

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan dari topik yang dibahas, penelitian ini bermaksud mengungkapkan peranan *barcode* terhadap hubungan sistem informasi pemasaran. Maka metode jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan data-data empiris dalam mengkaji permasalahan yang ada. Hal ini sesuai dengan definisi pendekatan kualitatif menurut Masyhuri dan Zainudin (2008:13) yang mengatakan pendekatan kualitatif adalah penelitian yang memecahkan masalah dengan menggunakan data empiris.

Sedangkan menurut Moleong (2005:06), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Berdasarkan uraian di tersebut dapat dikemukakan bahwa melalui jenis penelitian kualitatif ini mampu menguraikan tujuan dari penelitian ini.

Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan *Fenomenologi*. Fenomenologi yang dikembangkan oleh Edmund Husserl (1859 – 1938) merupakan metoda untuk menjelaskan fenomena dalam kemurniannya.

*Fenomena adalah segala sesuatu yang dengan suatu cara tertentu tampil dalam kesadaran manusia. Baik berupa sesuatu sebagai hasil rekaan maupun berupa sesuatu yang nyata, yang berupa gagasan maupun berupa kenyataan (Husserl dalam Delfgaauw, 1988: 105). Selanjutnya dikatakan yang penting ialah pengembangan suatu metoda yang tidak memalsukan fenomena, melainkan dapat mendeskripsikannya seperti penampilannya. Dari pengertian di atas dapat mengemukakan fenomena yang terjadi dalam penelitian.*

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan PT. Coca-Cola Amatil Indonesia yang berada di jalan Rungkut Industri I/27 Sier Surabaya. PT. Coca-Cola Amatil Indonesia ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pendistribusian dan pemasaran produk Coca-Cola dalam wilayah Jawa timur. Peneliti menentukan lokasi ini karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan *barcode* sebagai sistem informasi pemasaran mereka.

### **3.3 Subyek Penelitian**

Subyek penelitian merupakan suatu instrumen yang paling penting dalam suatu penelitian. Seperti yang di ungkapkan oleh Arikunto (2007:152) dimana subyek penelitian adalah sesuatu yang penting kedudukannya di dalam penelitian, subyek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subyek dapat berupa benda, hal atau orang. Dalam hal ini, yang menjadi subyek peneliti adalah pihak-pihak dari PT. Coca-Cola Amatil Indonesia wilayah Surabaya.

Menurut suparlan (1997), disebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif, informan adalah pemberian informasi. Sedangkan informan kunci (key informan) adalah “orang yang dapat menjadi juru kunci bahasanya atau pemberi informasi pertama dan mendasar mengenai masyarakat dan kebudayaan yang diteliti dan juga sebagai orang yang dapat memperkenalkan penelitian kepada masyarakatnya”.

Dengan merujuk pada pengertian diatas, maka peneliti menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan 3 pihak yang dianggap mampu untuk memberikan informasi terkait data-data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam mencapai tujuan penelitian, informan tersebut adalah :

Tabel 3.1  
Informan pada Penelitian

NO	Informan	Informasi yang dibutuhkan
1	Customer Service Improvement (CSI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peranan dan Manfaat <i>Barcode</i> pada Sistem informasi pemasaran</li> <li>- Dampak yang diberikan <i>barcode</i> dalam sistem informasi pemasaran</li> <li>- Seberapa besar pengaruh yang dihasilkan <i>barcode</i> dalam sistem informasi pemasaran</li> <li>- Implementasi <i>barcode</i> dalam sistem informasi pemasaran</li> </ul>
2	Sales Representative	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fungsi <i>barcode</i> dalam lapangan</li> <li>- implementasi <i>barcode</i> dalam lapangan</li> <li>- Dampak <i>barcode</i> dalam lapangan</li> </ul>
3	Pemilik <i>Outlet</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendataan pelanggan</li> <li>- Kunjungan sales representative</li> </ul>

Sumber : Dokumen peneliti

Penentuan informan ini juga didasari oleh teknik dalam memilih informan yang disampaikan oleh Wahyuni (2012:33), yang menyatakan

bahwa purposive sampling merupakan teknik yang paling sering digunakan yaitu dengan memilih informan yang dianggap mampu memberikan informasi untuk menjawab rumusan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.

### 3.4 Sumber Data dan Jenis Data

Menurut Moleong (2005:112), penelitian ini menggunakan dua jenis data yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu :

#### 1. Data Primer

Dimana data ini diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu instansi atau perusahaan yang menjadi objek penelitian yang berupa kata-kata atau tindakan dari informan. Dalam hal ini yang dimaksud adalah data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pihak informan yang sudah ditentukan. Pihak informan sendiri terdiri dari bagian CSI dan SR yang mengetahui tentang implementasi *barcode*. Selain itu juga data primer dapat di dapatkan dari observasi pada lapangan yaitu dimana alur pemakaian *barcode*.

