

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian pada proposal ini, terdapat perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu PT Halim Lestari Mandiri. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat penjelasan mengenai informasi PT Halim Lestari Mandiri yang terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

3.1.1 Profile PT Halim Lestari Mandiri

PT Halim Lestari Mandiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa yang mempunyai fokus utama yaitu sebagai supplier Alat Tulis Kantor serta berbagai perlengkapan kantor seperti sembako, komputer, kertas HVS, laptop, printer, printing paper, pensil, ballpoint, *box file bindex*, ordner folio, dan berbagai kebutuhan alat tulis kantor lainnya. PT Halim Lestari Mandiri didirikan pada tanggal 25 Maret 2005 oleh Mario Halim, seorang laki-laki yang telah berpengalaman dalam bidang tersebut dan telah dipercaya oleh beberapa perusahaan ternama di Indonesia.

Perusahaan ini berlokasi di DKI Jakarta dan dapat melayani dalam wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) serta beberapa daerah lain disekitarnya. Perusahaan ini telah dipercaya oleh berbagai perusahaan ternama yang memang pernah dan hingga saat ini masih menjalin kerja sama dengan hubungan baik. Beberapa perusahaan tersebut seperti Universitas Pelita Harapan Karawaci, Universitas Binus, PT Stanli Trijaya Mandiri, PT Honda

Prospect Motor, PT Yamaha Motor Indonesia, RCTI, MNC, dan masih banyak perusahaan lainnya.

3.1.2 Visi Misi

Visi :

Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan produk bermutu, berkualitas, dan terpercaya.

Misi :

1. Memberikan layanan terbaik dalam setiap permintaan pelanggan.
2. Memberikan kontribusi positif dan kesejahteraan yang optimal kepada seluruh mitra bisnis.
3. Menciptakan nilai tambah dengan berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan.

3.2 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dilakukan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku persepsi, motivasi, dan tindakan. Dalam penelitian ini, untuk metode kualitatif dilakukan dengan menggunakan pertanyaan penelitian yang nantinya akan menentukan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data sendiri biasanya dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara dan *focus group discussion* bersama dengan karyawan di PT Halim Lestari Mandiri khususnya yang berhubungan dengan modul *Customer Relationship Management*. Dalam metode penelitian yang disebutkan, yaitu metode kualitatif berupa wawancara dengan pemilik dan FGD dengan karyawan yang terlibat dalam *customer relationship management* (CRM), ditambah dengan

penggunaan *Framework 7S* McKinsey, ada beberapa faktor dan indikator yang dapat menjadi fokus utama [101][102][103]:

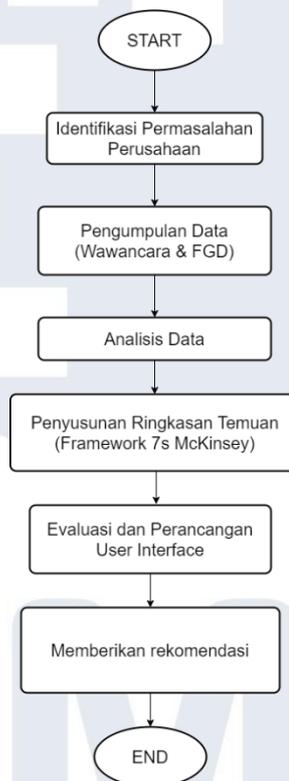
1. *Strategy* (Strategi): Faktor-faktor yang terkait dengan strategi organisasi dalam mengadopsi sistem CRM, seperti tujuan implementasi, visi, dan arah perusahaan dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan.
2. *Structure* (Struktur): Indikator tentang struktur organisasi yang mendukung implementasi CRM, seperti bagaimana departemen atau divisi terorganisir, dan bagaimana tanggung jawab dan alur kerja terkait CRM diatur.
3. *Systems* (Sistem): Faktor-faktor terkait dengan sistem yang digunakan dalam mengelola hubungan pelanggan, seperti teknologi yang digunakan, integrasi sistem, dan proses operasional yang ada.
4. *Shared Values* (Nilai Bersama): Indikator tentang budaya dan nilai-nilai organisasi yang mendukung adopsi dan penggunaan sistem CRM, seperti kepercayaan pada pentingnya memprioritaskan kepuasan pelanggan.
5. *Skills* (Keterampilan): Faktor-faktor yang berkaitan dengan keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam menggunakan sistem CRM, termasuk pelatihan yang diberikan dan tingkat pemahaman tentang teknologi tersebut.
6. *Style* (Gaya): Indikator tentang gaya kepemimpinan dan praktik manajerial yang mendukung penggunaan sistem CRM, seperti dukungan dan komitmen dari manajemen puncak.
7. *Staff* (Staf): Faktor-faktor yang terkait dengan pengelolaan sumber daya manusia dalam konteks implementasi CRM, seperti pengalaman, motivasi, dan kebutuhan pengembangan karyawan yang terlibat.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini dan menggabungkannya dengan data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dan FGD, penelitian tersebut dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kesiapan

