

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam berdasarkan pengalaman, pandangan, dan perilaku pelaku UMKM di Wilayah Kota Tasikmalaya dalam memanfaatkan literasi keuangan digital untuk strategi pemasaran *online*.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ruang lingkup penelitian ini mencakup variabel yang diteliti, subjek penelitian, serta lokasi penelitian. Ruang lingkup penelitian diperlukan untuk membatasi fokus kajian agar penelitian lebih terarah dan mendalam (Kusumastuti & Khoiron, 2019:151). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus (*case study*), yaitu metode penelitian yang menelaah secara mendalam terhadap suatu fenomena pada objek tertentu, sehingga hasil penelitian yang diperoleh hanya berlaku pada subjek yang diteliti.

Penelitian ini difokuskan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang aktif memanfaatkan *marketplace* sebagai media pemasaran. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan digital dan strategi pemasaran *online*. Subjek penelitian terdiri dari pelaku UMKM yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya, dengan data yang diperoleh berupa pengalaman, pemahaman, serta praktik penggunaan layanan keuangan digital dan pemasaran berbasis *marketplace* dalam menjalankan usaha di era *smart economy*.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Tatang M. Amirin, subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau lebih tepatnya dimaknai sebagai seseorang atau sesuatu yang diperoleh keterangan. Sementara Muhammad Idrus menyebutkan bahwasannya subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. (Rahmadi, 2011:56)

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan subjek penelitian berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Menurut Notoatmodjo (2010) dalam Kumara (2018:124), purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu, seperti karakteristik atau sifat-sifat populasi yang dianggap paling relevan dengan permasalahan penelitian. Teknik ini juga dikenal sebagai judgement sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan penilaian peneliti terhadap subjek yang dianggap mampu memberikan informasi yang dibutuhkan.

Subjek penelitian ini diklasifikasikan ke dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan modal usaha dan omzet pendapatan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Pengelompokan ini dilakukan untuk menggambarkan skala usaha, kapasitas ekonomi, serta kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap literasi keuangan digital dan strategi pemasaran *online*.

Klasifikasi berdasarkan modal dan omzet dianggap relevan karena kedua indikator tersebut mencerminkan tingkat perkembangan usaha dan kompleksitas pengelolaan bisnis. UMKM dengan skala modal dan omzet yang berbeda memiliki karakteristik, tantangan, serta kebutuhan yang berbeda dalam pemanfaatan teknologi keuangan digital dan *marketplace*. Oleh karena itu, penelitian ini melibatkan informan dari seluruh kategori UMKM agar analisis yang dihasilkan lebih komprehensif dan representatif terhadap kondisi UMKM di Kota Tasikmalaya.

Tabel 3.1 Klasifikasi UMKM Berdasarkan Modal dan Omzet

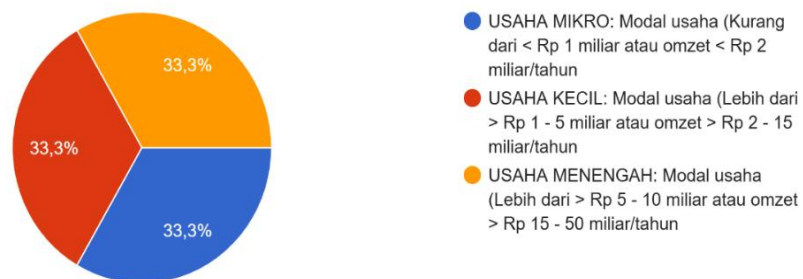
No	Kategori UMKM	Modal Usaha (tidak termasuk tanah dan bangunan)	Omzet pendapatan tahunan	Karakteristik Umum Usaha
1	Usaha Mikro	Rp 1 Miliar	Rp 2 miliar	Dikelola perorangan, pencatatan keuangan sederhana, pemanfaatan teknologi digital masih terbatas
2	Usaha Kecil	Rp 1-5 Miliar	Rp 2-15 miliar	Usaha mulai berkembang, manajemen lebih tertata, aktif menggunakan <i>marketplace</i> dan pembayaran digital
3	Usaha Menengah	Rp 5-10 Miliar	Rp 15-50 miliar	Sistem usaha lebih mapan, adopsi teknologi tinggi, strategi pemasaran <i>online</i> dan keuangan digital lebih terstruktur

Dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis *marketplace* yang menjalankan usahanya di wilayah Kota Tasikmalaya. Subjek penelitian dipilih karena dianggap memiliki pengalaman langsung dalam penerapan literasi keuangan digital serta pelaksanaan strategi

pemasaran *online* melalui platform *marketplace*. Adapun kriteria subjek penelitian meliputi: (1) pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha di Kota Tasikmalaya; (2) pelaku UMKM yang menggunakan platform *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, atau Bukalapak sebagai media pemasaran *online*; (3) pelaku UMKM yang memiliki pengalaman dalam pengelolaan keuangan digital, seperti pencatatan transaksi dan penggunaan dompet digital; serta (4) pelaku UMKM yang termasuk dalam kategori usaha mikro, kecil, dan menengah. Selain itu, subjek penelitian bersedia menjadi informan dan memberikan data yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung.

Modal dan Omzet Usaha (tidak termasuk tanah dan bangunan)

6 jawaban



Gambar 3.1 Klasifikasi UMKM

Diagram pada Gambar menunjukkan klasifikasi informan penelitian berdasarkan kategori usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM. Pengelompokan ini didasarkan pada besaran modal usaha dan omzet tahunan yang dimiliki oleh masing-masing informan. Berdasarkan data yang diperoleh dari enam informan penelitian, kategori usaha terdiri dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Penyajian data dalam bentuk diagram bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai komposisi kategori UMKM yang menjadi objek penelitian dalam studi ini.

Berdasarkan kriteria tersebut, subjek penelitian yang dijadikan informan berjumlah enam (6) pelaku UMKM, yang terdiri atas dua (2) pelaku usaha mikro, dua (2) pelaku usaha kecil, dan dua (2) pelaku usaha menengah. Penentuan jumlah

informan dalam penelitian kualitatif ini mengacu pada pendapat Creswell (2014) yang menyatakan bahwa jumlah informan dalam penelitian kualitatif bersifat fleksibel dan ditentukan berdasarkan kedalaman data serta tingkat kejenuhan informasi (*data saturation*), bukan pada jumlah responden yang besar. Dengan demikian, jumlah dan klasifikasi informan tersebut dinilai telah memadai untuk memperoleh data yang mendalam dan komprehensif mengenai hubungan literasi keuangan digital dengan strategi pemasaran *online* UMKM berbasis *marketplace* di Kota Tasikmalaya.

Tabel 3.2 Subjek Penelitian

No	Inisial Informan	Kategori UMKM	Media Marketplace	Kriteria Informan
1	ESM	Mikro	<i>Marketplace</i>	Pelaku UMKM Mikro
2	YR	Mikro	<i>Marketplace</i>	Pelaku UMKM Mikro
3	SM	Kecil	<i>Marketplace</i>	Pelaku UMKM Kecil
4	RSW	Kecil	<i>Marketplace</i>	Pelaku UMKM Kecil
5	YA	Menengah	<i>Marketplace</i>	Pelaku UMKM Menengah
6	IS	Menengah	<i>Marketplace</i>	Pelaku UMKM Menengah

Sumber: Hasil Obsevasi

3.3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah literasi keuangan digital dan strategi pemasaran *online* pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini berfokus pada bagaimana peran literasi keuangan digital memengaruhi kemampuan pelaku UMKM dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran melalui platform digital pelaku UMKM di wilayah Kota Tasikmalaya yang aktif menggunakan berbagai platform *Marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak dalam menjalankan kegiatan usahanya, baik untuk promosi, transaksi, maupun pengelolaan keuangan digital.

3.3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama, yaitu literasi keuangan digital sebagai variabel independen dan strategi pemasaran *online* UMKM berbasis *marketplace* sebagai variabel dependen. Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian serta menghindari penafsiran yang berbeda, masing-masing variabel dijabarkan ke dalam indikator-indikator yang disertai dengan batasan operasional. Penjabaran ini bertujuan untuk memudahkan proses pengumpulan data, analisis, serta penarikan kesimpulan penelitian.

