



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. TIPE PENELITIAN

Peneliti menggunakan post-positivisme sebagai paradigma penelitian dalam penelitian ini. Berdasarkan buku Teori dan Paradigma Penelitian Sosial, aliran post positivisme ini memperbaiki kelemahan positivisme. Jika aliran positivisme hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti berbeda dengan post-positivism yang memandang bahwa realitas tidak akan dapat dipahami sepenuhnya, hanya dapat dihipotesiskan (Salim, 2006;40).

Berdasarkan buku Pengantar Sosiologi Hukum, aliran positivism yang ditulis oleh Yesmil Anwar dan Adang (2008; 54)hanya melihat realitas dan diakui sebagai ada dalam kenyataan sesuai hukum alam. Berbeda dengan Post-positivisme. Post Positivisme menganggap bahwa mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti), dengan demikian metode yang digunakan adalah triangulasi, yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, dan teori. Alasan lain mengapa Post Positivisme menentang positivisme karena adanya perbedaan antara ilmu manusia dengan ilmu alam , karena di dalam ilmu manusia, seluruh tindakan manusia selalu berubah yang menyebabkan ilmu manusia tidak dapat diprediksi dengan satu penjelasan yang mutlak.

Post Positivisme disebut juga dengan Paska Positivisme yang lahir di tahun 1970-1980 an. Post-positivism menolak prinsip dualisme namun tetap menerima prinsip objektif, meskipun objektivisme diyakini tidak selalu berhasil dicapai dengan memuaskan. Berikut ini adalah beberapa asumsi dasar yang dimiliki oleh paradigma post positivism yang disebutkan oleh Agus Salim. Asumsi Dasar Post-Positivisme :

1. Fakta tidak bebas nilai, melainkan bermuatan teori.
2. Falibilitas Teori, tidak satupun teori yang dapat sepenuhnya dijelaskan dengan bukti-bukti empiris, bukti empiris memiliki kemungkinan untuk menunjukkan fakta anomali.
3. Fakta tidak bebas melainkan penuh dengan nilai.
4. Interaksi antara subjek dan objek penelitian. Hasil penelitian bukanlah reportase objektif melainkan hasil interaksi manusia dan semesta yang penuh dengan persoalan dan senantiasa berubah.
5. Asumsi dasar post-positivisme tentang realitas adalah jamak individual.
6. Hal itu berarti bahwa realitas (perilaku manusia) tidak tunggal melainkan hanya bisa menjelaskan dirinya sendiri menurut unit tindakan yang bersangkutan.
7. Fokus kajian post-positivis adalah tindakan-tindakan (*actions*) manusia sebagai ekspresi dari sebuah keputusan.

3.2. PENDEKATAN PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang dipakai adalah kualitatif. Maksud dari menggunakan pendekatan kualitatif adalah peneliti ingin menggali secara mendalam mengenai *Customer Relationship Management* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Melalui pendekatan kualitatif, penulis ingin mendapatkan data selengkap mungkin yang mengenai topik yang diteliti oleh peneliti. Peneliti mengutip apa yang dimaksud dari pendekatan penelitian Kualitatif.

Menurut Kirk dan Miller dalam Moeleong (2009; 4) yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah

“tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung kepada pengamatan, manusia, kawasannya sendiri, dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.”

Melihat arti diatas tersebut, penelitian kualitatif harus melakukan pengamatan dengan cermat dan tajam. Selain itu penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai strategi *Customer Relations Management* yang digunakan oleh HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dalam menjaga loyalitas pelanggan mereka selama tahun 2012 melalui berbagai macam cara, seperti wawancara, observasi, dan studi dokumen yang dapat semakin memperjelas dan mempertajam penelitian tersebut.

