

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang mengacu pada teori-teori mengenai perencanaan karir. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan dan mengolah data untuk mencari fakta yang akurat serta interpretasi yang tepat dan sistematis mengenai persepsi karyawan terhadap kebijakan perencanaan karir pada perusahaan periklanan.

Pendekatan kuantitatif dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik untuk menunjukkan hubungan antar variable, mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal (Subana dan Sudrajat, 2001:13). Pada akhirnya, peneliti akan mengambil kesimpulan berdasarkan hasil olahan data dan teori-teori tersebut.

3.2. Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif. Deskriptif yang dimaksud adalah berupaya memperoleh gambaran mengenai perencanaan dan pelaksanaan karir di perusahaan yang diteliti. Penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan menggambarkan mekanisme sebuah proses dan menciptakan seperangkat kategori atau pola. Hasil akhir dari penelitian ini biasanya berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas (Prasetyo dan Jannah, 2005:42). Penelitian ini menembangkan konsep dan menghimpun fakta tapi tidak melakukan pengujian hipotesa. (Masri dan Sofyan, 1989:3)

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini termasuk penelitian cross Sectional yaitu penelitian yang dilakukan dalam satu waktu tertentu (Prasetyo dan Jannah, 2005:42). Peneliti melakukan penelitian pada bulan maret sampai dengan

oktober 2008. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berada pada suatu waktu tertentu dan menggambarkan keadaan pada waktu yang bersangkutan.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data penelitian dan sebagai penguat bahan kelengkapan penelitian, penulis memperoleh informasi, data, petunjuk, dan bahan-bahan lainnya dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

3.3.1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari survei sumber pertama baik individu atau seperti wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan peneliti. Dalam mengumpulkan data primer dilakukan dengan beberapa cara yaitu

a). Kuesioner

Merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia untuk memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti. Tujuannya adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Prasetyo dan Jannah, 2005:85). Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan bahasa yang mudah dimengerti agar responden tidak mengalami kesulitan dalam menjawabnya.

b). Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam. Pada tahap wawancara ini, peneliti melakukan pembicaraan langsung atau tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait yaitu Direktur Operasional dan Manager yang berkaitan dengan sumber daya manusia perusahaan.

Selain itu, peneliti juga menjelaskan kepada setiap responden sehingga mereka memahami maksud dan tujuan dari penelitian yang dilakukan

3.3.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan lebih lanjut baik oleh pihak pengumpul data primer atau orang lain. (Prasetyo dan Jannah, 2005:99). Data sekunder digunakan oleh peneliti untuk digunakan lebih lanjut dengan memanfaatkan data yang sudah ada. (Istijanto, 2006:43). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Studi Kepustakaan

Yaitu dengan cara mempelajari buku, dokumen dan literatur terutama yang berkaitan dengan perencanaan karir sumber daya manusia. Pengumpulan data (informasi) dilakukan di perpustakaan atau tempat lainnya dimana tersimpan buku-buku serta sumber data lainnya. (Supranto, 1997:11) Tujuan studi kepustakaan ini adalah untuk membandingkan praktek yang ada di dalam perusahaan dengan teori yang terdapat di literatur dan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan objek penelitian.

b. Data Perusahaan

Yaitu berupa gambaran perusahaan secara umum dan program-program perencanaan karir di PT. Granton Marketing Indonesia di Jakarta.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Tabel 3.1

Jumlah Karyawan Kantor Pusat PT. Granton Marketing

No.	Departemen / Bagian / Divisi	Jumlah Karyawan
1.	Direktur utama / Operasional	1
2.	Produksi	5
3.	Distribusi dan logistik	7
4.	Pemasaran	27
5.	Adm. personalia dan keuangan	13
	Total	53

Sumber: PT. Granton Marketing Indonesia.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Setiap populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Populasi adalah keseluruhan elemen yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Dalam hal ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan bagian promotion perusahaan periklanan yang berada di Jl. Kebon Sirih Raya, Menara Kebon Sirih Lt. 23, sebanyak 53 orang.

3.4.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Sampel adalah merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti (Prasetyo dan Jannah, 2005:119). Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah *Total Sampling* yaitu jumlah sampel sama dengan jumlah populasi yang ada di perusahaan. Namun pada pelaksanaan di lapangan, jumlah sampel yang diharapkan tidak sesuai dengan jumlah populasi. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan PT. Granton Marketing Internasional ditugaskan keluar kota dan cuti dalam hal pekerjaan yang bersangkutan sehingga penelitian ini menarik sampel sebanyak 40 orang dari populasi yang berjumlah 53 orang.

