

BAB III

METODE PENELITIAN

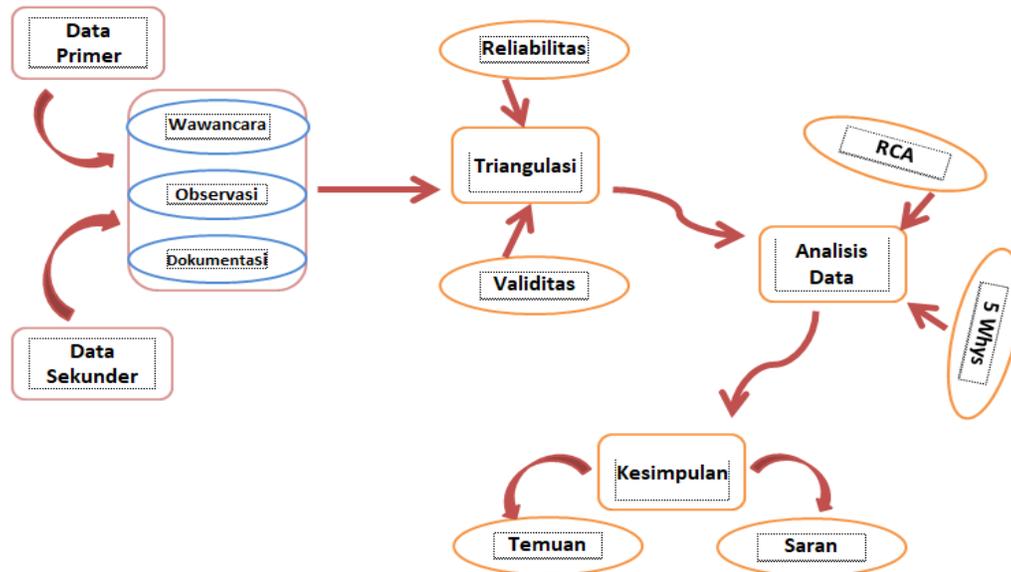
3.1. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah pelaku bisnis dari salah satu brand parfum lokal yang terletak di Jakarta, sebagai sumber data berdasarkan rumusan masalah penelitian yang menjadi objek penelitian.

3.2. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengaplikasikan metode penelitian kualitatif. Dengan mengaplikasikan pendekatan kualitatif alami yang dilakukan dengan pertimbangan bahwa penelitian ini menitik beratkan pada mengamati, mendeskripsikan, menginterpretasikan dan menganalisis pengaruh pengelolaan CRM terhadap pengurangan *marketing cost* pada era digitalisasi (Biddle & Locke, 2007). Penelitian kualitatif dilakukan melalui kontak yang intens dan/atau berkepanjangan dengan para partisipan pengaturan naturalistik untuk menyelidiki kehidupan sehari-hari dan / atau luar biasa dari individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p. 12). Sebagaimana disimpulkan oleh Maleong (Moleong, 2011, p. 6) bahwa Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

3.3. Sumber Data Penelitian



Gambar 3. 1 Alur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

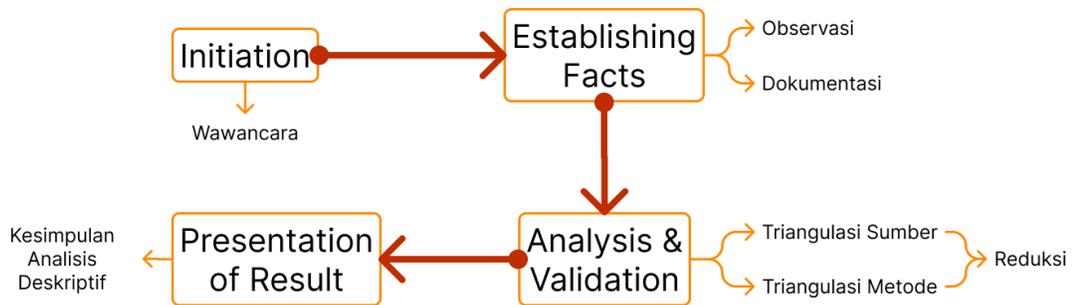
1. *Data Primer,*

Data ini diperoleh langsung dari sumbernya atau subjek penelitian. Data primer diperoleh dari wawancara dan observasi yang bersumber dari *Marketing of Director HMNS*, staf, dan *customer*.

2. *Data Sekunder*

Merupakan data yang sudah diterbitkan atau digunakan oleh pihak lain. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi, literatur serta *website* maupun subjek lain seperti staff, ataupun perilaku konsumen yang dapat menunjang penelitian. Berdasarkan sumber data, proses dan hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap, membuktikan, dan memaparkan faktor-faktor CRM yang mempengaruhi pengurangan anggaran *marketing cost* yang dilakukan oleh HMNS.