Tabel 3.3 Indikator Variabel literasi Keuangan Digital

No	Indikator	Batasan Operasional
1	Pemahaman keuangan digital	Tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep dasar keuangan digital seperti transaksi non-tunai, QRIS, <i>e-wallet</i> , dan <i>mobile banking</i>
2	Penggunaan aplikasi keuangan digital	Kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, pencatatan keuangan digital, dan layanan perbankan digital
3	Pencatatan keuangan usaha	Praktik pencatatan transaksi usaha secara terpisah dari keuangan pribadi menggunakan media digital atau aplikasi pembukuan

No	Indikator	Batasan Operasional
4	Pengelolaan transaksi digital	Kemampuan mengelola pemasukan dan pengeluaran dari transaksi <i>marketplace</i> dan pembayaran digital
5	Pemanfaatan data keuangan digital	Penggunaan data transaksi digital sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan usaha

Tabel 3.4 Indikator variabel strategi pemasaran *online* UMKM berbasis *marketplace*

No	Indikator	Batasan Operasional
1	Pemanfaatan <i>marketplace</i>	Tingkat penggunaan <i>marketplace</i> sebagai media utama penjualan produk UMKM
2	Penggunaan fitur promosi <i>marketplace</i>	Pemanfaatan fitur seperti <i>voucher</i> , diskon, iklan berbayar, dan gratis ongkir
3	Penggunaan fitur analitik	Kemampuan menggunakan data penjualan, statistik kunjungan, dan performa produk
4	Strategi komunikasi digital	Cara pelaku UMKM berinteraksi dengan konsumen melalui <i>chat</i> , <i>live selling</i> , dan konten promosi
5	Efektivitas pemasaran <i>online</i>	Persepsi pelaku UMKM terhadap peningkatan penjualan, jangkauan pasar, dan daya saing usaha

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan pengumpulan data yaitu untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018:224) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian,

karena tujuan utamanya dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian ini tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Ada beberapa teknik dalam pengumpulan data diantaranya adalah: observasi (pengamatan) *interview* (wawancara), dan Dokumentasi.

3.4.1 Observasi

Menurut Sugiono (2018:229) Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri khas dibandingkan dengan teknik lainnya. Pengamatannya tidak terbatas pada manusia saja, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Melalui observasi, peneliti dapat mengetahui lebih jauh tentang perilaku maknanya. Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi ke pelaku UMKM untuk mengidentifikasi dan memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.4.2 Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Wawancara mendalam dilakukan dengan pelaku UMKM untuk menggali secara rinci pengalaman, strategi, dan praktik usaha yang mereka jalankan sehari-hari. Melalui teknik ini, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai motivasi pelaku usaha dalam memulai dan mengembangkan usahanya, berbagai kendala yang mereka hadapi, serta keputusan-keputusan penting yang diambil dalam proses pengelolaan usaha. Selain itu, wawancara mendalam juga memungkinkan peneliti untuk memahami persepsi, pandangan, dan sikap pelaku usaha terhadap inovasi, penggunaan teknologi, pemasaran, serta pengelolaan keuangan digital, sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan komprehensif untuk dianalisis dalam konteks penelitian ini.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai jenis data yang relevan, antara lain laporan transaksi digital, data promosi yang dilakukan di *marketplace*, serta catatan keuangan usaha yang tercatat oleh pelaku UMKM. Pengumpulan dokumentasi ini bertujuan untuk memvalidasi, memperkuat, dan melengkapi data yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan wawancara,

sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh dan akurat mengenai aktivitas usaha, strategi pemasaran, serta pengelolaan keuangan pelaku UMKM. Selain itu, dokumentasi juga berfungsi sebagai sumber bukti tertulis yang mendukung analisis penelitian, memungkinkan peneliti untuk melakukan triangulasi data dan memastikan keabsahan serta reliabilitas temuan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu tahapan penting dalam penelitian kualitatif karena melalui proses ini data yang telah diperoleh dapat diolah sehingga menghasilkan informasi yang bermakna dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif tidak hanya dilakukan setelah seluruh data terkumpul, tetapi telah dimulai sejak proses pengumpulan data berlangsung di lapangan. Ketika peneliti melakukan observasi maupun wawancara, peneliti secara langsung mulai memahami, menafsirkan, serta mengidentifikasi makna dari informasi yang disampaikan oleh informan.

