



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

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme*. Menurut Creswell (2013, p. 24) menjelaskan bahwa paradigam *post-positivisme* adalah pendekatan yang terdiri dari unsur-unsur yang reduksionistik, logis, penekanan pada pengumpulan data empiris, kritis, melihat suatu realita dengan orientasi efek dan menentukan hasil berdasarkan teori-teori.

Paradigma *post-positivisme* muncul sebagai bentuk perbaikan terhadap pandangan *positivisme*, di mana metodologi pendekatan eksperimental melalui observasi dipandang tidak mencukupi, tetapi harus dilengkapi 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.

Peneliti sebagai pengguna paradigma *post-positivisme* dalam penelitiannya memulai pemikirannya berdasarkan dari bukti, fakta atau data sebagai awalan untuk membangun atau mengembangkan pengetahuan. Karakteristik utama dari paradigma *post-positivisme* ini adalah paradigma yang memandang bukti, fakta atau data sebagai sesuatu yang berdiri sendiri, memiliki latar belakang atau makna tertentu yang sangat kontekstual dengan lingkungannya. Oleh karena itu, pengetahuan yang nantinya diperoleh dari hasil penelitian ini bersifat orisinal.

Dalam penggunaan paradigma ini, umumnya para peneliti berupaya untuk menghindari penggunaan sebatas teori saja. Hal tersebut dianggap dapat menghalangi upaya untuk mengeksplorasi keaslian hasil penelitian.

3.2. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) GO-JEK dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui program GO-POINTS. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif. Menurut Basrowi (2008, p. 20) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif. Perspektif, strategi, dan model yang dikembangkan dalam penelitian kualitatif sangat beragam.

Menurut Bogdan dan Taylor (1975) dalam Moleong (2010, p. 4) metodologi penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Kirk dan Miller (1986) dalam Moleong (2010, p. 4) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Sifat dari penelitian ini adalah bentuk deskriptif karena merupakan penelitian yang memberikan gambaran atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti (Kountur, 2009, p. 105). Dengan

artian, bahwa penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang menyajikan data atau informasi dalam bentuk kata-kata, kalimat, pernyataan dan juga konsep.

Dengan penelitian kualitatif-deskriptif ini penulis berusaha memberikan gambaran mengenai penggunaan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang diterapkan oleh GO-JEK dalam mempertahankan loyalitas para pelanggannya melalui program GO-POINTS.

3.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan Yin yang bersifat eksplanatif. Yin dalam Yazan (2015, p. 138) menekankan penggunaan pertanyaan *how* dan *why* untuk memperoleh pengetahuan serta jawaban yang mendalam mengenai fenomena yang dikaji. Pertanyaan *how* digunakan untuk memperoleh pengetahuan eksplanatif dan pertanyaan *why* digunakan untuk memperoleh pengetahuan eksploratif.

Menurut Creswell (2010, p. 44) penelitian studi kasus merupakan penelitian dimana prosesnya dilakukan secara mendalam dan menyeluruh terhadap kasus yang diteliti. Secara terperinci, karakteristik penelitian studi kasus menurut Creswell (2010, p. 61) yakni menempatkan objek penelitian sebagai kasus, memandang kasus sebagai fenomena yang bersifat kontemporer, dilakukan pada kondisi kehidupan yang sebenarnya, serta penelitian studi kasus menggunakan sumber data untuk mendapatkan data-data yang terperinci dan komprehensif. Data-data tersebut dapat berupa catatan hasil wawancara, pengamatan/observasi lapangan, serta dokumen.

Peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus oleh Yin dengan tujuan untuk meneliti usaha-usaha apa yang dilakukan oleh pihak GO-JEK, dalam menyusun strategi *Customer Relations Management* (CRM) dengan tujuan mempertahankan loyalitas para pelanggannya melalui program GO-POINTS.

3.4. Key Informan dan Informan

Dalam bukunya Moleong (2010, p. 138) mengatakan bahwa informan adalah:

“Orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Ia berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan kesukarelaannya ia dapat memberikan pandangan dari segi orang-orang dalam tentang nilai-nilai sikap, bangunan, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut.”

Informan merupakan orang-orang yang mengetahui secara pasti dengan permasalahan yang ada, sehingga peneliti dapat mengumpulkan data, merangkum, dan menganalisa hasil informasi dari penelitian. Pemilihan Key informan dan informan harus sesuai dengan kriteria penelitian agar didapatkan informasi yang sesuai dengan penelitian yang sedang diteliti.

