

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian sangat penting untuk melakukan sebuah penelitian, menurut Sugiyono (2018:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah agar dapat memperoleh data yang dituju dan kepentingan tertentu. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:15) hasil yang didominasi angka, mengolah, mengandung banyak angka dari pengumpulan, menguji hipotesis yang dibuat peneliti, serta mengilustrasikannya berdasarkan filsafat positif.

Penelitian deskriptif dilakukan oleh peneliti guna menggambarkan fakta dalam penelitian. Menurut (Punaji:2010) yaitu penelitian memiliki tujuan untuk mendefinisikan sebuah keadaan, kejadian, sasaran apakah manusia, atau semua hal yang bersangkutan dengan variabel-variabel yang dapat diartikan baik dengan angka maupun perkataan.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif akan digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan sejauh mana kemampuan *sales person* menurut penilaian perusahaan dan tamu individu yang telah bekerja sama.

B. Objek Penelitian

Dalam sebuah penelitian, terdapat objek yang akan dibahas dan juga subjek permasalahan yang akan diteliti. Objek penelitian yaitu kumpulan elemen berbentuk manusia, kelompok, dan barang yang akan diteliti atau inti

permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh data dengan lebih tersusun (Supranto: 2000). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi objek penelitian adalah seorang *sales person* dalam melakukan *personal selling*.

Menurut Arikunto (2007;152) subjek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian dan dapat berupa benda, hal atau orang. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan di Wina Ekspres *Tour & Travel*

Berikut merupakan informasi umum mengenai Wina Ekspres *Tour & Travel* Bandung

1. Informasi umum Wina Ekspres *Tour & Travel*

PT. Wisata Amboina *Tour & Travel* atau lebih dikenal dengan Wina Ekspres *Tour & Travel* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pariwisata memberikan fasilitas seperti transportasi, hotel, restoran guna memberikan kenyamanan dalam melaksanakan perjalanan wisata. Status dari perusahaan ini yaitu PT (Persero Terbatas) didirikan oleh Ibu Yuke Meliani sejak tahun 2002, Wina Ekspres *Tour & Travel* memiliki 1 kantor pusat yang berlokasi di Jalan Permata Bitu blok R No. 47, Cileunyi, Bandung Timur.

Wina Ekspres tidak hanya menjual paket wisata domestik dan *Outbound* saja namun terhitung sejak tahun 2015 Wina Ekspres telah mengembangkan paket wisata untuk Umrah dan Haji. Wina Ekspres juga di setiap bulannya memiliki promosi *tour* 3 negara berbeda dengan harga yang murah yaitu dengan melakukan promosi *flash sale buy 5 get 1 free*.

2. Profil perusahaan :

Logo perusahaan :



Visi : 1. Terwujudnya layanan yang prima dalam jasa
tours & travel

2. Terwujudnya menyediakan paket wisata hemat,
dengan fasilitas prima

Misi : 1. Menjadi perusahaan penyedia layanan
transportasi dengan kualitas layanan prima

2. Menyediakan paket wisata hemat, fasilitas
prima

Alamat : Komplek Permata Biru Blok X No. 83 Cibiru, Jawa
Barat, Indonesia

No. Telepon : (022) 63726314

Website : www.winaekspres.com

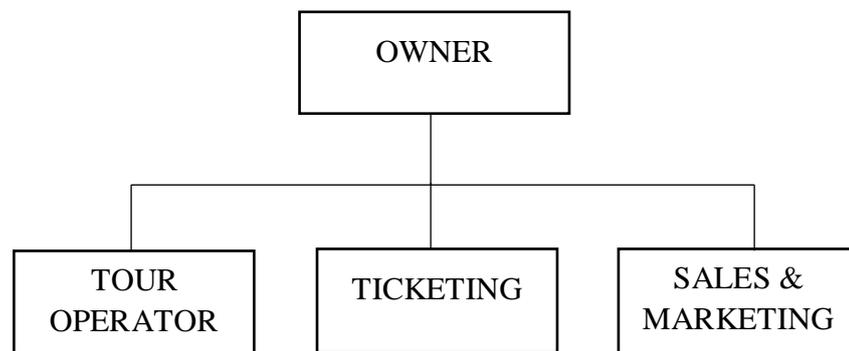
Email : keke_2410@yahoo.com

3. Struktur Organisasi :

Berikut ini merupakan gambar dari struktur organisasi Wina Ekspres *Tour & Travel* Bandung :

GAMBAR 2

STRUKTUR ORGANISASI WINA EKSPRES TOUR & TRAVEL BANDUNG



4. Ruang Lingkup

Unit bisnis utama yang dimiliki Wina Ekspres *Tour & Travel* Bandung adalah paket *outbound tour*, unit bisnis lainnya adalah *domestic tour*, umrah dan haji, tiket pesawat, tiket kereta, *voucher* hotel dan *event organizer*.