3.5. Skala Pengukuran

Cara penilaian terhadap hasil jawaban dari kuestioner dilakukan dengan menggunakan skala Likert, yaitu dengan memberikan responden sebuah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban yang nantinya diberi skor (Masri dan Sofyan, 1989:55), menurut Sugiono yaitu:

Sangat Setuju	: bobot nilai = 5
Setuju	: bobot nilai = 4
Ragu-ragu	: bobot nilai = 3
Tidak Setuju	: bobot nilai = 2
Sangat Tidak Setuju	: bobot nilai = 1

Skala Likert banyak digunakan dalam penelitian yang menggunakan metode survei untuk mengukur sikap karyawan, persepsi karyawan, tingkat kepuasan karyawan, atau mengukur perasaan karyawan yang lain (Istijanto, 2005: 81).

Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis skala penelitian, yaitu:

- a. Skala Nominal, yaitu data yang meskipun bisa berubah menjadi angka, tetapi tidak memiliki nilai kuantita apapun (Irawan, 2006:170). Termasuk kategori ini adalah data-data pada karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, masa kerja, pendidikan dan status karyawan.
- b. Skala Ordinal, yaitu data yang tidak memiliki nilai kuantitas tetapi masih dapat menunjukkan perbedaan tingkatan satu hal dengan hal lainnya. (Irawan, 2006:177). Termasuk kategori data ini adalah data hasil pengolahan kuesioner.

3.6. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif menganalisis memperoleh gambaran yang sesungguhnya tentang perencanaan karir yang dilakukan PT. Granton Marketing Internasional untuk dibandingkan dengan teori dan didukung dengan hasil kuesioner responden dalam bentuk persentase yang ditunjukkan dalam bentuk tabel.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis data univariat (analisis terhadap satu variabel), yaitu dengan menggunakan Distribusi Frekuensi, yang menggunakan susunan data dalam suatu tabel yang telah diklasifikasi menurut kelas atau kategori-kategori tertentu.

Indikator diukur dengan menggunakan tingkat pengukuran Skala Ordinal, berupa angka-angka yang diberikan dimana angka tersebut mengandung pengertian tingkatan (Nasir, 1998:158). Untuk jawaban yang tersedia dalam kuesioner akan terdiri dari lima tingkatan, yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat setuju.(Nasir, 1998:397). Selain itu, alternatif jawaban tambahan responden lainnya bersifat terbuka guna mendukung pernyataan sebelumnya.

Untuk melihat hasil penelitian tentang persepsi karyawan, penulis menggunakan skala penilaian kriteria untuk menentukan kategori dari masing-masing dimensi. Menghitung skor tiap dimensi adalah dengan menjumlahkan seluruh frekuensi jawaban pada tiap-tiap alternatif pilihan jawaban kemudian dikalikan dengan bobot nilainya. Penentuan skor terendah dan tertinggi dilakukan dengan cara mengalikan jumlah sampel dengan bobot atau skor terendah dan tertinggi.. Rentang skala didapatkan dengan jumlah, sebagai berikut (Umar, 2005: 225).

$$R_s = \frac{n(m-1)}{M}$$

Dimana, n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

M = banyaknya kelas yang dibentuk

3.8. Operasional Konsep

Operasional konsep adalah proses penamaan (definisi operasional) atau indikator pada sebuah variabel. Berikut penjabaran pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Perencanaan Karir SDM Organisasi	Pelayanan Informasi dan perencanaan personalia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karir yang jelas dan terbuka ▪ Kesempatan setiap karyawan mengikuti jenjang karir. ▪ Penyediaan Informasi tentang alur karir. 	Ordinal
	Program pengembangan (Development)	Konseling Karir: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Adanya konselor secara formal ▪ Konseling antara atasan dan bawahan. ▪ Kemudahan berkonsultasi 	Ordinal
		Mentoring: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tersedianya <i>mentor</i>. ▪ Pembentuk motivasi kerja ▪ Penetapan tujuan . ▪ Efektivitas pelaksanaan <i>mentoring</i>. 	Ordinal
		Penilaian prestasi: <ul style="list-style-type: none"> • Objektif • Menentukan karir • Dilakukan secara periodik. 	Ordinal
	Program pelatihan (<i>Training</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kemampuan • Meningkatkan ketrampilan. • Disesuaikan dengan kebutuhan 	Ordinal

Sumber : Ivancevich (2001 : 443)