

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode kualitatif yang bertujuan memaparkan gejala atau fenomena yang ada dengan jalan memaparkan data yang secara kata-kata bukan dengan angka-angka. Menurut Moleong (2000:3) mengemukakan definisi penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga data yang dikumpulkan adalah data yang berupa kata/kalimat, maupun gambar (bukan angka-angka). Data-data itu bisa berupa naskah wawancara, catatan lapangan, memo, ataupun dokumen resmi lainnya. Sugiyono (2006:10) mengemukakan metode ini digunakan untuk meneliti objek pada kondisi yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci dengan teknik pengumpulan dilakukan secara triangulasi, analisis data yang bersifat induktif dan hasil penelitian yang lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mendeskripsikan fakta-fakta, sistem-sistem dan fenomena-fenomena sosial dari pelaksanaan promosi kartu TelkomFlexi pada PT Mastel Mandiri sebagai upaya untuk meningkatkan volume penjualan. Oleh

karena itu peneliti akan menguraikan fenomena-fenomena yang ada sekaligus akan menganalisis fakta-fakta maupun data-data yang didapat.

B. Fokus Penelitian

Untuk dapat menyelesaikan masalah yang diajukan dalam penelitian ini secara tepat, maka diperlukan upaya-upaya pembatasan dan pemfokusan terhadap data-data yang ada di lapangan sehingga pembahasan yang dilakukan nantinya dapat menghindari sikap bias peneliti, dalam analisis data. Secara sederhana fokus penelitian adalah hal-hal atau fenomena yang menjadi pusat perhatian dari seorang peneliti. Menurut Moleong (2000:94) penetapan fokus sebagai masalah yang penting dalam penelitian artinya dalam usaha menentukan batas penelitian dapat menemukan lokasi penelitian dan menyaring informasi yang masuk dengan masalah yang dirumuskan dan menjadi acuan dalam penentuan fokus penelitian.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah pelaksanaan promosi kartu TelkomFlexi PT Telkom pada PT Mastel Mandiri. Untuk mengetahui hal tersebut digunakan indikator yaitu pelaksanaan strategi promosi PT Mastel Mandiri yang tepat dalam bersaing. PT Mastel Mandiri harus mengadakan suatu perencanaan promosi kartu TelkomFlexi yang akan dilakukan perusahaan. Karena melalui perencanaan strategi promosi perusahaan dapat menyampaikan

produk yang ditawarkannya sehingga menimbulkan kesadaran konsumen untuk dapat membeli serta menggunakan produk tersebut.

C. Lokasi Penelitian

Penetapan dalam lokasi penelitian ditentukan dengan sengaja (*purposive*). Dalam penentuan lokasi penelitian menurut Moleong (2000:7) menyatakan bahwa cara yang terbaik yang ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dalam menjajaki lapangan untuk mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada di lapangan. Sementara itu, keterbatasan geografis dan praktis seperti waktu, biaya dan tenaga menjadi pertimbangan dalam lokasi penelitian. Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama sekali dalam menangkap fenomena/peristiwa sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT Mastel Mandiri Jalan Pangeran Antasari No.32 Bandar Lampung. Alasan memilih lokasi penelitian ini karena PT Mastel Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi, yaitu dibawah naungan PT Telkom. Dimana pada saat ini begitu maraknya persaingan harga atau tarif dalam bidang telekomunikasi yang membuat peneliti ingin meneliti bagaimana PT Mastel Mandiri melakukan promosi dalam menghadapi persaingan sehingga dapat meningkatkan volume penjualannya.

D. Sumber Data.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui pengamatan sendiri maupun melalui daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti (Moleong 2000:157). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara secara mendalam melalui tahap muka antara peneliti dan informan dimana cara yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangannya antara lain adalah mengetahui tentang informasi yang diharapkan oleh peneliti dan memudahkan peneliti memasuki situasi sosial yang diteliti.