C. Populasi & Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Morrisson (2012;19) yaitu suatu perkumpulan subjek, variabel, rancangan atau fenomena dan juga dapat meneliti semua bagian anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang dituju.

Populasi dalam penelitian ini satu orang *sales person* yang melakukan *personal selling* pada tahun 2019, dengan rincian sebagai berikut :

TABEL 2
DATA PENJUALAN PAKET WISATA SINGAPURA DAN
MALAYSIA TAHUN 2018 – 2019

No	Paket Wisata	Jumlah perusahaan dan tamu individu	
		2018	2019
1	Singapura	7	4
2	Malaysia	6	3
		Total	20

2. Sampel

Sampel menurut sugiyono (2011:81) yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut sehingga untuk mengambil sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasari dengan pertimbangan-pertimbangan yang tersedia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling jenuh yaitu kurang dari 30 orang, kerap dilakukan jika jumlah populasi kecil, dan metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel (Supriyanto dan Machfud:2010).

Berdasarkan jumlah populasi yang telah diketahui dari 2 penjualan paket wisata pada tahun 2018 dan 2019 terdapat 20 responden dengan rincian yaitu 13 perusahaan dan 7 tamu grup.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap terpenting dalam melakukan sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2009:224) adalah bagian terpenting dalam penelitian dikarenakan tujuan dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data.

Peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data dalam melakukan penelitian yaitu:

a. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden sesuai dengan permintaan pengguna (Sugiyono, 2005:162). Penyebaran kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang efisien dan fleksibel dalam mengumpulkan data bila peneliti mengetahui apa yang di harapkan dari responden dan mengetahui variabel yang akan di ukur.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Terdapat dua jenis kuesioner yang akan disebarkan kepada responden dalam penelitian ini, diantaranya yaitu kuesioner pertama terhadap perusahaan dan yang kedua terhadap tamu grup yang berisikan poin-poin penilaian kemampuan *sales person* terdapat 6 poin dan 21 pertanyaan.

b. Studi Dokumentasi

Menurut Umi Nariwati, dkk (2010;39) merupakan penggabungan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dokumen yang dimiliki perusahaan. Peneliti menggunakan studi dokumentasi untuk mengetahui jumlah paket wisata yang sudah terjual selama 3 tahun terakhir yang akan dijadikan sebagai data awal dalam melakukan penelitian ini.

c. Wawancara

Wawancara menurut Subagyo (2011;39) adalah sebuah aktivitas yang dilaksanakan agar memperoleh informasi langsung dengan cara menyampaikan pertanyaan kepada responden. Peneliti melakukan wawancara sebagai alat penunjang dan pelengkap dalam penelitian ini yaitu dengan mewawancarai *owner* Wina Ekspres *Tour & Travel* dimana merangkap jabatannya dengan *sales & marketing* pada bulan januari 2020. Pertanyaan yang diajukan ialah untuk menggali lebih dalam mengenai stategi promosi yang digunakan dan menggali lebih dalam mengenai proses melakukan *personal selling* dilihat dari sisi manajerial.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan angket berisi beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis berkenaan dengan data yang mengandung kebenaran atau pendapat yang berkenaan dengan pribadi responden, yang dianggap benar terjadi atau kenyataan yang responden ketahui dan perlu dijawab. (Suroyo, 2009:168).

