

BAB V

METODOLOGI PENELITIAN

5.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deksriptik dengan jenis penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam menggunakan pedoman wawancara dengan informan dari RSAB “Harapan Kita” sebagai data primernya dan selain itu penulis mengambil data tambahan yaitu berupa data sekunder yang berasal dari RSAB “Harapan Kita”, khususnya Sub Bagian Pemasaran dengan melakukan pencarian dan pengumpulan data. Pada kesempatan ini penulis berkeinginan untuk mendapatkan informasi dari Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita” yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi suatu keadaan pelaksanaan kegiatan *Customer Relationship Management* di Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita” dalam periode tertentu berdasarkan fakta - fakta yang sebenarnya terjadi dilapangan dan kemudian dilakukan perbandingan dengan teori - teori yang terkait dengan *Customer Relationship Management*.

5.2. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan salah satu sumber data dan informasi bagi penulis. Untuk itu dalam memperoleh data dan informasi yang akurat serta dapat dipercaya, penulis melakukan wawancara mendalam terhadap empat orang informan yang terkait langsung dengan pelaksanaan kegiatan *Customer Relationship Management* di Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita”.

Adapun yang menjadi informan (sumber informasi) dalam penelitian ini ditetapkan secara langsung (*purposive*) dengan berdasarkan pada prinsip - prinsip yang berlaku sebagai berikut :

1. Kesesuaian (*appropriateness*)

Penetapan informan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki sesuai dengan topik penelitian.

2. Kecukupan (*adequacy*)

Informan memiliki kualifikasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

Sesuai dengan prinsip diatas, maka yang menjadi informan peneliti: antara lain terdiri dari :

1. Kepala Bagian Perencanaan dan Pemasaran (satu orang)
2. Kepala Sub Bagian Pemasaran (satu orang)
3. Koordinator Bina Pelanggan (satu orang)
4. Staf Layanan Asuransi / Jaminan Perusahaan (satu orang)
5. Staf Penagihan (satu orang)

5.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita” yang beralamat di Jalan Let. Jend. S Parman Kav 87, Jakarta Barat dan dilaksanakan pada bulan April - Mei 2008.

5.4. Teknik dan Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis memakai teknik wawancara mendalam agar pertanyaan dan jawaban dapat dilakukan secara jelas dan untuk menggali informasi yang lebih terperinci serta dapat mengetahui kendala ataupun masalah - masalah yang ada dilapangan agar segera dapat diatasi (Rangkuti, 2007).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas :

1. Data Primer diperoleh melalui :

a. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam (*in depth interview*) merupakan kegiatan wawancara secara langsung terhadap seseorang atau yang biasa disebut informan yang bertujuan untuk mengetahui hal - hal yang tersembunyi mengenai suatu informasi (Rangkuti, 2007). Disini penulis selain melakukan observasi data, untuk mendapatkan data primer, penulis juga melakukan wawancara dengan pihak - pihak yang terkait dalam area penelitian untuk mengetahui gambaran proses kegiatan *customer relationship management* pada perusahaan pelanggan di Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita”. Adapun informan penelitiannya yaitu sebagai berikut :

- Kepala Bagian Perencanaan dan Pemasaran (satu orang)
- Kepala Sub Bagian Pemasaran (satu orang)
- Koordinator Bina Pelanggan (satu orang)

- Staf Layanan Asuransi / Jaminan Perusahaan (satu orang)
- Staff Penagihan (satu orang)

b. Observasi / pengamatan dan mempelajari secara langsung aktivitas – aktivitas kegiatan yang dilakukan di Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita” dalam kurun waktu satu bulan (April - Mei). Teknik ini bertujuan untuk membaurkan diri dalam penelitian tersebut. Observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan hasil wawancara mendalam dengan kenyataan yang ada di tempat kegiatan penelitian selain itu penulis menggunakan lembar check list mengenai kegiatan - kegiatan *Customer Relationship Management* apa saja yang sudah atau belum dijalankan oleh Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita” tahun 2008 berdasarkan konsep 4R dalam CRM (*Retention, Relationship, Referral, Recovery*) .

2. Data Sekunder

Data sekunder didapat dengan melakukan observasi data. Observasi data yang dimaksud adalah dengan melakukan pencarian dan pengumpulan data serta dokumentasi dari Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita”. Selain itu data sekunder juga diperoleh dari buku atau referensi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

5.5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian terdiri dari :

1. Peneliti sebagai instrumen utama
2. Panduan wawancara mendalam
3. Panduan observasi berupa lembar check list untuk pengamatan kegiatan CRM yang sudah atau belum dijalankan.
4. Alat bantu catatan manual dan elektrik (alat perekam suara)

5.6. Validitas Data

Untuk menjaga validitas data, maka penulis melakukan triangulasi melalui :

1. Metode, melakukan kombinasi metode wawancara mendalam dengan kegiatan observasi secara langsung dan melakukan observasi berupa lembaran checklist terhadap kegiatan CRM yang sudah atau belum berjalan di Sub Bagian Pemasaran RSAB “Harapan Kita”.
2. Sumber, menggunakan informasi dari para informan yang berbeda untuk melakukan *cross check* terhadap kondisi sebenarnya. Dengan menggunakan sumber yang berbeda, diharapkan keterangan yang diberikan dapat lebih akurat.

5.7. Analisis Data

Data yang diperoleh disajikan melalui analisis data. Analisis data adalah menuliskan hasil wawancara mendalam (data / informasi) dari informan, sehingga diperoleh gambaran tentang variabel - variabel yang diteliti,

kemudian diringkas menjadi bentuk matriks dengan menggunakan bahasa peneliti. Ringkasan tersebut diuraikan kembali dengan cara membandingkan terhadap teori dan hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian, dan kemudian disajikan dalam bentuk narasi.

5.8. Penyajian Data

Dalam penyajian data dan ringkasan tersebut disajikan dalam bentuk narasi.