Langkah awal untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini adalah dengan menentukan terlebih dahulu informan penelitian. Selain menentukan informan penelitian, teknik pemilihan informan adalah dengan teknik *purposive sampling* (disengaja). Teknik *purposive* bersifat tidak acak, subjek dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri dari pimpinan perusahaan, kepala bagian pemenej pemasaran, bagian *sales* promosi, dan bagian pusat pelayanan *dealer* pada PT Mastel Mandiri. Adapun alasan peneliti mengambil informan-informan tersebut adalah karena untuk memperoleh data, peneliti bertanya dengan informan kunci dan ditentukan dari informan satu

keinforman lain tentang bagaimana pelaksanaan promosi pada perusahaan, serta hubungan mereka dengan konsumen sampai mencukupi kebutuhan penelitian.

Kemudian dari hasil wawancara dikembangkan untuk mendapat selanjutnya dari informan pangkal tentang pelaksanaan promosi yang baik di perusahaan sehingga memperoleh peningkatan dalam volume penjualan dan pelaksanaan promosi PT Mastel Mandiri lebih diketahui oleh pimpinan perusahaan kepala bagian masing-masing dan itu sudah terwakili untuk menjawab kebutuhan peneliti.

Tabel 4. Biodata Informan Pegawai PT Mastel Mandiri Bandar Lampung

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Jabatan
1.	Danu Iskandar, M.M	Pria	45 Thn	Pimpinan PT Mastel Mandiri Bandar Lampung
2.	Iwan Tri, S.E	Pria	35 Thn	Kepala Bagian Pemenej Pemasaran PT Mastel Mandiri Bandar Lampung
3.	Agus Prasetya	Pria	28 Thn	Bagian sales promosi PT Mastel Mandiri Bandar Lampung
4.	Octy Meyderti, S.Sos	Wanita	24 Thn	Bagian Pusat Pelayanan Dealer PT Mastel Mandiri Bandar Lampung

Sumber: Data diolah tahun 2008

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Moleong 2000:60).

Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan tahunan PT Mastel Mandiri tahun 2008, data informasi PT Mastel Mandiri tahun 2008, yang telah diolah lebih

lanjut dan disajikan yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara sebagai penunjang seperti internet, buku-buku, media perantara lainnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sebagai salah satu bagian penelitian merupakan unsur yang sangat penting yang digunakan untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data tentang pelaksanaan promosi kartu TelkomFlexi untuk meningkatkan volume penjualan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara.

1. Observasi (Pengamatan)

Secara singkat observasi dapat diartikan sebagai proses pengamatan dan pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda) atas kejadian yang sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti Indriantoro dan Supomo (1999:57), dan unsur-unsur yang tampak itulah yang disebut data atau informasi yang harus diamati dan dicatat secara langsung keadaan dilapangan sehingga diperoleh data atau fakta yang berhubungan dengan masalah yang dikaji. Kegiatan observasi dalam penelitian ini peneliti ditujukan untuk mengamati proses-proses pelaksanaan aktivitas promosi yang dilakukan oleh PT Mastel Mandiri dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan.

Adapun hasil observasi yang peneliti dapatkan adalah pengamatan terhadap pelaksanaan strategi promosi PT Mastel Mandiri yang tepat dalam bersaing serta observasi hasil peningkatan volume penjualan terhadap produk atau jasa yang diberikan PT Mastel Mandiri.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam (*indepht interview*), yaitu melakukan wawancara langsung dengan informan mengenai pokok bahasan penelitian. Wawancara mendalam ini dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara, sedangkan instrumen untuk wawancara adalah kamera, catatan kecil, dan *tape recorder* dengan tujuan mendapatkan keterangan secara mendalam dari permasalahan yang dikemukakan. Wawancara mendalam ini dilakukan melalui berbincang-bincang secara langsung atau berhadapan muka dengan yang diwawancarai.

Penelitian ini juga berusaha untuk mengembangkan pertanyaan yang diperlukan. Dengan menggunakan metode wawancara mendalam diharapkan akan diperoleh data mengenai keadaan sosial yang nyata dan mendapat gambaran lebih jelas guna mempermudah dalam analisa dan selanjutnya. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara pada pegawai PT Mastel Mandiri. Hasil dari wawancara ini dari informan pegawai PT Mastel Mandiri adalah menjawab fokus penelitian yang diolah menjadi triangulasi data mengenai pelaksanaan promosi kartu telkomflexi PT Tlkom yang dilakukan oleh pihak PT. Mastel Mandiri

F. Teknik Analisis Data

Berdasarkan pada jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif maka dari data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif yaitu dengan cara melukiskan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata atau kalimat sehingga dengan demikian penulis menguraikan secara mendalam hasil penelitian tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya yang terjadi di lapangan.