organisasi dalam mengadopsi sistem CRM serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilannya [101][102][103].

3.2.1 Alur Penelitian

Berikut merupakan alur penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

Penelitian yang memanfaatkan *Framework 7S* McKinsey dalam konteks penerapan sistem CRM melibatkan serangkaian tahapan yang sistematis, dimulai dari tahap identifikasi permasalahan perusahaan hingga memberikan rekomendasi dari hasil pengukuran. Penelitian ini dimulai dari identifikasi permasalahan perusahaan dengan metode pengumpulan data berupa wawancara langsung

dengan pemilik perusahaan dan *focus group discussion* dengan beberapa karyawan perusahaan yang memang berhubungan di bidang CRM. Setelah itu, penelitian ini dilanjutkan dengan analisis data dan penyusunan ringkasan temuan dari *framework 7S* McKinsey. Hasil analisis data ini dilakukan secara menyeluruh untuk memberikan gambaran yang utuh, yang nantinya akan menjadi dasar penyusunan rekomendasi yang praktis dan tentunya berguna untuk perusahaan yang dapat dijadikan panduan berharga bagi organisasi dalam mengarahkan upaya-upaya mereka untuk meningkatkan proses pengadopsian sistem CRM dan memberikan gambaran yang lengkap dan komprehensif tentang langkah-langkah yang perlu diambil. Setelah itu, penelitian ini dilanjutkan dengan evaluasi dan perancangan *user interface* serta memberikan rekomendasi sesuai dengan *framework 7S* secara teori maupun berdasarkan hasil FGD.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data serta informasi yaitu dengan menggunakan studi pustaka, wawancara serta *focus group discussion* (FGD). Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing teknik pengumpulan data:

3.3.1 Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan pertama kali yaitu dengan menggunakan studi pustaka yang bisa digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengumpulkan berbagai penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan kemudian dibaca serta mencari berbagai sumber referensi yang tertera pada jurnal penelitian terdahulu. Tentunya, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka, peneliti dapat memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan dan berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Selain itu, terdapat hasil dari studi pustaka

berupa tinjauan pustaka dari berbagai penelitian terdahulu yang nantinya bisa dijadikan perbandingan sehingga bisa memunculkan permasalahan yang belum dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

3.3.2 Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik PT Halim Lestari Mandiri. Wawancara yang dilakukan menggunakan metode *in-depth interview* yang merupakan *interview* berdurasi panjang dan dilakukan secara tatap muka. Selain itu, pada wawancara ini juga dilakukan pencarian informasi lebih rinci mengenai permasalahan yang ada di bagian *Customer Relationship Management* di perusahaan PT Halim Lestari Mandiri. Dengan adanya wawancara ini membuat peneliti lebih mengetahui dan dapat lebih dalam menganalisis adanya permasalahan yang dialami oleh perusahaan sehingga peneliti dapat melakukan evaluasi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan nantinya bisa memberikan rekomendasi sistem kepada perusahaan.

3.3.3 Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) merupakan suatu teknik penelitian kualitatif yang secara khusus dirancang untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang perspektif, pandangan, dan pengalaman individu atau kelompok terkait dengan topik tertentu. Dalam FGD, sekelompok peserta akan dipilih secara cermat, yang mewakili beragam sudut pandang atau latar belakang terkait dengan subjek penelitian, berkumpul dalam sebuah forum yang dipandu oleh seorang moderator [104]. Pada penelitian ini, dipilih 5 responden yang mewakili bagian *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu manager marketing, manager *customer*, *customer service*, admin, serta sales marketing.

