

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma menurut Gora (2019, p. 193) dikatakan sebagai konstruksi manusia. Paradigma menjadi penentu pandangan dunia peneliti, dengan berbagai paradigma penelitian yang ada memberikan penjelasan tentang apa yang akan dilakukan serta apa saja yang termasuk dan diluar dari batasan penelitian yang sah. Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah post-positivisme. Pendekatan tersebut memiliki unsur reduksionistik, logis, penekanan pada pengumpulan data empiris, berorientasi pada sebab dan usaha, dan deterministik berdasarkan teori-teori sebelumnya (Creswell, 2007, p. 20).

Paradigma post-positivisme menurut Gora (2019, p. 194-195) dalam aspek ontologis memiliki realisme kritis dimana pengujian klaim atas realitas harus diuji secara kritis dan seluas-luasnya untuk memudahkan memahami realitas sedekat mungkin. Realitas pada paradigma ini tidak dapat dipahami secara sempurna karena mekanisme pengetahuan manusia memiliki keterbatasan sedangkan sebuah fenomena secara fundamental bersiat tidak dapat diatur. Aspek epistemologis dalam paradigma ini menggunakan dualitas yang dimodifikasi dimana dualitas sudah ditinggalkan namun objektivitas tetap menjadi tujuan penelitian.

Dilihat dari aspek metodologi, paradigma ini menggunakan eksperimental atau manipulatif yang dimodifikasi. Bertujuan untuk memecahkan persoalan dengan setting yang alami, mengumpulkan data yang situasional, dan penemuan sebagai elemen dalam penelitian. Philips dan Burbules (2000) dalam Gora (2019, p. 195) merangkum inti paradigma post-positivisme sebagai berikut:

- a. Pengetahuan bersifat terkaan, tidak berlandaskan apa pun sehingga tidak akan mendapat kebenaran absolut.
- b. Penelitian adalah proses membuat klaim yang kemudian menyaringnya menjadi klaim-klaim lain dengan kebenaran yang lebih kuat.
- c. Pengetahuan yang ada dibentuk oleh bukti data dan pertimbangan yang logis
- d. Penelitian diharuskan dapat mengembangkan berbagai pernyataan relevan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan situasi serta relasi sebuah persoalan.
- e. Penelitian yang objektif dimana peneliti harus menguji metode dan kesimpulan yang mengandung bias.

Baran dan Jones (2016, p. 43) mengatakan bahwa probabilitas dari paradigma ini menentukan hasil dari penelitian. Proses untuk mereduksi ide atau data menjadi kumpulan yang lebih kecil dan memilah-milahnya untuk diuji sehingga diciptakanlah pengetahuan berdasarkan pengamatan dan pengukuran yang hati-hati terhadap realitas objektif.

Paradigma post-positivisme yang digunakan dalam penelitian ini akan menja di pandangan peneliti dalam melihat realitas yang ada yakni fenomena stratgei CRM Batavia Rent, pengumpulan data secara empirik melalui wawancara

mendalam dan mereduksi data secara hati-hati dan pertimbangan logis untuk mendapatkan klaim pengetahuan yang kebenarannya lebih kuat.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah kualitatif dengan sifat deskriptif. Rukin menjelaskan (2019, p. 6-7) bahwa penelitian ini merupakan riset deskriptif yang cenderung menggunakan analisis induktif. Penelitian kualitatif menekankan pada pemaknaan, penalaran, dan definisi suatu hal dalam konteks tertentu. Sehingga tujuan akhir dalam penelitian kualitatif adalah mengembangkan pengertian, konsep-konsep terdahulu, hingga akhirnya menjadi teori, atau dikela sebagai *grounded theory research*. Desain penelitian ini umum, fleksibel, dan terbuka sehingga berubah-ubah dan berkembang sesuai kondisi di lapangan. Data yang bersifat deskriptif adalah gejala yang dikategorikan Ketika penelitian berlangsung.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan sifat deskriptif dalam mengupas dan menyibak makna di balik strategi CRM yang digunakan Batavia Rent dalam membangun loyalitas pelanggan. Menemukan pola pada interaksi sosial yang kompleks dalam hal ini adalah kegiatan CRM Batavia Rent dengan pelanggannya untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara detil data temuan. Data temuan yang ada akan diabstraksi berdasarkan sumber-sumber khusus untuk menarik kesimpulan penelitian.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah pendekatan studi kasus kepada strategi CRM yang digunakan Batavia Rent. Yusuf (2014, p. 339) mengatakan bahwa metode studi kasus mengumpulkan data dan informasi secara dalam, detil, intensif, holistik, dan sistematis mengenai seseorang, kelompok, maupun kejadian sosial dengan berbagai metode dan berbagai sumber informasi untuk secara seksama memahami seseorang, kelompok, maupun kejadian sosial tertentu. Penelitian tipe ini berupaya mengungkapkan gambaran mendalam suatu kejadian sosial atau objek secara detil. Dengan hal yang diteliti dalam studi kasus cukup terbatas memungkinkan peneliti dapat menghayati dan mengerti proses suatu kejadian yang sebenarnya. Menurut Sugiarto (2015, p. 12) studi kasus adalah salah satu jenis penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna, menyelidiki proses, dan memperoleh pemahaman utuh yang mendalam pada individu, kelompok, maupun situasi tertentu. Data studi kasus didapat melalui wawancara, observasi, dan mempelajari dokumen yang relevan dengan penelitian.

