

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sudut pandang filosofis tentang dunia yang dijadikan sebagai suatu struktur kerangka dalam penelitian (Creswell & Ward, 2018, p.54). Oleh karena itu, penelitian ini perlu menggunakan paradigma sebagai cara pandang untuk mendalami masalah yang diangkat. Dalam penelitian “Implementasi Tahap Komunikasi Personal Selling Pada Bisnis Multilevel Marketing (Studi Kasus Perusahaan Asayama Family Club)”, peneliti menggunakan paradigma post-positivistik.

Paradigma post-positivistik adalah bentuk ketidaksetujuan atas paradigma positivisme karena dalam paradigma post-positivistik, individu sebagai subjek juga merupakan aspek yang menentukan hasil dan efek dari suatu konsep objek yang dilakukan. Sederhananya, paradigma post-positivistik memiliki filosofi bahwa sebuah hasil atau efek yang muncul pasti berasal dari suatu penyebab. Ciri dari paradigma ini adalah bersifat determinan, reduksionis, empiris, dan memiliki verifikasi teori (Creswell & Ward, 2018, p.55).

Post-positivistik ini dipilih karena hasil dari penelitian ini tidak sepenuhnya bersifat objektif dari strategi *personal selling* sebagai objek penelitian, tapi juga akan dipengaruhi oleh proses yang dilalui oleh perusahaan sebagai subjek penelitian dan alur peneliti melakukan penelitian. Paradigma post-positivistik akan mengarahkan subjek dan objek menjadi sebuah kesatuan dalam penelitian yang dilakukan, guna mendapatkan hasil penelitian.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif karena memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh dan menjabarkannya dengan terperinci menggunakan susunan kata dan kalimat yang deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri adalah penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari suatu individu, kelompok, atau

objek terhadap permasalahan sosial atau kemanusiaan (Creswell & Creswell, 2018, p.292).

Peneliti juga menggunakan sifat penulisan deskriptif, yaitu sifat yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran dengan susunan kata-kata untuk menjawab masalah yang berfokus untuk memecahkan pertanyaan siapa, apa dan di mana sebuah fenomena yang diteliti. Sifat ini menyajikan penjelasan karakteristik yang spesifik pada temuan penelitian. Sifat ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan dan menyempurnakan kuesioner atau intervensi (Kim et al., 2017, p.23)

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian studi kasus menurut versi Robert K. Yin. Metode penelitian studi kasus adalah metode yang bertujuan untuk memberikan penjelasan terhadap pertanyaan penelitian “bagaimana” dan “mengapa” guna mencari tahu jawaban teknis yang realistis dan rinci terhadap sebuah kasus yang terjadi dan diteliti. Dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti dimungkinkan untuk mempertahankan karakteristik yang holistik, yaitu memiliki makna yang berdasarkan pada peristiwa-peristiwa di kehidupan nyata (Yin, 2018).

Metode studi kasus versi Yin dipilih untuk digunakan pada penelitian ini karena penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui implementasi dari tahapan komunikasi *personal selling* pada bisnis *multilevel marketing*, dengan terfokus pada kasus perusahaan Asayama Family Club.

3.4 Partisipan

Pemilihan partisipan sebagai sumber informasi pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan sampel partisipan dengan suatu alasan dan pertimbangan tertentu yang berdasarkan kepada sebuah karakteristik yang dicari. Partisipan pada penelitian ini akan dijadikan sumber data utama, selaras dengan metode studi kasus menurut Yin, di mana partisipan adalah seseorang yang dijadikan sumber dari segala data yang diteliti dari sebuah penelitian studi kasus (Yin, 2018, p. 342).

Pada penelitian ini, partisipan dipilih dengan mencari karakteristik berupa seseorang yang mengerti, menguasai, dan juga pernah mengeksekusi secara langsung di lapangan terkait strategi komunikasi *personal selling* dalam perusahaan Asayama Family Club yang merupakan bisnis *multilevel marketing*.

Berikut adalah informasi dari partisipan yang menjadi sumber data penelitian “Implementasi Tahap Komunikasi Personal Selling Pada Bisnis Multilevel Marketing (Studi Kasus Perusahaan Asayama Family Club)”:

Tabel 3.1 Daftar Partisipan

Nama	Posisi	Alasan
Ali Said	Ronin of AFC	Nominasi “Most Extensive roadshow” pada “Recognition Spirit of Samurai IV”.
Cicielia Mellyani	Samurai of AFC	Nominasi “Most Extensive roadshow” pada “Recognition Spirit of Samurai IV”.
Dewi Lusiana	Shogun of AFC	Memiliki lebih dari 5.000 pairs di bawah akunya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui tahapan wawancara mendalam pada partisipan yang dipilih. Partisipan nantinya akan diajukan serangkaian pertanyaan yang disusun berdasarkan konsep yang telah dipilih dan kemudian jawaban yang diberikan oleh partisipan akan ditelaah untuk mendapatkan poin-poin yang akan menjawab permasalahan “bagaimana” dan “mengapa” yang diangkat oleh penelitian ini.

Melalui proses wawancara mendalam tersebut, peneliti akan memperoleh jawaban atas bagaimana bentuk implementasi strategi komunikasi *personal selling* diimplementasikan pada bisnis *multilevel marketing* bisnis Asayama Family Club.