Proses FGD dimulai dengan peneliti sebagai moderator yang memperkenalkan topik diskusi. Pada saat FGD ini, pertanyaan-pertanyaan ditanyakan berdasarkan pertanyaan yang ada dari *framework* 7S McKinsey. Pemilihan pengumpulan data ini dilakukan berdasarkan keuntungan dari FGD yaitu adanya interaksi antar peserta, yang memungkinkan munculnya berbagai sudut pandang, ide, dan pengalaman yang mungkin tidak akan muncul dalam wawancara individu. *Focus Group Discussion* ini juga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang kompleksitas mengenai permasalahan yang sedang diteliti, serta memberikan kesempatan bagi peserta untuk memberikan pandangan mereka sendiri dalam konteks pandangan orang lain.

3.4 Periode Pengambilan Data

Pada penelitian ini, durasi penelitian dilakukan selama 6 bulan. Pada bulan pertama dilakukan pemilihan topik, objek penelitian. Pemilihan topik dan objek penelitian ini dilanjutkan pada bulan kedua. Pada bulan kedua ini juga dilakukan pemilihan modul yang nantinya akan digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, pada bulan kedua ini juga dilakukan pemilihan teori yang mendukung penelitian yang dilakukan dan dilanjutkan pada bulan ketiga. Pada bulan ketiga juga dilakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara yang nantinya dapat digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan pemilihan *framework*. Pada bulan ketiga dilakukan pemilihan metode atau *framework* dan berlanjut hingga bulan keempat. Pada bulan keempat ini juga dilakukan *focus group discussion* (FGD) yang nantinya bisa digunakan untuk melakukan evaluasi. Pada bulan keempat ini juga dilakukan evaluasi dari hasil *focus group discussion* (FGD) dan evaluasi ini dilanjut hingga bulan kelima. Pada bulan keenam ini nantinya akan memberikan hasil rekomendasi berupa rancangan tampilan *User Interface* (UI) sistem dari hasil evaluasi yang telah

dilakukan kepada PT Halim Lestari Mandiri.

3.5 Sampel

Sampel yang terdapat dalam penelitian ini meliputi seluruh karyawan yang berada di PT Halim Lestari Mandiri yang berada di bidang marketing dan *customer service* karena kedua bagian ini berhubungan dengan *Customer Relationship Management*. Total sampel yang dipilih untuk mengikuti focus group discussion (FGD) dalam penelitian ini sebanyak 8 orang dari 26 karyawan yang terdiri dari manager marketing, manager *customer service*, admin, serta sales marketing. Pemilihan sampel dikhususkan hanya untuk karyawan yang berhubungan dengan *Customer Relationship Management* dan mengetahui sistem CRM, memahami proses bisnis perusahaan serta yang nantinya akan menggunakan sistem tersebut. Dengan adanya pemilihan sampel ini dapat mengetahui permasalahan dan pendapat dari peserta FGD yang nantinya bisa digunakan untuk mengevaluasi tingkat kesiapan perusahaan sebelum menerapkan sistem CRM.

3.6 Prosedur Analisis Data

Analisis data adalah fase krusial dalam penelitian di mana data yang terhimpun dari berbagai sumber dianalisis secara teratur untuk menemukan pola, tren, dan keterkaitan yang mungkin tersembunyi di dalamnya. Proses ini melibatkan penggunaan berbagai teknik statistik dan metode analisis kualitatif, yang disesuaikan dengan jenis data dan tujuan penelitian. Dengan analisis data, peneliti dapat mengeksplorasi beragam aspek dari fenomena yang dipelajari, menyusun temuan yang konsisten, dan menyimpulkan berdasarkan bukti empiris. Berikut merupakan penjelasan mengenai empat tahap utama dalam analisis data dalam penelitian kualitatif:

1. Pengumpulan Data: Tahap pertama adalah pengumpulan data, di mana data-data yang relevan dikumpulkan melalui berbagai metode seperti wawancara, observasi, atau *focus group discussion* (FGD) seperti yang disebutkan dalam penelitian
2. Pengorganisasian Data: Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengorganisasikan data tersebut. Ini mungkin melibatkan transkripsi wawancara, menata catatan dari observasi, atau menyusun rangkuman dari FGD.
3. Pengkodean Data: Setelah data terorganisir, data kemudian dikodekan, yaitu memberi label atau kategori pada bagian-bagian data yang relevan. Ini membantu dalam mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema yang muncul dalam data.
4. Interpretasi dan Penarikan Kesimpulan: Tahap terakhir adalah interpretasi dan penarikan kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan, diorganisir, dan dikodekan. Ini melibatkan analisis terhadap pola-pola yang muncul, hubungan antara berbagai tema, dan mengaitkan temuan dengan kerangka kerja atau teori yang relevan.

3.7 Perbandingan *Framework*

Terdapat beberapa *framework* yang bisa digunakan untuk melakukan penelitian pra implementasi. Oleh karena itu, penelitian ini juga melakukan perbandingan *framework* sehingga nantinya bisa diperoleh kesimpulan mengenai *framework* yang akan digunakan. Beberapa *framework* yang akan dibandingkan yaitu *framework 7s* McKinsey, ERA Raymond's dan ERA BEST. Berikut merupakan tabel perbandingan *framework* [37], [105] :

Tabel 3. 1 Perbandingan *Framework*

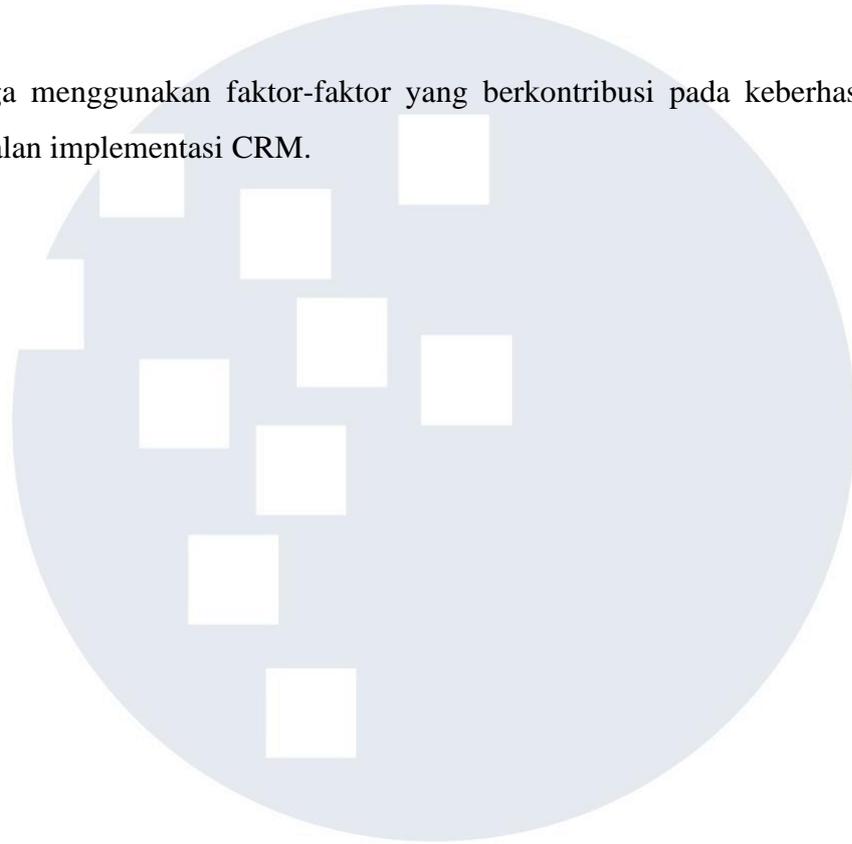
	7S McKinsey	ERA Raymond's	ERA BEST (2004)
--	-------------	---------------	-----------------