Setelah data terkumpul maka harus dilakukan analisis terhadap data yang ada. Untuk melukiskan analisis maka digunakan apa yang disebut teknik analisis data. Teknik analisis data merupakan cara atau langkah-langkah yang dilakukan untuk mengolah data baik data primer maupun data sekunder, sehingga data-data yang terkumpul diketahui manfaatnya, terutama dalam memecahkan permasalahan penelitian. Dengan demikian, maka perhatian utama dari analisis data ini adalah dari kata, kalimat maupun perilaku dari objek penelitian.

Menurut Miles dan Huberman (1992:17), analisis data pada kualitatif meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Reduction*)

Reduksi data yang merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstrakan dan transformasi dari data kasar yang terdapat dari data-data yang tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara yang sedemikian rupa sehingga kesimpulan

finalnya dapat ditarik dan diverifikasi. Cara yang dipakai dalam reduksi data bisa melalui seleksi yang ketat melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan suatu pola yang lebih luas.

2. Penyajian Data (*Display*)

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid.

3. Penarikan Kesimpulan (*Verifikasi*)

Yaitu melakukan verifikasi secara menyeluruh sepanjang proses penelitian berlangsung yaitu sejak awal memasuki lokasi penelitian dan selama proses pengumpulan data. Peneliti berusaha untuk menganalisis makna-makna yang muncul dari data yang harus selalu di uji kebenaran dan kesesuaiannya. Mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi, dan alur sebab akibat dan proposisi, kesimpulan dan diversifikasi sehingga akan diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya.

G. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan standar validitas yang diperoleh. Setiap penelitian memerlukan kriteria untuk melihat derajat kepercayaan atau kebenaran atas hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif, standar tersebut dinamakan keabsahan data. Menurut Moleong (2000:173) kriteria dalam teknik keabsahan data dapat dilihat sebagai berikut:

1. Derajat kepercayaan (*Credibility*)

Kriteria ini berfungsi yang pertama sebagai inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai. Serta mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

Untuk mendapatkan derajat kepercayaan ini, peneliti melakukan triangulasi, yaitu memeriksa kebenaran data yang diperoleh dengan pengecekan dari berbagai sumber, dan berbagai waktu. Untuk memeriksa kebenaran data, peneliti melakukan pengecekan dalam berbagai sumber yaitu dengan mewawancarai lebih dari satu informan. Selain triangulasi dengan berbagai informan dan waktu yang berbeda, triangulasi dilakukan pada teknik pengumpulan data yaitu (observasi, wawancara,).

2. Keteralihan (*Transferability*)

Keteralihan sebagai pedoman empiris bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti hendaknya mencari dan mengumpulkan kejadian empiris tentang kesamaan konteks. Dengan demikian seorang peneliti bertanggung jawab menyediakan data deskriptif secukupnya jika ia ingin membuat keputusan pengalihan tersebut.

3. Ketergantungan dan kepastian (*Dependability* dan *Comformability*)

Ketergantungan menurut istilah konvensional disebut dengan realibilitas. Merupakan syarat bagi validitas, hanya dengan alat reliabi akan dapat diperoleh data yang valid. Alat utama dalam penelitian kualitatif itu peneliti sendiri. Dengan kata lain bergantung pada keandalan peneliti. Keandalan itu dapat dioptimalkan bila peneliti memadukan kriteria ketergantungan dan ketidakpastian. Dalam hal ini adalah audit atau trail, yakni memeriksa dan melacak suatu kebenaran. Dalam penelitian ini audit dan trail dilakukan oleh auditor yang independen yaitu pembimbing peneliti selama proses penelitian, mulai dari penentuan masalah sampai kepada pembuatan kesimpulan.