Robert K. Yin (2000) dalam Kriyantono (2020, p. 235) memaparkan batasan metode studi kasus yakni ketika batas fenomena dan konteks tidak jelas, sumber-sumber bukti dimanfaatkan. Studi kasus dapat dilakukan ketika pernyataan bagaimana (*how*) dan mengapa (*why*) diajukan kepada kejadian masa kini yang sulit dikontrol.

Metode penelitian yang akan mengungkap dan mengkaji hal yang diteliti secara mendalam ini bertujuan untuk membongkar realita kasus tertentu dengan berangkat dari pertanyaan *how* (bagaimana) dan bertujuan menemukan makna dan menyelidiki proses yang dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi CRM

Batavia Rent dalam membangun loyalitas pelanggan. Untuk memperoleh hasil penelitian, dilakukan wawancara kepada beberapa narasumber terpilih dan studi pustaka.

3.4 Key Informant dan Partisipan

Sampel dalam penelitian ini diambil melalui wawancara narasumber dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan menggali informasi kepada *key informan* yang telah ditetapkan syarat kompetensi yang dimiliki guna memenuhi dan menjawab pertanyaan penelitian. Margono (2004) dalam Mamik (2015, p. 53) mengatakan *purposive sampling*, dalam menentukan kelompok subjeknya didasarkan pada kriteria tertentu yang ditetapkan sejak awal berdasarkan tujuan penelitian. *Key informan* dapat diartikan sebagai sumber utama dan sebagai aktor yang layak disebut sebagai sumber berkompeten dalam suatu hal atau suatu bidang tertentu secara lebih dibandingkan dengan yang lain (Gora, 2019, p. 279). Semakin seorang narasumber membantu keberhasilan penelitian studi kasus, semakin besar perannya hingga disebut sebagai informan (*key informat*) daripada sekedar peserta (*participant*) (Yin, 2018, p. 162). *Key Informant* dan partisipan dalam penelitian ini menggunakan tiga orang sebagai narasumber, yaitu sebagai berikut:

a. Rima Rupita – *Sales Director* Batavia Rent

Partisipan ini dipilih karena memenuhi kriteria sosok yang mampu menjelaskan alasan dan latar belakang strategi CRM Batavia Rent dalam membangun loyalitas pelanggan di Batavia Rent. Sebagai *Sales Director* memiliki kewenangan memberikan arahan strategi tim marketing selama satu bulan kedepan yang salah satunya adalah strategi CRM.

b. *Vetty – Customer Care Coordinator* Batavia Rent

Partisipan ini dipilih karena dinilai mampu menjelaskan implementasi strategi CRM Batavia Rent yang ada ke dalam kegiatan kerja tim marketing. Sebagai *Customer Care Coordinator* yang juga berhubungan langsung dengan pelanggan, bertugas mengoordinasikan semua anggota tim marketing dan memastikan semua kegiatan dari strategi yang ada dapat berjalan lancar.

c. *Juanda – Product Sales Manager* Harian Kompas

Key informan ini dipilih sebagai pihak eksternal yang mampu menjelaskan strategi CRM di Harian Kompas. Sebagai *key informan* untuk memperoleh pendapat tambahan dan pembandin terkait strategi CRM yang dilakukan Batavia Rent.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, sedangkan untuk pengumpulan data sekunder dilakukan studi pustaka, dan observasi. Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data pada penelitian ini.

1. Data Primer

Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara kepada narasumber yang telah ditentukan. Kriyantono (2020, p. 289) memaparkan wawancara dalam riset kualitatif adalah wawancara mendalam (*depth interview*) yaitu wawancara intensif yang tidak berstruktur guna mengumpulkan data secara mendalam. Kiryanto (2020, p. 291-292) kembali menjelaskan bahwa wawancara mendalam dilakukan berulang secara intens dan terdapat perbedaan antara

responden sebagai narasumber yang hanya diwawancarai satu kali, dengan informan sebagai narasumber yang diwawancarai beberapa kali untuk mengetahui dan memahami suatu informasi. Pada wawancara mendalam, pewawancara tidak mampu mengontrol respon narasumber sehingga narasumber bebas memberikan informasi. Menjadi tugas pewawancara agar narasumber mau untuk memberikan informasi yang lengkap dan mendalam.

