



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Paradigma Penelitian

Menurut Neuman (2006) dalam Manzilati (2017, p. 1), paradigma merupakan kerangka pikir umum mengenai teori dan fenomena yang mengandung asumsi dasar, isu utama, desain penelitian, dan serangkaian metode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian.

Paradigma *post-positivisme* membuat penelitian harus dilakukan dengan triangulasi, yakni dengan menggunakan beragam metode, sumber data, periset, dan teori. Paradigma *post-positivisme* lebih memandang bahwa penelitian merupakan upaya untuk membangun pengetahuan langsung pada sumbernya.

Philip dan Bubules (2000) dalam Creswell (2018, p. 45) mengemukakan sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti dalam paradigma penelitian *post-positivisme*, yaitu:

1. Pengetahuan bersifat terkaan atau tidak berlandaskan apapun, yang artinya kebenaran tidak absolut. Oleh karena itu, diperlukan bukti yang kuat agar dapat memperkuat penelitian.
2. Penelitian *post-positive* merupakan proses membuat pernyataan dan kemudian pernyataan tersebut disaring menjadi pernyataan lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.
3. Pengetahuan dibentuk oleh bukti serta data pertimbangan logis dengan pengumpulan informasi melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka.

4. Penelitian harus mampu mengembangkan dan menjelaskan pernyataan dengan mendeskripsikan relasi kausa suatu persoalan.
5. Bersikap objektif adalah hal yang harus dilakukan, peneliti harus dapat memeriksa metode dan menarik kesimpulan.

Pada penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* karena pada penelitian ini akan menguji teori atau konsep tertentu, lalu mengumpulkan data baik yang mendukung maupun yang membantah teori atau konsep tersebut sehingga diperlukan bukti berupa dari berbagai sumber untuk memperkuat penelitian.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang ada oleh sejumlah individu atau sekelompok yang tidak dapat diukur dengan angka. Jenis penelitian kualitatif seorang peneliti memiliki posisi sebagai instrumen kunci (Ardianto, 2011, p. 58). Penelitian kualitatif memanfaatkan wawancara terbuka untuk mengetahui untuk memahami dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang (Moleong, 2010, p. 5).

Menurut Kriyantono (2009, p. 56), penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya. Data penelitian kualitatif bisa berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2010, p. 168).

Berdasarkan beberapa konsep dan definisi yang sudah dijabarkan di atas, pada penelitian ini akan menganalisis secara mendalam mengenai implementasi *customer relationship management* di PT Astra Internasional Daihatsu Tbk dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Proses perencanaan hingga penerapan hanya bisa dijelaskan melalui penjabaran, bukan melalui angka.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Kriyantono (2009, p. 59) mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan populasi yang sedang diteliti. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Sifat penelitian deskriptif tidak hanya mengumpulkan data saja melainkan analisis dan interpretasi mengenai data tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Tujuan studi kasus ini adalah untuk memperluas wawasan dan pengetahuan, dan dapat mendalami kasus dengan melibatkan aneka sumber informasi.

Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok apabila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan dengan “*how*” dan “*why*”, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena masa kini di dalam kehidupan nyata (Yin, 2015, p. 1). Ia juga mengatakan bahwa studi kasus dibagi menjadi tiga jenis yaitu eksplanatif, eksploratif, dan deskriptif. Metode studi kasus mencoba

menelaah sebuah kasus secara intensif, mendalam, dan komprehensif (Ardianto, 2011, p. 64).

Dari penjabaran di atas, penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus deskriptif dikarenakan pada penelitian ini akan menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang terjadi di kehidupan nyata yaitu implementasi *customer relationship management* di PT Astra Internasional Daihatsu Tbk dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

3.4 Partisipan dan Informan

Pada penelitian ini, terdapat partisipan dan informan yang terpilih untuk melakukan wawancara mendalam, yaitu:

3.4.1 Partisipan

Partisipan adalah pihak pertama ketika peneliti ingin melakukan wawancara yang berkaitan dengan objek penelitian secara langsung. Informan kunci merupakan aspek yang sangat penting dalam keberhasilan sebuah studi kasus karena mereka tidak hanya bisa memberikan keterangan tentang sesuatu kepada peneliti tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber-sumber bukti lain yang mendukung (Yin, 2015, p. 109).