Kuesioner yang peneliti berikan kepada 20 responden baik itu perusahaan maupun tamu grup berisikan mengenai proses *personal selling* yang dilakukan oleh *sales person* Wina Ekspres *Tour & Travel*.

b. Dokumen

Dokumen menurut Sugiyono (2005:82) merupakan catatan kejadian lampau, dapat berbentuk tulisan, gambar, karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini dokumen yang dipergunakan yaitu dokumen mengenai daftar penjualan paket wisata di Wina Ekspres *Tour & Travel* dari tahun 2017 sampai 2019.

c. Pedoman Wawancara

Penulis menggunakan pedoman wawancara sebagai panduan untuk melaksanakan wawancara, menurut Cahyono (1996:41) pedoman wawancara merupakan pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Pedoman wawancara akan peneliti gunakan untuk mewawancarai *owner* Wina Ekspres *Tour & Travel* mengenai bagaimana promosi yang digunakan di Wina Ekspres *Tour & Travel* agar pertanyaan yang diberikan lebih sistematis dan terorganisasi dengan baik.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:63) variable penelitian merupakan sesuatu yang berupa apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga akan mendapatkan informasi mengenai hal tersebut yang nantinya dapat ditarik sebuah kesimpulan. Dalam hal ini penulis menggunakan teori Kotler dan Keller (2016) yaitu mencari tahu mengenai 6 proses *personal selling* yang dimasukan

kedalam *Matriks operasional variable* sebagai dimensi. Variabel- variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Prospek dan Kualifikasi

Variabel prospek dan kualifikasi difokuskan kepada *sales person* saat melakukan kegiatan *personal selling*. Indikator penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari aspek melakukan pengidentifikasian dan mengkualifikasi calon pelanggan.

2. Pra-pendekatan

Variabel pra-pendekatan dalam penelitian ini ditujukan saat *sales person* melakukan penjualan. Indikator penilaian yang digunakan adalah dari aspek menentukan pendekatan terbaik sebelum menemui calon pelanggan.

3. Presentasi dan Demonstrasi

Variabel presentasi dan demonstrasi ditujukan untuk *sales person*, indikator penilaian yang dilakukan adalah membuat presentasi yang dibutuhkan, menggunakan kata-kata singkat, padat dan jelas dan menggunakan bahasa yang menarik.

4. Menangani penolakan

Variabel menangani penolakan difokuskan kepada *sales person*. Dalam penelitian ini menggunakan poin menurut Buchari Alma (2004:120) cara mengatasi penolakan yang diajukan dan sikap seorang *sales person* saat menanggapi.

5. Menutup transaksi penjualan

Variabel menutup transaksi penjualan dalam penelitian ini akan dibahas sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan. Indikator penilaian yang digunakan dalam penelitian adalah dari aspek pengambilan keputusan calon pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan sehingga terjadi transaksi.

6. Menindak lanjuti

Variabel menindak lanjuti merupakan poin terakhir dalam tahap *personal selling*. Difokuskan kepada *sales person* saat melakukan penjualan. Indikator penilaian yang digunakan adalah dari aspek memastikan kepuasan calon pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dan menjalin komunikasi.

Penilaian dari ke enam poin diatas akan dilakukan oleh perusahaan dan tamu grup yang telah menggunakan jasa Wina Ekspres *Tour & Travel*.

TABEL 3

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

KONSEP	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN	NO KUESIONER
Kotler (2016) menyebutkan terdapat enam langkah utama di dalam melakukan penjualan yang efektif yaitu Prospecting and qualifying, pre Approach,	Proses Personal Selling	Prospecting and Qualifying	Mengetahui informasi mengenai perusahaan	Kuesioner dan pedoman wawancara	Q1,Q2,Q3
			Berkomunikasi sesuai dengan yang diinginkan perusahaan		
			Aktif menawarkan produk		
		Pre- Approach	Bersikap ramah dan sopan	Kuesioner	Q4,Q5,Q6,Q7
Memahami apa yang dibutuhkan					