Menurut Miles dan Huberman (1984:252) dalam Sugiyono (2013:246), analisis data kualitatif dilakukan secara terus-menerus dan berlangsung secara interaktif hingga data yang diperoleh mencapai titik kejenuhan (*data saturation*), yaitu kondisi ketika tidak ditemukan lagi informasi baru yang relevan dengan fokus penelitian. Proses analisis data kualitatif tersebut meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

Dalam penelitian ini, proses analisis data juga didukung dengan penggunaan perangkat lunak NVivo yang berfungsi untuk membantu peneliti dalam mengelola, mengorganisasi, serta menganalisis data kualitatif secara lebih sistematis. NVivo merupakan perangkat lunak yang dikembangkan untuk mengelola data tidak terstruktur (*non-numerical unstructured data*) sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan proses pengkodean, pengelompokan tema, serta visualisasi data penelitian. Dengan bantuan NVivo, peneliti dapat mengidentifikasi pola hubungan antar data, menemukan tema-tema penelitian, serta menyajikan hasil analisis secara lebih terstruktur dan komprehensif.

3.5.1 Data *Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan tahapan awal dalam proses analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menyederhanakan data dengan cara merangkum, menyeleksi, serta memfokuskan informasi pada aspek-aspek yang paling relevan dengan tujuan penelitian. Melalui proses ini, data mentah yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan disusun secara lebih terstruktur sehingga memudahkan peneliti dalam memahami makna data, menemukan tema-tema utama, serta mengidentifikasi pola yang muncul dari fenomena yang diteliti (Miles, Huberman, & Saldana dalam Sugiyono, 2013:246).

Dalam penelitian ini, proses reduksi data dilakukan terhadap berbagai informasi yang berkaitan dengan literasi keuangan digital dan strategi pemasaran *online* pada pelaku UMKM. Data yang diperoleh kemudian dipilih berdasarkan tingkat relevansinya dengan fokus penelitian, selanjutnya dikelompokkan ke dalam kategori-kategori tertentu. Proses reduksi data dalam penelitian ini juga didukung dengan penggunaan perangkat lunak NVivo, khususnya pada tahap *coding* data. *Coding* merupakan proses pemberian kode atau label pada bagian-bagian tertentu dari data penelitian untuk memudahkan proses analisis. Secara kualitatif, kode merupakan konstruk yang dibuat oleh peneliti untuk merepresentasikan makna dari suatu data sehingga dapat digunakan untuk mendeteksi pola, melakukan kategorisasi, serta mengembangkan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Proses pengkodean dilakukan secara induktif, yaitu dengan membaca data secara mendalam, kemudian mengklasifikasikan data ke dalam tema-tema tertentu yang berkaitan dengan fokus penelitian.

3.5.2 Data *Display* (Penyajian Data)

Tahapan selanjutnya dalam analisis data kualitatif adalah penyajian data. Penyajian data merupakan proses menyusun informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk yang sistematis sehingga memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antar data serta menarik kesimpulan penelitian. Menurut Miles dan Huberman (1984:341) dalam Sugiyono (2009), penyajian data dalam penelitian kualitatif umumnya dilakukan dalam bentuk teks naratif, *matriks*, bagan, maupun hubungan antar kategori.

Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif yang didukung oleh visualisasi hasil analisis menggunakan NVivo. Setelah proses *coding* dilakukan, data yang telah terorganisasi kemudian dianalisis lebih lanjut melalui berbagai fitur dalam NVivo, seperti *query analysis*, *word frequency*, *cluster analysis*, dan *hierarchy chart*. Fitur-fitur tersebut membantu peneliti dalam mengidentifikasi kecenderungan tema yang muncul dari data penelitian serta melihat hubungan antar kategori yang terbentuk. Salah satu bentuk visualisasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *hierarchy chart*, yaitu diagram yang digunakan untuk menggambarkan distribusi dan kecenderungan hasil pengkodean data. Melalui visualisasi tersebut, peneliti dapat melihat tema mana yang paling dominan muncul dalam data penelitian serta memahami pola hubungan antar konsep yang berkaitan dengan literasi keuangan digital dan strategi pemasaran *online* UMKM.