3.4. Tahap Analisa Data



Gambar 3. 2 Tahap Proses Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tehnik pengumpulan data dengan metode triangulation, yaitu metode dengan pengumpulan data yang terkumpul berdasarkan wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Kita dapat pikirkan triangulasi berdasarkan sumber data (yang dapat mencakup orang, waktu, tempat, dll.), dengan metode (observasi, wawancara dokumen), oleh peneliti (Penyidik A, B, dll), dan oleh teori. Untuk ini, kami menambahkan tipe data (mis., teks kualitatif, rekaman audio/video, data kuantitatif) (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p. 246).

Berkenaan dengan penggunaan beberapa metode pengumpulan data, Misalnya, apa yang dikatakan seseorang kepada Anda dalam sebuah wawancara dapat diperiksa terhadap apa yang Anda amati di situs atau apa yang Anda baca di dokumen relevan dengan fenomena yang menarik. Anda telah demikian bekerja triangulasi dengan menggunakan tiga metode pengumpulan data—wawancara, pengamatan, dan dokumen (Merriam & Tisdell, 2016, p. 245).

3.4.1. Tahap Awal / *Initiation*

Pertama, Sebelum mengadakan wawancara, peneliti menyiapkan *Guidelines Questions* sebagai *leading questions* bagi narasumber yang kemudian pertanyaan tersebut akan berkembang sesuai dengan jawaban narasumber. Kedua, mendengar ulang hasil mewawancara responden secara langsung kemudian membuatnya dalam bentuk scrip dan menganalisa hasil percakapan tersebut. Setelah wawancara awal

tentang pengalaman atau proses, peneliti mentranskrip pertukaran tersebut dan mengekstrak istilah kunci, konsep, *kode in vivo*, dan seterusnya. Masing-masing ditulis sendiri dalam *sticky notes* dan pemetaan tindak lanjut wawancara dijadwalkan dengan peserta (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p. 202).

Wawancara/ Interview

Pengumpulan data wawancara didapat melalui wawancara terstruktur yang dilaksanakan melalui interview bebas terpimpin. Informasi didapat dengan cara langsung bertatap muka dengan narasumber dengan tujuan mendapatkan gambaran lengkap tentang topic yang sedang diteliti. Pelaksanaan wawancara dilakukan kepada *Marketing of Director brand HMNS*, responden memiliki pengalaman dan pemahaman yang luas mengenai strategi yang telah diimplementasikan oleh HMNS Parfum dalam mengoptimalkan penggunaan *customer relationship management*.

3.4.2. Tahap Kedua / Establishing Facts

Selanjutnya, melakukan pengamatan dengan membuat catatan observasi kegiatan penjualan dari subjek penelitian, dan dokumen lainnya. Membuat catatan-catatan selama mendengar, membaca dan menganalisa seluruh informasi yang ada yang berhubungan dengan Subjek penelitian, kemudian dari data tersebut membangun dan mengembangkan informasi serta kategori dan hubungannya dengan penelitian ini. Pertanyaan juga mulai mengarahkan saya ke perangkat pengumpulan data —observasi, wawancara, pengumpulan dokumen, atau bahkan kuesioner. Akhirnya, pertanyaan penelitian mulai mengoperasionalkan kerangka kerja konseptual dan membuat asumsi teoretis awal bahkan lebih eksplisit (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p. 61).

Pada langkah ini, peneliti menyediakan observation sheet yang menjadi salah satu media pengumpulan data observasi perlakuan pada pelanggan yang ditunjukkan melalui tabel 3.1.

Keterangan :

- Observasi dilakukan baik secara partisipasi maupun non partisipasi

- Observasi dilakukan dalam mencatat fenomena atau kejadian terkait dengan proses pembelian, tanggapan ataupun tindakan yang diberikan oleh konsumen pada platform digital

Tabel 3. 1 Lembar observasi

No	Aspek	Indikator	Status	Review	Output	Layanan
1	Diisi dengan keterangan status pembelian. Pembelian pertama atau pembelian berikutnya.	Rating yang diisi pembeli	1. Kesesuaian produk pesanan 2. Kondisi keadaan produk 3. Ketepatan waktu pengiriman	1. Kalimat kepuasan atau komplain dari pelanggan 2. <i>Reward</i> atau bonus yang diperoleh	Rencana lanjutan kostumer	1. Pelayanan dari pihak manajemen 2. Respon dan tanggapan permasalahan

Pengamatan/ Observasi

Teknik pengumpul data dengan observasi digunakan karena penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan juga responden. Observasi dilakukan baik secara partisipasi maupun non partisipasi. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini dengan mencatat fenomena atau kejadian yang terkait dengan proses pelaksanaan pengelolaan *customer relationship management* (CRM) yang diterapkan oleh *brand* HMNS.