#### 2. Data Sekunder

Data ini diperoleh atau dikumpulan dari sumber-sumber yang telah ada, yang berupa dokumen-dokumen, laporan-laporan, dan arsip-arsip lain yang relevan. Data tersebut juga bisa diperoleh dari sumber-sumber tertulis seperti : buku, majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi. Data sekunder dapat didapat dari bebrapa

dokumen perusahaan atau dari web perusahaan demi penunjang kelengkapan data.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapat data. Dalam usaha pengumpulan data serta keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini adalah penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Menurut Esterberg yang dikutip oleh Sugiono (2008:72) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan dalam suatu topik tertentu.

Menurut patilima (2007), terdapat dua alasan yang dapat dijadikan dasar bagi peneliti, yaitu : *Pertama*, dengan wawancara peneliti dapat menggali apa yang diketahui dan dialami subyek yang diteliti. *Kedua*, hal-hal yang ditanyakan oleh peneliti bersifat lintas waktu (lampau, sekarang, masa depan).

Estenberg dalam Sugiyono (2008: 233) mengemukakan tiga jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur (*structured interview*), semistruktur (*semistruktur interview*), dan tidak terstruktur (*unstructured interview*). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan semistruktur (*semistruktur*). Wawancara semistruktur

(*semistructure interview*) sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview* yang pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara semistruktur (*semistructure interview*) biasanya dimulai dengan beberapa pertanyaan spesifik dan diikuti dengan pemikiran responden yang berhubungan dengan pertanyaan. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan pihak yang diajak wawancara diminta pendapatnya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

## 2. Observasi

Menurut Nasution yang dikutip dalam bukunya Sugiono (2008:64), Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Sedangkan menurut Margono (2000:158) dimana mendefinisikan observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian.

Dengan metode observasi, peneliti dapat terjun langsung dalam upaya-upaya menambah data-data yang diperlukan. Selain itu peneliti juga dapat mengamati secara langsung proses pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penelitian. Adapun sasaran dalam observasi di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia wilayah surabaya, yakni mengungkapkan apa yang menjadi tujuan peneliti.

## 3. Dokumentasi

Menurut sugiyono (2008:82) dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Sedangkan menurut Guba dan Lincoln dalam bukunya Moleong (2005:216) dimana mendefinisikan dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau film dari record yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan dari seorang penyelidik.

Dalam penelitian ini, dokumentasi sebagai data pendukung dalam mendukung informasi yang telah diberikan informan. Data-data ini tentunya juga sangat berguna bagi peneliti dalam mencapai tujuannya peneliti.

### **3.6 Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2008: 89), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Moleong (2005: 247) mengemukakan proses analisis data kualitatif secara rinci, yaitu sebagai berikut :

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam pencatatan dalam lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya.

2. Mengadakan *reduksi data*, dimana memilah hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan dengan jalan melakukan *abstraksi*. *Abstraksi* merupakan usaha membuat rangkuman dengan tetap menjaga yang inti, proses, dan pernyataan yang ada.
3. Menyusun data hasil reduksi kedalam satuan-satuan
4. Memeriksa keabsahan data, melakukan penafsiran data dalam mengolah hasil sementara menjadi teori *substantif*.

Pada proses analisis data yang keempat, yaitu memeriksa keabsahan data. Peneliti menggunakan metode triangulasi. Moleong (2005:330) mengungkapkan triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Sedangkan menurut Sugiono (2008:125) triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Adapun teknik triangulasi yang digunakan adalah :

1. Triangulasi Sumber

Menurut Sugiono (2008:127) menyatakan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Sedangkan menurut Patton dalam bukunya Moleong (2008:330), triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal

tersebut dapat dicapai yaitu salah satunya dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data wawancara atau dengan isi dokumen yang berkaitan.

## 2. Triangulasi Metode

Triangulasi dengan metode menurut Patton dalam bukunya Moleong (2005:331), terdapat dua strategi yaitu :

- 1) Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data. Dimana peneliti akan mengecek data atau informasi yang diperoleh melalui metode wawancara kemudian data tersebut dicek ulang melalui observasi atau dokumentasi, dan begitu sebaliknya.
- 2) Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Dimana peneliti mengecek data atau informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan informan, kemudian data yang diperoleh akan dicek ulang dengan wawancara kepada informan yang berbeda.

Dari penjelasan teknik diatas, penelitian ini akan lebih diarahkan pada pemahan mendalam tentang topik yang dibahas yaitu implementasi serta peranan *barcode* pada sistem informasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia wilayah surabaya.