Adapun sesuai dengan pemaparan di atas, pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara tidak berstruktur secara mendalam dan intensif kepada narasumber terpilih secara daring melalui *Zoom meeting* atau *video call* WhatsApp yang telah dijadwalkan. Jika kemudian hari dibutuhkan untuk mengumpulkan data primer lain yang lebih dalam, akan dilakukan kembali wawancara dengan narasumber terpilih.

2. Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan melakukan studi pustaka sebagai dan observasi, sebagai penunjang data penelitian. Selain itu dilakukan studi Pustaka dengan mengumpulkan data dari sumber lain di luar *key informan*. Sumber lain yang bukan dari manusia (*non-human resource*), diantaranya dokumen, foto, dan bahan statistik (Mamik, 2015, p. 115). Selanjutnya dilakukan obeservasi, Kriyantono (2020, p. 300) mengatakan bahwa observasi berfokus untuk mendeskripsikan fenomena riset, dimana fenomena itu meliputi interaksi dan percakapan yang terjadi pada subjek penelitian. Hal ini menjadi keunggulan metode obeservasi karena dapat mengumpulkan data dalam bentuk interaksi dan percakapan.

Adapun sesuai dengan pemaparan di atas, pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan cara studi pustaka, menggunakan data dokumen seperti liputan surat kabar, artikel, katalog laporan tahunan perusahaan, brosur promosi, dan fotot-foto.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini akan dipastikan dengan metode triangulasi data yaitu membandingkan dan mengecek data yang ada agar tetap akurat atau ketika ada data yang diragukan kebenarannya. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data itu (Mamik, 2015, p. 117). Menurut Yin (2018, p. 78) dipaparkan terdapat empat macam uji validitas sebagai berikut.

- a. *Construct validity*, yaitu uji dengan menentukan Langkah pengukuran operasional yang tepat untuk konsep yang diteliti.
- b. *Internal validity*, yaitu uji yang digunakan untuk menemukan hubungan kausal dimana suatu kondisi tertentu mengarahkan kepada kondisi lain.
- c. *External validity*, yaitu uji untuk menunjukkan apakah dan bagaimana temuan pada penelitian studi kasus dapat digeneralisasikan.
- d. *Reliability*, yaitu uji operasi studi dimana prosedur pengumpulan data dapat diulangi dengan hasil yang sama.

Penelitian ini menggunakan *internal validity* sebagai uji keabsahan data. Yin (2018, p. 80-81) menjelaskan bahwa *internal validity* memusatkan perhatiannya untuk penjelasan penelitian studi kasus, mencoba menjelaskan bagaimana dan

mengapa peristiwa x menyebabkan peristiwa y terjadi. Selain itu, internal validity menekankan perhatian dengan melihat secara luas masalah yang lebih umum dalam membuat kesimpulan. Studi kasus melibatkan berbagai penarikan kesimpulan setiap kali suatu peristiwa tidak dapat diamati secara langsung. Peneliti akan menyimpulkan peristiwa tertentu dihasilkan dari berbagai kejadian sebelumnya, berdasarkan wawancara dan observasi. Penelitian ini hendak mengetahui strategi CRM Batavia Rent dengan menemukan hubungan kausal kegiatan CRM dengan loyalitas pelanggan Batavia Rent, melalui data dari wawancara dan observasi. Hubungan yang ada akan dijelaskan dan ditarik kesimpulan sesuai dengan teori dan konsep yang digunakan.

3.7 Teknik Analisis Data

Sesuai dengan uji keabsahan data yang dipilih di atas, penelitian ini menggunakan penjadohan pola (*pattern matching*) dalam proses menganalisa data penelitian. Yin (2018, p. 224) memaparkan teknik ini membandingkan secara empiris pola dari data penelitian studi kasus dengan prediksi. Jika pola empiris dan prediksi ternyata sama, hasilnya dapat memperkuat validitas internal penelitian. Dalam studi kasus yang bersifat eksplanasi, pola yang ada terkait dengan bagaimana (*how*) dan mengapa (*why*) dari pertanyaan awal studi kasus. Sedangkan dalam studi kasus bersifat deskriptif, pencocokan pola masih relevan, selama pola fitur deskriptif yang didefinisikan sebelum pengumpulan data. Analisis ini dipilih dengan membandingkan pola yang telah ada yakni teori, konsep, dan mode guna menemukan jawaban bagaimana (*how*) terkait studi kasus pada strategi CRM Batavia Rent dalam membangun loyalitas pelanggan.