Dokumentasi

Dokumen ialah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *record*, yang dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik (Moleong, 2011, p. 216).

Dalam proses analisa data, peneliti mengumpulkan dan menganalisa dokumen penunjang yang menjadi acuan penelitian berasal dari berbagai observasi, buku, ataupun sumber informasi berupa web data penjualan *online*, chat konsumen dan data lain yang merupakan data terkait dalam penelitian mengenai pengelolaan *customer relationship management* (CRM) dan kaitannya dengan pengurangan anggaran *marketing cost*.

3.4.3. Tahap Ketiga / *Analysis and Validation*

Membuat catatan-catatan selama mendengar, membaca dan menganalisa seluruh informasi yang ada, kemudian dari data tersebut membangun dan mengembangkan informasi serta kategori dan hubungannya dengan penelitian ini. Menggunakan strategi pengkategorian yang melibatkan pengkodean dan penyortiran data. Hal ini digunakan untuk dapat memilah dan mengkategorikan data yang ada untuk mempermudah dan memperjelas pembacaan hasil analisa serta mengetahui efek dan hubungan yang ditimbulkan dilapangan berdasarkan fakta data yang akurat. Menyortir dan memilah-milah materi kode ini untuk mengidentifikasi frasa, hubungan yang serupa antara variabel, pola, tema, kategori, perbedaan yang jelas antara subkelompok, dan urutan umum (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p. 115).

Validitas

Strategi yang dapat digunakan peneliti kualitatif untuk memastikan konsistensi dan ketergantungan atau kehandalan adalah triangulasi, pemeriksaan sejawat, posisi penyelidik, dan jejak audit. Tiga yang pertama telah dibahas di bawah Validitas Internal atau Kredibilitas (Merriam & Tisdell, 2016, p. 252). Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui Wawancara, Observasi dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menemukan pemahaman serta sisi positif dan negatif pandangan para pelaku bisnis dalam penerapan CRM dalam pengelolaan *cost marketing* mereka, serta untuk mengetahui sejauh mana opini dan kepuasan pelanggan sebagai objek yang merasakan langsung pengaplikasian CRM terhadap pelayanan yang mereka terima. Sebagai hasil akhir, peneliti mendeskripsikan pengamatan dan membuat temuan dan saran agar dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam

perbaikan pengelolaan *marketing cost* pada pelaku bisnis lain dalam lingkup yang serupa.

Reliabilitas

Sama seperti *auditor* mengotentikasi akun bisnis, pembaca independen dapat mengotentikasi temuan penelitian dengan mengikuti jejak peneliti (Merriam & Tisdell, 2016, p. 252). *Reliability* mengacu pada sejauh mana temuan seseorang dapat direplikasi oleh pihak lain. Jejak audit dalam penelitian kualitatif menjelaskan secara rinci bagaimana data dikumpulkan, bagaimana kategori diturunkan, dan bagaimana keputusan dilakukan selama penyelidikan. Untuk membangun jalan ini, Anda sebagai peneliti menyimpan jurnal penelitian atau mencatat memo tentang proses pelaksanaan penelitian yang sedang dilakukan (Merriam & Tisdell, 2016, p. 253).

3.4.4. Tahap Akhir / *Presentation of Result*

Terkadang temuan yang tidak konsisten dan bertentangan menunjukkan bahwa peneliti membuat sebuah kesalahan di suatu tempat di sepanjang jalan dan perlu mencari tahu apa yang salah. Tapi terkadang temuan yang saling bertentangan adalah berkah karena metode pengumpulan data yang digunakan berbeda-beda aspek data yang berbeda, dan efek gabungannya membangun satu sama lain untuk menyusun perspektif fenomena yang lebih tiga dimensi (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p. 242). Tahap Terakhir dari analisa data adalah menampilkan hasil analisa data tersebut dalam deskripsi tebal penelitian. Setelah seluruh proses analisa dijalankan, maka akan muncul kesimpulan yang menampakkan hasil sebab akibat, korelasi dan hubungan yang jelas anatara data yang ada dan kenyataan berdasarkan fakta dilapangan. Tentunya tampilan ini akan memudahkan bagi pemirsa untuk memahami koherensi yang ada serta mendapatkan penampilan kesimpulan yang baik.