Partisipan yang dipilih pada penelitian ini adalah satu orang dari pihak internal PT Astra Internasional Daihatsu. Alasan pemilihan partisipan ini adalah karena partisipan memiliki peran dalam perancangan dan pelaksanaan program CRM Daihatsu. Adapun partisipan pada penelitian ini adalah Santi Hardiani yang menjabat sebagai Head of Customer Care PT Astra Internasional Daihatsu Tbk. Beliau dipilih berdasarkan keterlibatan

dan penguasaan topik penelitian dalam penelitian ini. Partisipan yang dipilih merupakan sumber yang kredibel, bertanggung jawab terhadap seluruh perancangan program CRM yang dijalankan oleh Daihatsu.

Selain itu, hal yang menjadi pertimbangan adalah karena tugas, tanggung jawab, dan wewenang yang dimiliki oleh partisipan yaitu memegang kendali penuh terhadap seluruh perencanaan dan pelaksanaan program CRM Daihatsu sehingga beliau memiliki kompetensi untuk memberikan informasi yang lebih mendalam secara keseluruhan berkaitan dengan penelitian ini dan beliau juga akan menjabarkan secara utuh mulai pada tahap *identify*, *differentiate*, *interact*, dan *customize*. Dalam praktiknya beliau turut berperan pada tahap *identify* sesuai dengan model IDIC karena dalam membuat perencanaan program CRM tahap *identify* adalah hal yang sangat penting dan dibutuhkan sehingga dapat menciptakan program CRM yang sesuai dan dibutuhkan oleh pelanggannya (Peppers & Rogers, 2016, p. 119).

3.4.2 Informan

Menurut Yin (2015, p. 31), informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Pada penelitian ini terdapat informan yang dianggap dapat mengkonfirmasi dan memenuhi data yang diperlukan. Terdapat tiga orang informan yang diwawancarai pada penelitian ini, yaitu:

1. Ferry, beliau menjabat sebagai Kepala Cabang Astra Daihatsu Sunter. Beliau bertanggung jawab terhadap pelaksanaan,

pengawasan dan pelayanan pelanggan secara langsung. Beliau dipilih menjadi narasumber karena beliau memiliki peran pada tahap *interact* yang mana dapat melakukan interaksi dan komunikasi dengan pelanggan Daihatsu di kantor cabang Astra Daihatsu Sunter secara langsung dan dalam praktiknya Beliau memiliki hak untuk membuat kebijakan khusus dalam melakukan *differentiate* dan *customize* pelanggan di kantor cabangnya karena setiap pelanggan memiliki *value* yang berbeda-beda dan dengan mengetahui pelanggan mana yang lebih berharga memungkinkan perusahaan untuk dapat berkonsentrasi pada pelanggan tertentu (Peppers & Rogers, 2016, p. 183).

2. Papay, selaku pelanggan setia Daihatsu sejak 2017 sekaligus menjabat sebagai Sekjen pada komunitas Daihatsu Xenia Indonesia Club (DXIC). Beliau merupakan pelanggan yang berinteraksi dan berkomunikasi langsung dengan pihak Daihatsu dan memiliki peran dalam penelitian ini untuk memberikan pernyataan yang diharapkan dapat dijadikan bahan konfirmasi terkait implementasi program CRM Daihatsu. Beliau turut berperan pada tahap *interact* yang mana pelanggan dapat berkomunikasi dan terlibat secara langsung dengan perusahaan dan juga terlibat pada tahap *differentiate* karena merupakan *member* dari komunitas resmi Daihatsu yang harus perusahaan jaga hubungan jangka panjangnya (Peppers & Rogers, 2016, p. 79).

3. Tasrif Alexander, selaku pelanggan Daihatsu sejak 2016 sekaligus menjadi anggota pada komunitas Daihatsu Xenia Indonesia Club (DXIC). Beliau merupakan pelanggan yang berinteraksi dan berkomunikasi langsung dengan pihak Daihatsu dan memiliki peran dalam penelitian ini untuk memberikan pernyataan yang diharapkan dapat dijadikan bahan konfirmasi terkait implementasi program CRM Daihatsu. Beliau turut berperan pada tahap *interact* yang mana pelanggan dapat berkomunikasi dan terlibat secara langsung dengan perusahaan dan juga terlibat pada tahap *differentiate* karena merupakan *member* dari komunitas resmi Daihatsu yang harus perusahaan jaga hubungan jangka panjangnya (Peppers & Rogers, 2016, p. 79).

Partisipan dan informan yang dipilih memiliki peran untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya terkait implementasi program CRM di PT Astra Internasional Daihatsu Tbk dalam mempertahankan loyalitas. Partisipan merupakan sumber utama yang memiliki peran penting dalam mengidentifikasi pelanggan, membedakan pelanggan, melakukan interaksi dengan pelanggan, dan kustomisasi pelanggan. Sedangkan informan merupakan sumber yang dapat digali informasi mendalam mengenai praktik di lapangan terkait program CRM.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2015, p. 103), teknik pengumpulan data terdiri enam sumber bukti yang dapat dilakukan dalam suatu penelitian, yaitu: dokumen, rekaman arsip,

wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dan perangkat fisik. Teknik wawancara adalah teknik penting dalam studi kasus. Wawancara meliputi prosedur sampling maupun instrumen seperti yang digunakan dalam survei umumnya, dan selanjutnya akan dianalisis dengan cara yang sama (Yin, 2015, p. 110)

Sugiyono (2013, p. 225) mengatakan bahwa dalam kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah dan teknik pengumpulan data tersebut lebih banyak dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Pada penelitian ini akan menggunakan dua sumber bukti, yaitu berdasarkan hasil wawancara dan studi dokumentasi.

3.5.1 Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam dengan tatap muka dan didukung oleh hasil dokumentasi sebagai pembuktian bahwa wawancara telah benar-benar dilakukan oleh peneliti. Wawancara akan dilaksanakan secara informal dan dapat mengalir begitu saja seperti percakapan biasa pada umumnya. Wawancara adalah sumber informasi yang paling mendasari bagi penelitian studi kasus karena bersifat lengkap, akurat dan komprehensif.

Penelitian ini melakukan wawancara mendalam dengan *key informan* dan *informan* yang bersangkutan agar penelitian ini dapat mengumpulkan data selengkap dan sedalam mungkin.

3.5.2 Studi Dokumen

Studi dokumen dilaksanakan agar menjadi pelengkap dari metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Hal ini dipertegas

adanya pernyataan dari Bogdan dikutip dalam Sugiyono (2013, p. 310) menyatakan bahwa hasil dari penelitian dari wawancara dan observasi akan lebih dipercaya jika didukung oleh sejarah pribadi di masa lalu berupa foto atau tulisan.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini juga memakai teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2013, p. 373), triangulasi adalah cara pengecekan data yang dilakukan dengan cara membandingkan data dari berbagai sumber. Triangulasi data terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Triangulasi sumber, dilakukan untuk melakukan pengecekan kebenaran data dari berbagai sumber.
2. Triangulasi teknik, dilakukan saat akan melakukan pengecekan data menggunakan teknik penelitian yang berbeda.
3. Triangulasi waktu, menguji kebenaran data di waktu ataupun situasi yang berbeda.

Bukti menjadi salah satu landasan bagi suatu keseluruhan penelitian. Dalam beberapa peristiwa harus dapat diselidiki dalam memilih pemilihan sumber bukti tunggalnya seperti wawancara dan observasi (Yin, 2015, p. 119). Pengecekan sebuah data dari berbagai sumber dan teknik, misalnya dengan wawancara, analisis dokumen, dan pengamatan atau observasi.

Susan Stainback dalam Sugiyono (2013, p. 422), menyatakan bahwa tujuan diadakan teknik triangulasi adalah untuk meningkatkan pemahaman pada apa yang

telah ditemukan, sehingga dalam penelitian ini triangulasi digunakan untuk menguji kredibilitas dan kebenaran data dari narasumber.

3.7 Teknik Analisis Data

Terdapat tiga teknik analisis data yaitu penjadohan pola, pembuatan penjelasan, dan analisis deret waktu. (Yin, 2015, p. 133)

1. Penjadohan pola adalah membandingkan pola yang didasarkan atas empiris dengan pola yang diprediksikan (atau dengan beberapa prediksi alternatif). Jika kedua pola ini ada persamaan, hasilnya dapat menguatkan validitas internal studi kasus yang bersangkutan.
2. Pembuatan penjelasan adalah bertujuan untuk menganalisis data studi kasus dengan cara membuat suatu eksplanasi tentang kasus yang bersangkutan.
3. Analisis deret waktu adalah di mana secara langsung analog dengan analisis deret waktu yang diselenggarakan dalam eksperimen dan kuasi eksperimen.

Dari kelima teknik analisis yang telah dijabarkan, penelitian ini akan menggunakan penjadohan pola. Dengan menggunakan teknik penjadohan pola, maka penelitian ini akan berfokus dalam menganalisis data yang didapatkan melalui perbandingan asumsi atau pola yang sudah diperkirakan dengan pola yang didapat di lapangan.