



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

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang mencoba menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya, sehingga lebih menekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data dan bukan pada banyaknya (kuantitas) data. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, apabila data yang terkumpul sudah mendalam dan dapat menjelaskan fenomena yang diteliti, maka peneliti tidak perlu mencari *sampling* lainnya (Kriyantono, 2010:56-57).

Menurut Moleong dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif (2010:6) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik (utuh) dan dengan cara dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk membahas secara lebih mendalam mengenai fenomena atau gejala sosial yang diteliti dengan menitikberatkan pada gambaran lengkap atau utuh (Moleong, 2010:31). Penelitian kualitatif dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode pengumpulan data yang ada, diantaranya melalui wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang membuat gambaran atau paparan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, data-data dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2010:69). Lebih lanjut, Rakhmat (2009:24-25) juga menegaskan bahwa sifat penelitian deskriptif mencoba memaparkan situasi atau peristiwa tertentu yang didapat melalui pengumpulan data.

Tujuan dilakukannya penelitian deskriptif ini adalah untuk mengumpulkan informasi secara rinci mengenai suatu fenomena, mengidentifikasi dan menggambarannya, serta membuat perbandingan atau evaluasi (Rakhmat, 2009:25). Melalui kerangka konseptual (landasan teori), peneliti melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variable beserta indikatornya (Kriyantono, 2010:69).

Penelitian deskriptif kualitatif ini digunakan peneliti untuk membantu dalam memahami dan menggambarannya secara lengkap dan terperinci mengenai permasalahan penelitian, yaitu strategi CSR Alfamart dalam meningkatkan reputasi perusahaan terkait program “Alfamart Sahabat Indonesia.”

U
M
N

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Hal itu dikarenakan peneliti mencoba menjelaskan proses suatu fenomena yang muncul dan terkait langsung dengan sebuah organisasi tertentu agar dapat memperoleh data atau yang lengkap dan mendalam. Pendekatan studi kasus ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam strategi CSR Alfamart dalam meningkatkan reputasi perusahaan: studi kasus pada program Alfamart Sahabat Indonesia.

Studi kasus adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data yang digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan berbagai aspek, seperti individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2010:65). Peneliti mendapatkan sumber data dari berbagai macam instrumen pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, serta studi kepustakaan.

Menurut Yin (dalam Kriyantono, 2010:65) dalam buku yang berjudul *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, menjelaskan bahwa studi kasus merupakan penelitian yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak nampak dengan jelas, dan di mana multisumber bukti dimanfaatkan.

Metode ini dinilai sangat membantu penelitian deskriptif dalam mengungkapkan fenomena yang terjadi. Hal ini dikarenakan hasil akhir dari studi

kasus deskriptif adalah deskripsi detail dari topik yang diteliti (Kriyantono, 2006:66).

3.3 Key Informan dan Informan

Key informan merupakan orang-orang yang dipilih karena dianggap memiliki pemahaman yang baik mengenai data, informasi, ataupun fakta yang terjadi dalam objek penelitian yang diteliti. Sesuai dengan permasalahan yang diangkat peneliti terkait strategi CSR Alfamart dalam meningkatkan reputasi perusahaan (studi kasus pada program Alfamart Sahabat Indonesia), maka *key informan* dalam penelitian ini adalah Firly Firlandi selaku *Corporate Communication Manager* yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan CSR Alfamart.

Informan merupakan pihak-pihak terkait yang dipilih guna memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah Moriah Tobing selaku *Corporate Communication Coordinator* Alfamart, Juli Adrian selaku praktisi CSR atau pihak eksternal dari Provisi Education yang membantu dalam memberikan informasi terkait pelaksanaan CSR, serta Selvie yaitu pemilik warung yang selama empat tahun terakhir menjadi anggota Outlet Binaan Alfamart (OBA).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang dapat menunjang dan menjawab permasalahan penelitian. Dalam pengumpulan data ini perlu dilakukan dengan baik, sehingga data yang diperoleh pun sesuai atau relevan dengan permasalahan penelitian (Kriyantono, 2010:95). Adapun dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan informasi atau data dengan cara bertatap muka secara langsung dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam dari subjek penelitian. Dalam wawancara ini, jenis wawancara yang digunakan adalah dengan wawancara semistruktur, di mana peneliti menyediakan daftar pertanyaan terkait permasalahan yang diteliti namun memungkinkan pula untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan di luar daftar pertanyaan tersebut. Namun pertanyaan-pertanyaan tersebut masih terkait dengan permasalahan yang diteliti (Kriyantono, 2010:102).