3.5.3 Conclusion Drawing/Verification (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi)

Tahapan terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah proses penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, kesimpulan yang dirumuskan peneliti bersifat tentatif atau sementara karena masih memungkinkan untuk mengalami perubahan seiring dengan bertambahnya data dan temuan baru selama proses pengumpulan data berlangsung. Kesimpulan awal tersebut terus diuji melalui proses verifikasi dengan cara membandingkan antar sumber data, mengecek konsistensi informasi, serta menelaah kembali temuan penelitian agar sesuai dengan fakta lapangan. Apabila kesimpulan yang diperoleh didukung oleh data yang akurat, konsisten, dan berulang, maka hasil penelitian dapat dinyatakan memiliki tingkat keabsahan dan kredibilitas yang tinggi (Miles & Huberman, 1984:342 Sugiyono, 2009).

Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan secara sistematis berdasarkan hasil analisis data yang telah melalui tahapan reduksi data dan penyajian data dengan bantuan perangkat lunak NVivo. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan berbagai temuan yang berasal dari wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam pola dan tema yang saling berkaitan. Kesimpulan yang dihasilkan menggambarkan secara komprehensif peran literasi

keuangan digital dalam meningkatkan strategi pemasaran *online* UMKM berbasis *marketplace* di Kota Tasikmalaya, baik dari aspek pengelolaan keuangan digital, pemanfaatan teknologi pemasaran, maupun pengambilan keputusan bisnis berbasis data. Selain itu, hasil penelitian ini masih terbuka untuk dikembangkan lebih lanjut melalui analisis yang lebih mendalam guna memperkaya pemahaman terhadap dinamika literasi keuangan digital dan pemasaran *online* UMKM di era ekonomi digital.

3.6 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data menunjukkan tingkat kebenaran dan kepercayaan terhadap data yang dihasilkan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data lebih menekankan pada kualitas dan kedalaman informasi yang diperoleh dibandingkan dengan jumlah responden yang terlibat. Pengujian keabsahan data pada dasarnya berkaitan dengan validitas dan reliabilitas, namun konsep dan penerapannya memiliki perbedaan mendasar antara penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Pada penelitian kuantitatif, pengujian validitas dan reliabilitas difokuskan pada instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel. Sebaliknya, dalam penelitian kualitatif, yang menjadi fokus pengujian adalah data atau temuan penelitian itu sendiri. Data kualitatif dapat dikatakan valid apabila informasi yang disajikan oleh peneliti sesuai dan mencerminkan kondisi nyata yang terjadi pada objek atau subjek penelitian, tanpa adanya distorsi atau perbedaan makna (Husnullail et al., 2024:114).

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif umumnya mencakup empat kriteria utama, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Dalam penelitian ini, peneliti memusatkan perhatian pada aspek derajat kepercayaan (*credibility*) sebagai upaya untuk memastikan keakuratan dan kebenaran data yang diperoleh. Peningkatan *credibility* dilakukan melalui penerapan beberapa teknik, antara lain triangulasi dan *member check*, yang bertujuan untuk memverifikasi kesesuaian data

dengan informasi yang diberikan oleh informan serta meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap hasil penelitian.

3.7 Langkah-Langkah Penelitian

3.7.1 Persiapan Penelitian

Prosedur penelitian ini dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang disusun secara sistematis agar proses penelitian berjalan terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Secara umum, tahapan penelitian meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan penelitian di lapangan, dan tahap pengolahan serta analisis data. Pada tahap persiapan, peneliti melakukan perencanaan penelitian, penyusunan instrumen, serta penentuan informan penelitian. Tahap pelaksanaan lapangan difokuskan pada pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM yang menjadi subjek penelitian. Selanjutnya, tahap pengolahan dan analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan, menafsirkan, dan menganalisis data yang telah diperoleh untuk menghasilkan temuan penelitian.

