangan usaha busana muslim yang ada di Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu, maka pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pencatatan atau kondisi fisik secara langsung yang dilakukan oleh peneliti untuk mengamati kondisi usaha kecil yang ada di Kecamatan Jatibarang. Observasi merupakan suatu penyelidikan yang mendalam mengenai gejala sosial yang dilakukan secara terstruktur. Alat yang digunakan dalam teknik observasi sebenarnya adalah semua pancaindera dan tergantung pada jenis data apa yang diobservasi oleh peneliti baik itu bisa melalui pendengaran, penglihatan, penciuman maupun perasaan dengan cara meraba. Objek yang diobservasi terdapat bermacam-macam diantaranya

kegiatan, monumen sejarah, perilaku serta fenomena-fenomena kehidupan sosial lainnya.

Pada penelitian dipasar, observasi dilakukan dengan cara mengamati aktivitas para pedagang, konsumen, serta proses transaksi jual beli secara langsung di lokasi pasar. Pengamatan ini dapat dilakukan secara partisipatif (peneliti terlibat langsung) maupun non-partisipatif (peneliti hanya mengamati tanpa terlibat).

metode observasi memberikan peneliti kesempatan untuk melihat perilaku konsumen dalam memilih barang, cara pedagang melayani pelanggan, kondisi fisik pasar, pola aktivitas di jam sibuk, hingga interaksi sosial yang terjadi antar pelaku pasar. Misalnya, seorang peneliti yang melakukan observasi di Pasar Rakyat pada hari Minggu pagi akan melihat lonjakan jumlah pengunjung, pola tawar-menawar harga, serta jenis produk yang paling banyak diminati.

b. Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah personal interview. Yaitu wawancara yang dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan responden sesuai dengan masalah yang diteliti.

Menurut (Jamaludin, 2018) merupakan interaksi antara dua orang, yang disebut dengan pewawancara atau peneliti dan yang diwawancarai sebagai informan (narasumber). Wawancara adalah salah satu teknik penelitian yang akan menimbulkan diskusi antar perorangan. Hal ini akan senantiasa meningkatkan wawasan berfikir, perilaku dan perasaan baik dari peneliti maupun narasumber. Tujuan umum dilakukannya proses wawancara ialah sebagai langkah untuk menggali lebih dalam mengenai kebiasaan-kebiasaan informan yang menjadi target penelitian serta untuk mengetahui alasan-alasan yang melatarbelakangi hal tersebut.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah secara mendalam atau wawancara terstruktur, maksudnya proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan menggunakan pedoman wawancara. Alasan penulis menggunakan wawancara terstruktur supaya proses wawancara lebih terarah dan data yang diperoleh lebih jelas.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan pengusaha busana muslim di jatibarang indramayu. Diharapkan dengan proses wawancara tersebut peneliti dapat menggali lebih banyak informasi mengenai bagaimana strategi pelaku usaha busana muslim tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang bersifat empirik karena didasarkan pada bukti fisik atau tertulis yang nyata dan relevan dengan objek penelitian. Dalam konteks penelitian pasar, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data dari berbagai jenis dokumen yang berkaitan langsung dengan aktivitas pasar, baik yang bersifat administratif maupun visual. Dokumentasi adalah catatan kejadian yang sudah berlalu atau yang sudah terjadi. Dokumentasi ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari pada metode observasi dan wawancara sehingga akan mendukung kredibilitas penelitian. Selain metode pengumpulan informasi, ada juga instrument yang akan digunakan, khususnya persepsi terorganisir. Oleh karena itu, Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh peneliti melalui catatan, gambar bisa juga arsip yang penting yang berhubungan dengan objek penelitian yang di teliti.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti pendekatan Miles dan Huberman melalui empat tahapan, yaitu Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan, dan Triangulasi.

Tahapan pertama, Reduksi Data. Reduksi Data merupakan proses penyederhanaan dan pengelompokan data yang telah dikumpulkan agar lebih mudah dikelola dan dipahami. Pada tahap ini, data yang relevan akan dipilih dan diorganisir untuk mengidentifikasi strategi-strategi penjualan pada era digital oleh para pelaku usaha busana muslim di Jatibarang Indramayu.