3.3. SIFAT PENELITIAN

Sifat penelitian yang peneliti pakai dalam melakukan penelitian mengenai Strategi *Customer Relationship Management* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading di tahun 2012 adalah Deskriptif. Maksud dari sifat penelitian Deskriptif ini adalah hasil penelitian yang tidak berupa angka-angka melainkan berbentuk kata, konsep, dan kalimat. Peneliti mengutip apa yang dikatakan oleh Moleong (2009;44) di buku *Metode Penelitian Kualitatif*, yang mengungkapkan sifat deskriptif yaitu data-data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, bukan angka-angka sehingga laporan penelitian akan berisi berbagai kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan penelitian. Data-data tersebut kemungkinan didapatkan peneliti melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen resmi lainnya. Dengan sifat penelitian Deskriptif, peneliti ingin menggambarkan secara tepat dan terperinci mengenai topik yang diambil oleh peneliti untuk diteliti yang dalam hal ini adalah strategi dari kegiatan *Customer Relationship Management* dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading di tahun 2012 untuk menjaga loyalitas pelanggan.

3.4. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah studi kasus. Dalam buku yang digunakan oleh peneliti yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* karangan Daymon dan Holloway (2008; 62) menyatakan bahwa studi kasus adalah

pengujian intensif, menggunakan berbagai sumber bukti terhadap satu entitas tunggal yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Dari buku yang sama, Daymon dan Holloway berpendapat bahwa studi kasus tersebut dihubungkan dengan sebuah lokasi. "Kasus" yang menjadi objek mungkin sebuah organisasi, sekumpulan orang seperti kelompok kerja atau kelompok sosial, komunitas, peristiwa, proses, isu, maupun kampanye.

Menurut Daymon dan Holloway (2008 ; 62) tujuan dari penelitian studi kasus adalah untuk meningkatkan pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi kontemporer yang nyata, dalam konteksnya.

Dengan menggunakan riset studi kasus, peneliti memungkinkan untuk informasi yang detail dan kaya. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus karena penelitian ini dilakukan dengan pengujian secara intensif. Sesuai dengan definisi yang disebutkan oleh Daymon dan Holloway, penelitian ini juga menggunakan berbagai sumber, baik itu narasumber, studi dokumen, serta observasi langsung ke HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Di sini penelitian akan dilakukan secara mendalam dan mendekati narasumber yang ada sehingga mampu menjawab rumusan masalah penelitian ini.

3.5. SUBJEK PENELITIAN

Pemilihan subjek penelitian digunakan peneliti untuk mengarahkan peneliti pada data yang semakin spesifik dalam menjawab masalah penelitian. Sebelum penelitian dilakukan oleh peneliti, diperlukan pedoman yang akan

dilibatkan dalam topik pada penelitian, serta perkiraan beberapa orang yang dijadikan peneliti sebagai narasumber.

1. *Key Informan*

Peneliti mengambil Informan kunci di dalam penelitian ini berasal dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, lebih khususnya lagi, narasumber yang dipilih adalah yang memang berkecimpung dan mengurus kegiatan *Customer Relationship Management* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Maka dari itu pihak yang akan dipilih adalah Assistance Director of Marketing yaitu Ari Eka Putri sebagai pencetus dan pelaksana program *Customer Relationship Management* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dan *Revenue Manager* yaitu Wendy Christ Hadi sebagai pihak yang melakukan evaluasi terhadap program *Customer Relationship Management* yang telah dilakukan di tahun 2012 baik dari pendapatan maupun dari index kepuasan pelanggan yang diberikan kepada peneliti.

2. Informan Biasa

Informan lain yang turut digunakan dalam penelitian ini adalah publik eksternal HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading yaitu Irianto selaku pelanggan dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Informan biasa ini diperlukan untuk menjawab keabsahan data dan penelitian yang lebih objektif. Selain itu peneliti juga memiliki data

mengenai index kepuasan pelanggan sebagai patokan dari keabsahan data yang didapat peneliti.

3.6. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan tiga macam teknik pengumpulan data yaitu :

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam menurut Moleong (2009;186) adalah proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal wawancara mendalam, peneliti telah mempersiapkan daftar pertanyaan sebelumnya. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, narasumber yang akan digunakan adalah dari pihak HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading sendiri yaitu Ari Eka Putri selaku Assistance Director of Marketing dan Wendy Christ Hadi selaku Revenue Manager.

2. Observasi

Penelitian mengenai Strategi *Customer Relationship Management* ini juga menggunakan tehnik observasi. Sesuai dengan apa yang disebutkan oleh Moleong, observasi adalah suatu tehnik pengumpulan data yang melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian Penelitian ini ditujukan untuk memaksimalkan hasil penelitian. Peneliti melakukan observasi langsung di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading sembari melakukan wajib kerja magang.

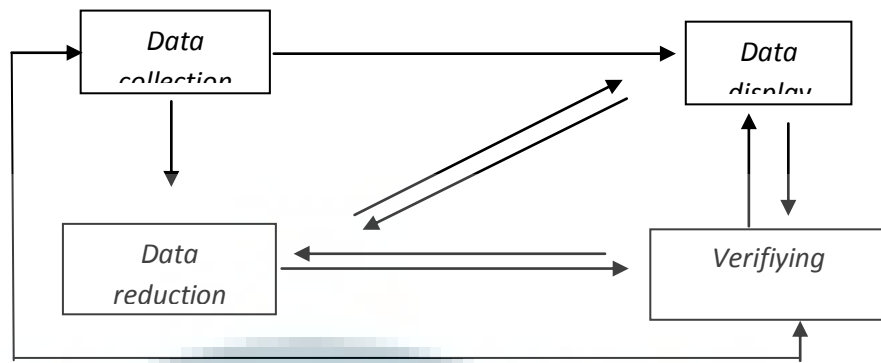
3. Studi Dokumen

Studi dokumen menurut Arikunto (1993 : 202) adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya. Dalam penelitian studi dokumen ini peneliti akan meneliti berbagai macam sumber dokumen melalui buku, artikel untuk mendukung penelitian mengenai Strategi *Customer Relations Management* HARRIS Hotel.

3.7. TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan kali ini mengacu pada teknik yang dirumuskan oleh Miles dan Huberman. Tehnik ini berisikan beberapa tahap yang digunakan penulis dalam menganalisis data yang ada.

Peneliti menggunakan buku berjudul Penelitian Komunikasi Kualitatif yang ditulis oleh Pawito (2007 ; 104). Buku tersebut mengacu kepada Tehnik analisis data dari Miles dan Huberman disebut juga dengan Interactive Model. Dalam tehnik analisis data ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap *data reduction* atau reduksi data, *data display* atau penyajian data, dan tahap yang terakhir adalah *conclusion drawing and verifying* atau penarikan dan pengujian kesimpulan.



Gambar 3.1 Teknik Analisis Data

Peneliti mendapatkan pengertian dari ketiga tahap diatas. Tahap pertama yaitu reduksi data. Di tahap reduksi data dapat peneliti temukan beberapa tahap didalamnya antara lain tahap penyuntingan, pengelompokan, dan meringkas data.

Di tahap pertama ini, peneliti akan mulai menyusun berbagai hal yang berhubungan dengan penelitian dan mulai membuat catatan yang sesuai dengan apa yang diteliti oleh peneliti. proses pemilihan, Tahap pertama ini fokus pada penyederhanaan, pengabstakan, dan transformasi data yang didapat dari sumber secara langsung atau muncul dari catatan tertulis yang didapatkan di lapangan.

Selama pengumpulan data berlangsung, selanjutnya adalah tahap reduksi dimana peneliti akan membuat ringkasan, mengkode, menelusur dan membuat memo. Reduksi data akan berlangsung dari penelian lapangan sampai laporan akhir.

Reduksi data merupakan bagian dari menganalisis data. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang bertuujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan mengorganisasi data sehingga mendapatkan kesimpulan penelitian.

Komponen kedua adalah penyajian data. Melalui penyajian data, peneliti melakukan beberapa hal yakni mencocokkan data yang peneliti dapatkan sehingga mendapat data yang benar dan dapat disajikan. Dengan data yang didapat oleh peneliti dan dicocokkan dengan teori yang ada sehingga peneliti akan mendapatkan data yang solid. Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan seorang peneliti sehingga peneliti dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan langkah selanjutnya yang tepat bagi penelitian tersebut.

Komponen ketiga adalah bagaimana peneliti mencari tahu mengenai kesimpulan yang didapat. Seperti yang ditulis oleh peneliti diatas mengenai penarikan dan pengujian kesimpulan. Dalam tahap ketiga ini, peneliti melakukan penarikan dan pengujian ulang terhadap data yang didapat sehingga dapat menemukan kesimpulan yang dapat mendukung penelitian mengenai *Customer Relationship Management*. Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman diverifikasi selama penelitian berlangsung. makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya yang merupakan validitasnya.

Peneliti menggunakan tehnik triangulasi data untuk menguji validitas dari data yang didapat oleh peneliti. Menurut Moloeng (2009 ; 330) triangulasi memiliki arti yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Dari buku yang sama yaitu Metode Penelitian

Qualitatif, Moloeng membagi tehnik validitas tersebut menjadi empat macam triangulasi diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. peneliti menemukan bahwa Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi data, selain digunakan untuk menguji kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Pada penelitian ini, dari keempat macam triangulasi tersebut, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber. Peneliti menggunakan Triangulasi berdasarkan sumber dikarenakan triangulasi sumber berguna untuk membandingkan dan menguji kebenaran suatu informasi yang diperoleh secara langsung kepada narasumber yang berhubungan langsung dengan objek penelitian.

3.8. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

Lokasi penelitian akan mengambil tempat di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading , Sentra Kelapa Gading, Jln. Bulevar Kelapa Gading Blok M – Jakarta 10220. Selain itu, penelitian juga akan dilakukan menggunakan email dan sarana komunikasi lainnya seperti *blackberry messenger* dan sms.

Penelitian akan dilakukan pada 10 November 2012 – 31 Desember 2013 setelah segala prosedur yang harus dipenuhi untuk observasi tugas akhir dapat terkumpul dan mendapatkan izin dari pihak HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.

3.9. Fokus Penelitian

Fokus penelitian akan didasarkan berdasarkan konsep dari *Customer Relationship Management* itu sendiri yang telah dibahas oleh peneliti di bab dua. Fokus penelitian ditujukan untuk mengetahui dan mengupas apakah kegiatan dan program *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading sesuai dengan teori konsep dari *Customer Relationship Management* menurut Pepper and Rogers (2001;5) yang digunakan peneliti.

1. Identify :

Bagaimana HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dapat mengenali pelangganyang menjadi stakeholders eksternalnya. Sehingga HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dapat mengetahui dan memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan dari pelanggandi tahun 2012.

2. Differentiate

Apakah HARRS Hotel & Conventions Kelapa Gading dapat membedakan pelanggan berdasarkan permintaan yang berbeda-beda sehingga permintaan pelanggandapat terpenuhi, dan bagaimana cara membedakan pelanggan.

3. Interact

Bagaimana HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading mempelajari dan berinteraksi dengan

pelanggan dimana setiap perusahaan ingin menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan sehingga perlunya mempelajari pelanggan lewat interaksi yang dilakukannya. Melalui pembelajaran tersebut, perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan.

4. Customize

Setelah melakukan interaksi, pada tahap ini apakah HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dapat menyesuaikan permintaan pelanggan tersebut sehingga permintaan pelanggan dapat dipenuhi. Saat permintaan pelanggan terpenuhi oleh perusahaan di tahun 2012, maka akan terciptanya loyalitas yang dapat membawa dampak baik bagi perusahaan.

U M N