Dalam wawancara mendalam ini, peneliti perlu melakukan secara intensif agar mendapatkan data atau informasi yang mendalam. Di samping itu, peneliti harus mampu memilih informan mana yang memiliki pemahaman yang baik mengenai permasalahan dan mampu menjawab berbagai pertanyaan mengenai permasalahan yang diteliti.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui wawancara mendalam ini merupakan pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui dan mendapatkan data atau informasi secara lebih mendalam, serta menjawab permasalahan yang diteliti mengenai strategi CSR Alfamart dalam meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik atau *stakeholders* melalui implementasi program Alfamart Sahabat Indonesia.

2. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah pencaharian data mengenai variabel berupa buku, catatan, atau sumber-sumber tertulis lainnya, seperti dokumen-dokumen yang ada di perusahaan, yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Data dari studi kepustakaan ini kemudian digunakan oleh peneliti sebagai data tambahan atau pelengkap dari data observasi dan wawancara mendalam.

Dalam penelitian ini, studi kepustakaan yang didapat merupakan data-data yang diperoleh peneliti berdasarkan dokumen-dokumen yang ada dalam perusahaan mengenai program CSR Alfamart dan berdasarkan literatur-literatur kajian atau hasil penelitian lain yang didapatkan di perpustakaan maupun melalui internet. Adanya data-data tersebut, membantu peneliti dalam melengkapi informasi yang didapat melalui wawancara mendalam, serta membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan seputar permasalahan yang diteliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2010:280). Tahap analisis data memegang peranan penting dalam penelitian kualitatif, di mana kemampuan periset memberi makna merupakan kunci apakah data yang diperolehnya memenuhi unsur reliabilitas dan validitas atau tidak (Kriyantono, 2010:196).

Analisa data ini dimulai dengan seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles & Huberman. Menurut Miles & Huberman (1994), teknik analisis data pada dasarnya terdiri dari tiga komponen (dalam dalam Punch, 2012:198), yaitu:

1. Reduksi data (*data reduction*)

Dalam tahap ini, peneliti mencoba melakukan pengelompokkan dan meringkas data, menyusun catatan-catatan mengenai apa yang ditemukan di lapangan agar terbentuk pola-pola data, serta menyusun rancangan konsep dan penjelasan berkenaan dengan data yang bersangkutan. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, dan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan.

2. Penyajian data (*data display*)

Tahap ini melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjalin kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis dilibatkan dalam satu kesatuan. Penyajian data secara jelas dan singkat dilakukan dengan tujuan penarikan kesimpulan.

3. Penarikan dan pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*)

Langkah terakhir yaitu penarikan dan pengujian kesimpulan, di mana penulis masih harus mengkonfirmasi, mempertajam atau merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan akhir mengenai realitas yang diteliti.

Oleh karena itu melalui teknik analisis data ini, peneliti mencoba untuk mengumpulkan dan merumuskan data dan informasi yang lengkap melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan terhadap subjek penelitian dalam rangka menjawab permasalahan mengenai strategi CSR Alfamart dalam meningkatkan reputasi perusahaan terkait pelaksanaan program Alfamart Sahabat Indonesia.

3.6 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan agar penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan hasilnya. Uji keabsahan data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi, yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang telah ada. (Moleong, 2010:330).

Denzin (dalam Moleong, 2010:330) membedakan empat macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi penyidik, serta triangulasi teori. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber, di mana Patton menjelaskan teknik ini dengan membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda (dalam Moleong, 2010:330).

Hal itu dapat dicapai dengan beberapa jalan, yaitu melalui membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah dan tinggi, orang pemerintah atau sebagainya; membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2010:330).

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mencari data dan informasi melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan dalam rangka menjawab

permasalahan penelitian. Di mana setelah informasi dan data tersebut telah terkumpul dan dianalisis dengan baik, peneliti dapat melakukan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data dengan membandingkan dan mengecek ulang informasi dari sumber yang berbeda.

3.7 Fokus Penelitian

Dalam penelitian agar lebih terarah maka diperlukan adanya fokus penelitian. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah strategi perencanaan CSR menurut Coombs & Holladay (2012:52) dalam buku *Managing Corporate Social Responsibility*:

1. *Scanning and Monitoring* (Melihat isu di masyarakat)
2. *Formative Research* (Melakukan Riset Formatif)
3. *Create CSR Initiaves* (Menciptakan Inisiatif CSR)
4. *Communicate CSR Initiaves* (Mengkomunikasikan Inisiatif CSR)
5. *Evaluation and Feedback* (Evaluasi dan Umpan Balik)