Key informan dan informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki penguasaan atau kompeten dalam bidang *Customer Relationship*

Management dan juga yang menguasai program GO-POINTS secara menyeluruh dan dalam penelitian ini, pihak yang diwawancarai oleh peneliti adalah:

1. Michael F. Perera, selaku *Vice President of GO-POINTS*. Alasan peneliti memilih beliau sebagai *key informan* karena beliau merupakan *leader* pada divisi GO-POINTS sejak dari awal GO-POINTS hendak diluncurkan sebagai loyalti program GO-JEK. Serta beliau mengetahui dengan pasti perkembangan dan juga proses-proses strategi perencanaan GO-POINTS sebagai loyalti program untuk para *customer* GO-JEK.
2. Nadia Anindita, selaku *Head of Strategic Insight & Product Excellent*. Alasan peneliti memilih beliau sebagai informan karena beliau bertanggung jawab dalam hal wawasan produk (GO-POINTS) pada sisi user. Termasuk memonitor data-data *customer*, mencari tahu *behavior customer* terhadap GO-POINTS.
3. Jovita Diah, selaku *Business Promotion Strategies*. Alasan peneliti memilih beliau sebagai informan karena beliau *in charge* di Tokopoints. Beliau bertanggung jawab dalam merencanakan strategi promosi Tokopoints kepada seluruh *user/customer* Tokopedia.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Studi kasus memiliki beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.5.1. Data Primer

Data primer penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan dokumen-dokumen. Wawancara mendalam (*indepth interview*) merupakan suatu cara pengumpulan data melalui tanya jawab dengan pedoman yang telah disiapkan. Teknik wawancara merupakan salah satu cara agar individu (narasumber) dapat memberikan informasi kepada peneliti. (Gillham, 2010, p. 21).

Menurut Sugiyono (2015, p. 25) data primer atau sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Jenis wawancara yang peneliti lakukan adalah dengan menggunakan pedoman wawancara, dengan membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang hendak ditanyakan kepada narasumber. Dengan begitu peneliti dapat melakukan improvisasi dengan lebih leluasa dalam melakukan wawancara, akan tetapi tetap mengikuti alur/panduan pedoman pertanyaan.

3.5.2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2015, p. 225) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen-dokumen.

Data sekunder digunakan sebagai bahan pembandingan bagi data primer untuk semakin mendukung hasil penelitian. Untuk memperoleh data sekunder, peneliti juga melakukan studi kepustakaan, mencari, membaca dan mempelajari dokumen yang berasal dari data primer dan sekunder yang didapatkan dari dokumen perusahaan, studi literatur karya akademis, dan sumber lain seperti koran, internet, jurnal yang memiliki hubungan dengan masalah yang dibahas.

3.6. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi data (seringkali disebut sebagai triangulasi sumber). Menurut Moleong (2010, p. 330), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar dari data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Dengan kata lain, peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan tujuan melakukan pengujian data yang diperoleh dari satu sumber kemudian membandingkannya dengan data dari sumber-sumber yang lain.

Triangulasi dilakukan peneliti untuk memeriksa keabsahan sebuah data dengan cara membandingkan hasil wawancara kepada narasumber utama yang

berasal dari perusahaan GO-JEK untuk mengetahui penilaian tentang penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) GO-JEK dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui program GO-POINTS, serta melakukan wawancara dengan narasumber dari perusahaan Tokopedia yang juga memiliki loyalty program bernama Tokopoints sebagai salah satu bentuk kegiatan *Customer Relationship Management*-nya.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh setelah pengumpulan data, penulis menggunakan kerangka berpikir Miles dan Huberman untuk menganalisis data kualitatif. Menurut Miles dan Huberman dalam Punch (2012, p. 197), Analisis data pada penelitian kualitatif adalah mempelajari sumber data secara menyeluruh, menjabarkan analisis yang ditujukan untuk mengungkap tingkat kesesuaian serta kestabilan hubungan antar fenomena sosial, didasarkan pada aturan serta urutan yang mengaitkan antar fenomena.

Miles dan Huberman menyatakan bahwa terdapat tiga macam kegiatan analisis data kualitatif, yakni:

a. Data Reduction

Terjadi secara berkelanjutan selama proses analisis data. Dalam tahap awal, reduksi data dilakukan dengan mengedit, membagi serta menggabungkan seluruh data. Dalam tahapan selanjutnya, dilakukan melalui menterjemahkan serta mencatat, serta terkait kegiatan-kegiatan seperti menemukan tema, dan polanya. Pada

tahap akhir, dilakukan melalui konseptualisasi dan menjelaskan, serta membuang informasi yang tidak perlu.

b. Data Display

Pemetaan/menampilkan data membantu menyusun serta mengumpulkan data yang telah direduksi, membantu menginformasikan kegiatan analisis telah sampai di tahap mana, serta menjadi dasar untuk melanjutkan analisis.

c. Conclusion

Langkah-langkah dalam mereduksi serta memetakan data adalah untuk membantu penarikan kesimpulan. Ketika proses penarikan kesimpulan, terjadi reduksi serta pemetaan data secara bersamaan. Kesimpulan mungkin dapat ditarik di awal analisis, namun masih samar dan kurang informasi. Kesimpulan tersebut tidak berguna bagi penelitian dan belum ditajamkan pada saat awal analisis. Kesimpulan belum selesai hingga semua data terkait penelitian telah dianalisis. Kesimpulan akan berupa sekumpulan asumsi yang diperoleh dari analisis data, dan ketika telah menarik sebuah kesimpulan, kesimpulan tersebut harus diverifikasi kebenarannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A