3.6 Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian studi kasus, terdapat empat cara pengujian keabsahan data yang dapat digunakan untuk menguji validitas dari data yang diperoleh (Yin, 2014, p.172).

Keempat aspek pengujian validitas tersebut meliputi:

1. Validitas konstruk, yaitu pengujian yang menyocokkan hasil data dengan langkah-langkah operasional dari konsep dengan pola serupa yang dipilih oleh peneliti.
2. Validitas internal, yaitu pengujian yang mengemukakan hubungan kausalitas antara kejadian tertentu dan menjelaskan bagaimana dan mengapa terjadi hubungan dengan kejadian lainnya.
3. Validitas eksternal, yaitu pengujian yang berupaya menunjukkan hubungan dari data yang ditemukan dengan informasi pendukung dari sumber eksternal yang bukan dari kejadian yang diteliti.
4. Reliabilitas yaitu pengujian yang melihat kesamaan hasil data antara penelitian yang sama yang telah dilakukan sebelumnya atau yang akan dilakukan kembali nantinya.

Dari keempat variabel pengujian keabsahan yang dirumuskan oleh Yin (2014), peneliti memutuskan untuk menggunakan pengujian validitas konstruk untuk menguji keabsahan data yang diperoleh dari proses wawancara mendalam. Alasan pemilihan pengujian ini adalah peneliti ingin meneliti kesesuaian hasil data yang didapat dengan teori konsep yang dipilih guna memperoleh bukti yang nantinya digunakan sebagai laporan penelitian studi kasus.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, setelah peneliti mengumpulkan semua informasi yang diperlukan sebagai data penelitian, dibutuhkan sebuah teknis dalam memproses data tersebut untuk memperoleh kesimpulan. Data-data ini diproses dengan teknik analisis data.

Masih menurut Yin (2014), dalam penelitian studi kasus, terdapat tiga jenis teknik yang dapat digunakan untuk menganalisis hasil temuan data (Yin, 2014, p. 227). Ketiga teknik tersebut yaitu:

1. Penjodohan pola, yaitu teknik yang bertujuan untuk mencocokkan pola empiris dengan pola yang telah diprediksikan, sesuai dengan konsep yang dipilih sebelumnya.

2. Pembuatan eksplanasi, yaitu teknik yang bertujuan untuk menganalisis data dari studi kasus melalui pembuatan penjelasan terkait kasus yang diteliti.
3. Analisis deret waktu, yaitu teknik yang bertujuan untuk menganalisis data dari studi kasus yang menggunakan pendekatan eksperimental sehingga dijelaskan melalui suatu deret waktu yang kronologis.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan teknik penjadwalan pola yaitu dengan mencocokkan pola empiris dan prediksi yang disusun pada penelitian ini. Nantinya, jika ditemukan kesamaan pada kedua pola tersebut, maka hasil dari penelitian ini akan menjadi semakin kuat.

Penelitian ini dilaksanakan melalui prosedur sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan riset kecil sebagai dasar awal penentuan topik skripsi yang akan diteliti.
2. Peneliti mengumpulkan data-data pendukung serta konsep-konsep relevan yang dibutuhkan sebagai sumber informasi awal penelitian.
3. Peneliti melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing untuk berdiskusi mengenai topik dan konsep yang dipilih.
4. Peneliti menentukan konsep, sumber acuan, dan penelitian terdahulu yang dijadikan referensi untuk menentukan bagaimana penelitian akan dilakukan.
5. Peneliti menentukan metodologi penelitian serta menentukan karakteristik partisipan yang diinginkan.
6. Peneliti menyusun daftar pertanyaan penelitian berdasarkan konsep yang dijadikan acuan. Peneliti dibantu oleh dosen pembimbing dalam membagi daftar pertanyaan yang relevan.
7. Peneliti menghubungi dan membuat janji jadwal wawancara dengan setiap partisipan.
8. Peneliti melakukan wawancara mendalam dan mendokumentasikannya dengan para partisipan dengan durasi yang beragam.
9. Peneliti membuat transkrip dan merapihkan hasil wawancara berdasarkan konsep dan daftar pertanyaan yang digunakan.

10. Peneliti menyusun hasil serta pembahasan penelitian, serta membuat *coding* dari data wawancara dengan mengaitkannya dengan konsep yang digunakan.
11. Peneliti menyimpulkan hasil penelitian ini dan melakukan diskusi dengan dosen pembimbing atas hasil tersebut.
12. Peneliti meminta persetujuan kepada kepala program studi dan dosen pembimbing sebelum akhirnya mengajukan dokumen penelitian skripsi untuk kepentingan sidang.

Penelitian ini dilakukan selama lima bulan dengan bimbingan yang diberikan oleh dosen pembimbing. Sementara itu, dalam mengumpulkan data yang diperlukan oleh penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan tiga orang partisipan yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia, yaitu Lampung, Batam, dan Medan. Wawancara ini dilakukan sepenuhnya secara daring melalui aplikasi Zoom dan WhatsApp. Proses wawancara ini dilakukan selama satu jam enam menit untuk partisipan pertama, satu jam 44 menit 40 detik untuk partisipan kedua, dan 50 menit 32 detik untuk partisipan ketiga.