Tahapan kedua, Penyajian Data. Penyajian Data merujuk pada cara penyajian data dalam bentuk yang mudah dipahami dan relevan untuk memahami fenomena yang diteliti. Data akan disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau grafik, sehingga memudahkan pemahaman tentang analisis strategi-strategi penjualan pada era digital oleh para pelaku usaha busana muslim di Jatibarang Indramayu.

Tahapan ketiga, Penarikan Kesimpulan. Penarikan Kesimpulan adalah proses memverifikasi dan menginterpretasi data untuk menyusun kesimpulan yang didasarkan pada temuan yang ada. Dalam tahap ini, peneliti akan menyusun hasil penelitian berdasarkan data yang telah dianalisis, untuk menggambarkan strategi-strategi penjualan pada era digital oleh para pelaku usaha busana muslim di Jatibarang Indramayu.

Tahapan terakhir, Triangulasi Data. Triangulasi Data adalah teknik yang digunakan untuk meningkatkan keakuratan dan keandalan data dalam penelitian. Dalam penelitian ini, triangulasi akan diterapkan dengan menggabungkan berbagai sumber data dan metode pengumpulan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang analisis strategi-strategi penjualan pada era digital oleh para pelaku usaha busana muslim di Jatibarang Indramayu.

Terdapat tiga jenis triangulasi yang akan diterapkan:

a. Triangulasi Sumber

Data akan diperoleh dari berbagai sumber, termasuk wawancara dengan pedagang beras dan konsumen pembeli beras. Dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber ini, peneliti dapat memastikan konsistensi dan keandalan data yang dikumpulkan.

b. Triangulasi Metode

Penelitian ini akan menggunakan kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan memanfaatkan berbagai metode ini, peneliti dapat memverifikasi informasi yang diperoleh dari wawancara dengan hasil observasi di lapangan serta data dari dokumen resmi. Pendekatan ini membantu dalam mengidentifikasi potensi kesalahan yang mungkin terjadi dalam satu metode tertentu.

c. Triangulasi Waktu

Penerapan triangulasi waktu dapat meningkatkan akurasi hasil penelitian, data akan dikumpulkan melalui wawancara dan survei yang dilakukan pada beberapa waktu yang berbeda, sehingga memungkinkan analisis mendalam terhadap perubahan perspektif responden seiring berjalannya waktu. Pendekatan ini membantu dalam mendapatkan perspektif yang lebih luas dan mengurangi bias dalam hasil penelitian.

Dengan menerapkan triangulasi dalam analisis data, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi-strategi penjualan pada era digital oleh para pelaku usaha busana muslim di Jatibarang Indramayu.

H. Sistematika Penulisan

Guna mempermudah penulis dalam mengkaji dan menelaah lebih lanjut mengenai penelitian yang berjudul “Analisis strategi penjualan pada

era digital melalui pendekatan SWOT pada pelaku usaha busana muslim di Jatibarang Indramayu” diperlukan sistematika penulisan sebagai Gambaran. Penulisan ini terbagi menjadi lima bab, dan setiap bab terdiri dari sub-sub bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan pedoman yang dapat mengangtarkan pembahasan skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari tujuan sub bab yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan tentang landasan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori dimulai dengan menjelaskan secara ringkas tentang isi dari berbagai referensi yang berhubungan dengan pokok bahasan guna mendukung penyusunan teori dan konsep.

BAB III: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini merupakan penjelasan secara garis besar tentang metode penelitian berupa langkah-langkah dalam melakukan penelitian mulai dari pencarian data, metode pengolahan data dan analisis untuk mencapai tujuan dari penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menyajikan data-data yang diperoleh dari para pengusaha yang selanjutnya diolah sesuai dengan materi dan metode yang digunakan, serta menyajikan pembahasan dan Analisa sesuai dengan teori-teori pembahasan untuk menyelesaikan masalah yang ada.

BAB V: PENUTUP

Berisi Kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisa yang telah dilakukan oleh penulis dan beberapa saran untuk penanggulangan masalah yang ada.