Presentation and Demonstration, Handling Objection, Closing and Follow-Up		Menguasai pengetahuan mengenai produk		
		Mengatur pertemuan yang tepat		
	Presentation and Demonstration	Presentasi sesuai dengan kebutuhan	Kuesioner	Q8,Q9,Q10,Q11
		Mengajukan pertanyaan selama presentasi		
		Menggunakan print out / brosur		
		Menggunakan kata-kata singkat, pada, jelas dan menarik		
	Handling Objection	Mendengarkan terlebih dahulu keberatan yang diajukan	Kuesioner	Q12,Q13,Q14,Q15
		Tidak memotong pembicaraan		
		Menjawab keberatan yang diajukan dengan jelas		
		Memberikan informasi tambahan		
	Closing	Menjelaskan secara rinci keunggulan produk	Kuesioner	Q16,Q17,Q18,Q19
		Melakukan peninjauan poin-poin persetujuan		
		Meminta persetujuan untuk melakukan transaksi		
		Bersikap sopan sampai mengakhiri transaksi		
	Follow-Up	Menghubungi secara berkala untuk mengetahui kepuasan	Kuesioner	Q20,Q21
		Menjaga hubungan baik		

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:207) merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada tujuan untuk menyimpulkan yang berlaku secara umum.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk mempermudah dalam mengukur variabel yang dinilai. Menurut Sugiyono (2013:132) skala *likert* dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial.

TABEL 4
BOBOT NILAI SKALA LIKERT

Bobot Nilai	Keterangan
5	Sangat Baik
4	Baik
3	Cukup
2	Kurang
1	Sangat Kurang

Pada penelitian ini, setiap jawaban tersebut akan diukur dalam garis kontinum, adapun rumus untuk perhitungan garis kontinum adalah :

Nilai maksimum : nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah sampel

Nilai minimum : nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah sampel

$$\text{Rentang Skala} \quad : \quad \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Kelas interval}}$$

2. Alat Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif yang dilakukan, yang penulis gunakan dalam mengolah data yaitu menggunakan teknik manual dengan *Microsoft Excel* dan secara komputerisasi dengan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

3. Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010) uji validitas dilakukan untuk dapat mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki ketepatan dalam melakukan pengukuran. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Korelasi *Pearson* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{(\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2})(n \sum y - (\sum y)^2)}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

x = jumlah item

y = jumlah total

n = banyaknya subjek

TABEL 5**HASIL UJI VALIDITAS**

No. Instrumen	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,625	0,444	Valid
2	0,552	0,444	Valid
3	0,519	0,444	Valid
4	0,693	0,444	Valid
5	0,755	0,444	Valid
6	0,809	0,444	Valid
7	0,754	0,444	Valid
8	0,715	0,444	Valid
9	0,822	0,444	Valid
10	0,725	0,444	Valid
11	0,735	0,444	Valid
12	0,623	0,444	Valid
13	0,721	0,444	Valid
14	0,681	0,444	Valid
15	0,782	0,444	Valid
16	0,857	0,444	Valid
17	0,777	0,444	Valid
18	0,665	0,444	Valid
19	0,615	0,444	Valid
20	0,625	0,444	Valid
21	0,519	0,444	Valid

Sumber : Hasil olahan peneliti 2020

Peneliti memberikan questioner kepada 20 responden awal dimana menurut Sugiyono (2008:373) nilai R tabel hitung validitas untuk 20 orang responden dengan nilai taraf signifikan 5% adalah 0,444.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas di atas maka seluruh pertanyaan kuesioner dapat dikatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Menurut Arikunto (2010:221) realibilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen dapat dipercaya untuk dipergunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus *Alpha Cronbach* seperti berikut :

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_i = realibilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- $\Sigma \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
- σ_t^2 = varians total

Adapun hasil dari uji realibilitas penelitian ini sebagai berikut :

TABEL 6

HASIL UJI REALIBILITAS

Cronbach's Alpha	N of items
0,757	21

Sumber : hasil olahan peneliti 2020

Menurut Arikunto (1998) suatu *instrument* dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien *Alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Dari hasil uji realibilitas di atas dapat diketahui bahwa hasil uji realibilitas yang didapat adalah reliable dengan nilai alpha sebesar 0,757.

G. Jadwal Penelitian

Berikut merupakan jadwal penelitian dalam menyusun Proyek Akhir yang meliputi detail waktu dan kegiatan yang dilakukan.

TABEL 7
JADWAL PENELITIAN

NO.	KEGIATAN	TAHUN						
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGU
1	Pengajuan TOR Usulan Penelitian							
2	Penyusunan Usulan Penelitian							
3	Seminar Usulan Penelitian							
4	Penelitian/ Observasi Lapangan							
5	Penyusunan Proyek Akhir							
6	Sidang Proyek Akhir							

Sumber: Penulis (2020)