3.7.2 Pengumpulan Data Lapangan

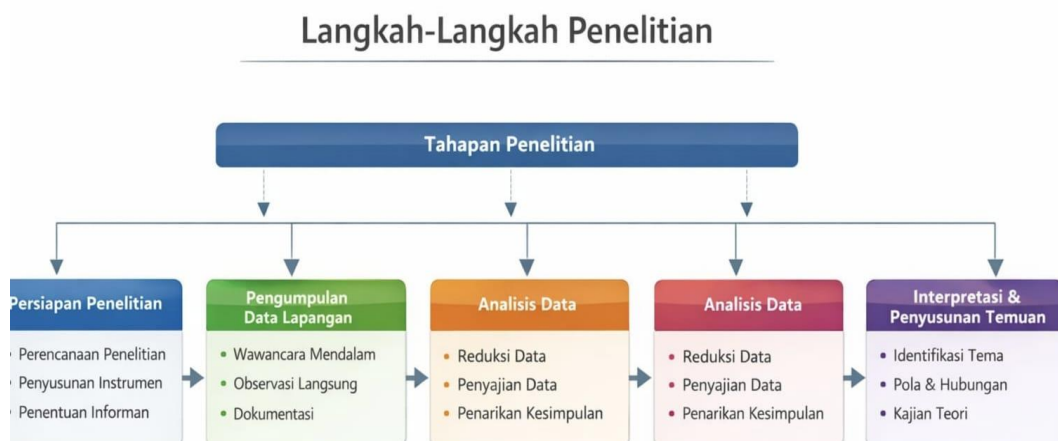
Penentuan informan penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha melalui *marketplace* serta telah memanfaatkan layanan keuangan digital dalam aktivitas usahanya. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pelaku UMKM untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman, pandangan, serta strategi mereka dalam menerapkan literasi keuangan digital. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi secara langsung terhadap aktivitas pemasaran *online* yang dijalankan oleh UMKM, termasuk penggunaan berbagai aplikasi keuangan digital seperti QRIS, dompet digital (*e-wallet*), dan aplikasi pencatatan keuangan digital. Untuk melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh, peneliti mengumpulkan dokumen pendukung berupa data penjualan, materi promosi digital, serta catatan transaksi keuangan berbasis digital yang relevan dengan fokus penelitian.

3.7.3 Analisis Data

Proses analisis data dilakukan dengan model Miles & Huberman 1984:253 (Prof. Dr. Sugiyono, n.d.) mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas yang terdiri dari tiga tahapan utama: Reduksi data, menyortir dan menyederhanakan data hasil wawancara dan observasi agar fokus pada hal-hal yang relevan dengan penelitian. Penyajian data, Menyusun hasil reduksi data dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan agar pola hubungan antar-tema mudah diidentifikasi. Penarikan Kesimpulan dan verifikasi, menginterpretasikan makna dari temuan dan memastikan keabsahan data melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

3.7.4 Interpretasi dan penyusunan temuan

Tahap analisis hasil penelitian dilakukan dengan menyusun deskripsi temuan yang berkaitan dengan hubungan antara literasi keuangan digital dan strategi pemasaran *online* pada UMKM. Selanjutnya, peneliti mengidentifikasi tema-tema utama serta pola-pola yang muncul berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan. Temuan yang diperoleh kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang relevan serta hasil penelitian terdahulu guna memperkuat analisis dan memberikan landasan ilmiah yang lebih komprehensif terhadap hasil penelitian.



Gambar 3.2 Langkah-Langkah Penelitian

3.8 Waktu dan Tempat Penelitian

3.8.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung Lima bulan, dari Desember 2025 hingga April 2026, melalui tahapan persiapan, pengumpulan data, analisis, dan penyusunan laporan akhir. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis untuk ditarik kesimpulan dan disusun menjadi laporan penelitian.

3.8.2 Tempat Penelitian

Peneliti melakukan penelitian kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis *marketplace* yang menjalankan usahanya di wilayah Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46115.

Tabel 3.5 Waktu Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan/Tahun																			
		Desember 2025				Januari 2026				Februari 2026				Maret 2026				April 2026			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Tahap Persiapan																				
	a. Melakukan studi pendahuluan dan observasi awal																				
	b. Penyusunan proposal penelitian																				
	c. Seminar proposal dan revisi																				
	d. Penyusunan dan validasi instrumen penelitian																				
2	Tahap Pelaksanaan																				
	a. Pengumpulan data melalui wawancara dan observasi																				
	b. Dokumentasi dan verifikasi data lapangan																				
	c. Analisis data menggunakan model Miles & Huberman																				
3	Tahap Pelaporan																				
	a. Penyusunan hasil penelitian dan konsultasi pembimbing																				
	b. Finalisasi laporan penelitian dan penyerahan hasil akhir																				