	7S McKinsey	ERA Raymond's	ERA BEST (2004)
Fokus Area	<p>Berfokus pada tujuh elemen kunci yang menentukan kesuksesan organisasi [106].</p> <p>Tujuh elemen utama dalam organisasi, yaitu strategi, struktur, sistem, kebiasaan, karyawan, keterampilan, dan budaya, dengan tujuan mencapai keselarasan yang optimal di antara mereka [107].</p>	<p>Berfokus pada pemahaman perusahaan, kesiapan teknologi, kesiapan manajemen project dalam suatu perusahaan [40],[93].</p>	<p>Berfokus pada pengukuran perusahaan dari proses dan prinsip perusahaan tanpa memperhitungkan dan memasukkan kategori lainnya seperti SDM, budaya, etika, keahlian dan kemampuan perusahaan [40],[93].</p>
Metode	<p>Membantu organisasi dalam menganalisis situasi saat ini dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.</p> <p>Menyediakan panduan untuk transformasi organisasi [108].</p> <p>Metode analisis kualitatif yang berfokus pada tujuh elemen organisasi, dengan tujuan mengidentifikasi kesenjangan dan mencapai keselarasan antara mereka [107].</p>	<p>Pengukuran model ini dilakukan dengan mengelompokkan beberapa kategori seperti perangkat lunak, perangkat keras yang dimiliki perusahaan serta jaringan komunikasi dan kesiapan SDM dalam sebuah perusahaan.</p>	<p>Model ini dilakukan pengukuran dengan mengidentifikasi kategori dalam bentuk siap atau tidak siap karena akan mempengaruhi perusahaan dalam menerapkan serta menjalankan sistem CRM.</p>
Pengukuran	<p>Penilaian terhadap tujuh elemen kunci dan identifikasi area yang perlu ditingkatkan.</p> <p>Pengukuran kemajuan organisasi dalam mencapai tujuannya.</p> <p>Pengukuran dilakukan melalui analisis kualitatif terhadap keselarasan tujuh elemen organisasi,</p>	<p>Pengukuran bisa dilakukan dengan menggunakan wawancara untuk melakukan evaluasi beberapa aspek sehingga perusahaan dapat memperbaiki dan memperkuat kesiapan sebelum menerapkan sistem CRM.</p>	<p>Pengukuran dilakukan dengan metode wawancara dan hasilnya berupa analisis kualitatif sehingga bisa diketahui apa saja kekurangan perusahaan sebelum menerapkan sistem CRM.</p>

	7S McKinsey	ERA Raymond's	ERA BEST (2004)
	dengan identifikasi area di mana kesenjangan eksis [108].		
Studi Kasus	<p>Studi kasus mengenai <i>framework</i> 7S Mckinsey ini sangat cocok digunakan untuk perusahaan yang belum menerapkan sistem CRM dan sedang dalam tahap evaluasi kesiapan perusahaan.</p> <p>Studi kasus dapat melibatkan organisasi yang ingin meningkatkan kinerja mereka dengan mengoptimalkan keselarasan tujuh elemen organisasi.</p> <p>Cara 7S McKinsey <i>framework</i> membantu organisasi dalam meningkatkan kinerja dan mencapai tujuannya [41].</p>	<p>Studi kasus mengenai <i>framework</i> model ini dilakukan dengan mengevaluasi keterampilan dan kemampuan SDM melalui evaluasi karyawan.</p>	<p>Model ini dilakukan untuk mengukur seberapa banyak proses yang berpengaruh dalam suatu perusahaan sebelum menerapkan CRM dan setelah sistem CRM dijalankan.</p>

Kesimpulannya, pada penelitian ini menggunakan *framework* 7S Mckinsey karena setelah melakukan perbandingan di antara ketiga *framework* tersebut terdapat beberapa alasan dalam menggunakan *framework* 7S McKinsey. Alasannya yaitu karena *framework* 7S McKinsey ini difokuskan untuk menganalisis dan mengevaluasi kesiapan sebuah perusahaan sebelum menerapkan sistem CRM. Oleh karena itu, *framework* ini cocok digunakan untuk perusahaan yang memang sedari awal belum menerapkan sistem CRM dalam proses bisnis mereka dan masih mempertimbangkan mengenai kesiapan perusahaan dalam melakukan implementasi sistem CRM. Tidak hanya itu, *framework* 7S McKinsey

ini juga menggunakan faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan atau kegagalan implementasi CRM.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA