

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah perusahaan keluarga yang bernama *Mega Promotion* Semarang. Perusahaan ini telah berdiri lebih dari 20 tahun, letaknya di Jalan Tlogobiru 1 No. 3, Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pemilik Mega Promotion, istri pemilik, dua orang calon suksesor dan 12 orang karyawan Mega Promotion yaitu total adalah sejumlah 16 orang. Sedangkan sebagai sampel yang diambil adalah 6 orang sampel yaitu pendiri / *owner*, istri pendiri / *owner*, calon suksesor pertama, calon suksesor kedua, supervisor 1, dan supervisor 2. Peneliti akan melakukan wawancara dengan ke 6 responden sehingga akan mendapatkan data yang akan melengkapi penelitian ini.

Tabel 3.1
Sampel Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Iwan Kurniawan	Pendiri/Pemilik Mega Promotion
2	Niniek Yulyani	Pendiri/Istri Pemilik Mega Promotion
3	Yonatan Kurniawan	Calon suksesor 1
4	Kevin Kurniawan	Calon suksesor 2
5	Darujin	Supervisor 1
6	Warto	Supervisor 2

Pengambilan Darujin dan Warto sebagai sampel penelitian adalah karena Darujin dan Warto adalah karyawan dengan masa kerja terlama di perusahaan yaitu selama 15 tahun. Selain itu Darujin memiliki peran penting yaitu bertugas pada bagian Gudang, sedangkan Warto memiliki peran kunci lain yaitu sebagai supervisor bagian produksi yang melakukan pengecekan (*quality control*).

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data primer dengan melakukan wawancara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh sumber data pertama dari individu atau seseorang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini akan menggunakan metode wawancara untuk memperoleh data dalam penelitian ini. Yang dimaksud dengan wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya – jawab secara langsung dengan responden (Sugiyono, 2013). Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Iwan Kurniawan (pendiri / *owner*), Niniek Yulyani (pendiri / *owner* dan juga istri dari Iwan), Yonatan Kurniawan (calon suksesor pertama), Kevin Kurniawan (calon suksesor kedua), Darujin (supervisor 1), dan Wardo (supervisor 2).

Metode selanjutnya yang digunakan oleh penulis adalah observasi secara langsung untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan mengamati dan mendokumentasikannya dalam bentuk yang sistematis (Sugiyono, 2013). Tujuan dari melakukan observasi adalah untuk mengetahui tingkat kesiapan suksesor dalam memegang perusahaan, melihat kedekatan calon suksesor dengan para karyawan.

Tabel 3.2
Matriks Pengumpulan Data

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden					
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2
Menentukan Nilai Dasar	Kriteria untuk calon suksesor	Keinginan pemilik Mega Promotion mengenai pendidikan minimal yang dimiliki oleh calon suksesor	X	X	X	X		
		Calon suksesor Mega Promotion dapat memisahkan antara masalah pribadi dengan pekerjaan di Mega Promotion.	X	X	X	X	X	X
		Calon suksesor Mega Promotion mampu dengan cepat beradaptasi dengan karyawan maupun pelanggan Mega Promotion.	X	X	X	X	X	X
	Ruang lingkup calon suksesor	Dukungan dari lingkungan keluarga calon suksesor Mega Promotion	X	X	X	X	X	X
		Dukungan dari lingkungan kerja calon suksesor Mega Promotion	X	X	X	X	X	X
	Indikator aturan dalam memilih	Primogeniture system	X	X	X	X		
	Mengidentifikasi calon suksesor yang berpotensi	Calon suksesor Mega Promotion mau untuk bertanggung jawab atas apa yang dilakukan jika terjadi kesalahan dalam perusahaan	X	X	X	X	X	X
		Calon suksesor Mega Promotion dapat berperilaku jujur dalam menjalankan perusahaan	X	X	X	X	X	X

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden					
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2
	Pedoman tata kelola	Kepemilikan Mega Promotion akan di atasnamakan satu orang calon suksesor	X	X	X	X		
		Jumlah anggota keluarga selain pemilik dan calon suksesor yang ikut berpartisipasi dalam membangun Mega Promotion atau memiliki saham atas Mega Promotion	X	X	X	X		
	Rencana kepemimpinan dan transisi	Kedekatan calon suksesor dengan para karyawan Mega Promotion di perusahaan keluarga	X	X	X	X	X	X
		Kemampuan calon suksesor Mega Promotion untuk mengatasi masalah pelanggan dan pesanan pelanggan	X	X	X	X	X	X
	Rencana jangka waktu	Waktu yang dibutuhkan untuk kesiapan calon suksesor dalam mengambil alih kepemimpinan pada Mega Promotion	X	X	X	X	X	X
	Pengembangan Calon Suksesor	Identifikasi kesenjangan antara kebutuhan dan kemampuan calon suksesor	Identifikasi kemampuan suksesor Mega Promotion	X	X	X	X	
Identifikasi kebutuhan Mega Promotion			X	X			X	X
Pendidikan formal		Pendidikan terakhir yang sudah atau saat ini masih ditempuh calon suksesor Mega Promotion	X	X	X	X		
		Mempunyai kemampuan (keterampilan) khusus yang dapat	X	X	X	X		

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden					
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2
		digunakan untuk menjalankan perusahaan						
	Program pelatihan	Calon suksesor dilatih untuk memulai bekerja paruh waktu di Mega Promotion	X	X	X	X	X	X
		Calon suksesor dilatih untuk memulai bekerja full time di Mega Promotion	X	X	X	X	X	X
	Transfer pengetahuan	Adanya transfer pengetahuan dari pemilik Mega Promotion kepada calon suksesor	X	X	X	X	X	X
		Adanya transfer pengetahuan dari karyawan Mega Promotion kepada calon suksesor	X	X	X	X	X	X
	Keterlibatan awal dalam Mega promotion	pertama kali calon suksesor memulai bekerja pada Mega Promotion	X	X	X	X	X	X
	Pengalaman kerja diluar perusahaan keluarga	Calon suksesor pernah bekerja di perusahaan lain selain Mega Promotion dan pengalaman yang didapatkannya	X	X	X	X		
	Interaksi dengan incumbent dalam keberhasilan atau persiapan	Hubungan dilingkungan kerja perusahaan terjalin dengan baik	X	X	X	X		
		Incumbent bersedia membantu calon suksesor menangani masalah yang berhubungan dengan perusahaan	X	X	X	X		
Proses Seleksi	Rencana proses seleksi	Adanya kriteria seleksi akhir untuk pemilihan calon suksesor Mega	X	X				

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden					
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2
		Promotion						
		Orang-orang yang berperan sebagai penilai dari calon suksesor Mega Promotion	X	X			X	X
	Kesesuaian antara calon suksesor (bakat dan minat) dengan perusahaan	Penilaian dari pemilik mengenai bakat dan minat calon suksesor dalam meneruskan Mega Promotion	X	X			X	X
	Seleksi calon suksesor oleh pemilik	Keputusan pemilik akan pemilihan suksesor Mega Promotion	X	X				
Proses Transisi	fase incumbent	Pemilik perusahaan sebelumnya sudah melepas jabatannya dan kedudukan pemimpin perusahaan akan diberikan kepada suksesor	X	X	X	X		
		Pemilik perusahaan yang sebelumnya telah mempercayai suksesor untuk mengambil alih pimpinan perusahaan	X	X	X	X		
	membantu calon suksesor memahami tentang intern manajemen perusahaan	Pemilik Mega Promotion mengajari suksesor mengenai sistem manajemen yang digunakan Mega Promotion	X	X	X	X		
		Pemilik Mega Promotion mengajari suksesor mengenai bagaimana cara menyusun administrasi perusahaan	X	X	X	X		
	kriteria kinerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan keluarga untuk generasi	Suksesor selalu siap mengatasi masalah yang terjadi di perusahaan dalam situasi apapun	X	X	X	X		

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden					
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2
	berikutnya	Suksesor dapat menentukan strategi untuk bersaing dengan perusahaan pesaing	X	X	X	X		
	Transfer Modal	pembagian saham yang ada di dalam Mega Promotion mengenai siapa yang menjadi pemegang saham terbesar atau pengendali dan cara pembagian saham.	X	X	X	X		

Keterangan : Responden yang diberi tanda (X) yang menjawab pertanyaan pada wawancara



3.5 Alat Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan alat analisis data yaitu analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah metode pengumpulan data yang berupa gambaran besar dan juga deskripsi dari data yang telah diperoleh (Sugiyono, 2013). Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah untuk mengetahui proses suksesi perusahaan Mega Promotion dari generasi pertama ke generasi yang kedua. Langkah – langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan diatas adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan rekapitulasi hasil wawancara ke dalam tabel hasil wawancara
- b. Reduksi data untuk menyaring agar jawaban yang relevan yang akan digunakan untuk pembuatan kesimpulan.

Tabel 3.3
Reduksi Data

Variabel	R1	R2	R3	R4	R5	R6

- c. Membuat kesimpulan jawaban tentang proses suksesi, kesiapan calon suksesor untuk meneruskan posisi pemilik

Tabel 3.4
Kesimpulan Jawaban

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden						Kesimpulan
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2	
Menentukan Nilai Dasar	Kriteria untuk calon suksesor	Keinginan pemilik Mega Promotion mengenai pendidikan minimal yang dimiliki oleh calon suksesor	X	X	X	X			
		Calon suksesor Mega Promotion dapat memisahkan antara masalah pribadi dengan pekerjaan di Mega Promotion.	X	X	X	X	X	X	
		Calon suksesor Mega Promotion mampu dengan cepat beradaptasi dengan karyawan maupun pelanggan Mega Promotion.	X	X	X	X	X	X	
	Ruang lingkup calon suksesor	Dukungan dari lingkungan keluarga calon suksesor Mega Promotion	X	X	X	X	X	X	
		Dukungan dari lingkungan kerja calon suksesor Mega Promotion	X	X	X	X	X	X	
	Indikator aturan dalam memilih	Primogeniture system	X	X	X	X			
	Mengidentifikasi calon suksesor yang berpotensi	Calon suksesor Mega Promotion mau untuk bertanggung jawab atas apa yang dilakukan jika terjadi kesalahan dalam perusahaan	X	X	X	X	X	X	
		Calon suksesor Mega Promotion dapat berperilaku jujur dalam menjalankan perusahaan	X	X	X	X	X	X	

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden						Kesimpulan
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2	
	Pedoman tata kelola	Kepemilikan Mega Promotion akan di atasnamakan satu orang calon suksesor	X	X	X	X			
		Jumlah anggota keluarga selain pemilik dan calon suksesor yang ikut berpartisipasi dalam membangun Mega Promotion atau memiliki saham atas Mega Promotion	X	X	X	X			
	Rencana kepemimpinan dan transisi	Kedekatan calon suksesor dengan para karyawan Mega Promotion di perusahaan keluarga	X	X	X	X	X	X	
		Kemampuan calon suksesor Mega Promotion untuk mengatasi masalah pelanggan dan pesanan pelanggan	X	X	X	X	X	X	
	Rencana jangka waktu	Waktu yang dibutuhkan untuk kesiapan calon suksesor dalam mengambil alih kepemimpinan pada Mega Promotion	X	X	X	X	X	X	
Kesimpulan menentukan nilai dasar									
Pengembangan Calon Suksesor	Identifikasi kesenjangan antara kebutuhan dan kemampuan calon suksesor	Identifikasi kemampuan suksesor Mega Promotion	X	X	X	X			
		Identifikasi kebutuhan Mega Promotion	X	X			X	X	
	Pendidikan formal	Pendidikan terakhir yang sudah atau saat ini masih ditempuh calon suksesor Mega Promotion	X	X	X	X			
		Mempunyai kemampuan	X	X	X	X			

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden						Kesimpulan
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2	
		(keterampilan) khusus yang dapat digunakan untuk menjalankan perusahaan							
	Program pelatihan	Calon suksesor dilatih untuk memulai bekerja paruh waktu di Mega Promotion	X	X	X	X	X	X	
		Calon suksesor dilatih untuk memulai bekerja full time di Mega Promotion	X	X	X	X	X	X	
	Transfer pengetahuan	Adanya transfer pengetahuan dari pemilik Mega Promotion kepada calon suksesor	X	X	X	X	X	X	
		Adanya transfer pengetahuan dari karyawan Mega Promotion kepada calon suksesor	X	X	X	X	X	X	
	Keterlibatan awal dalam Mega promotion	pertama kali calon suksesor memulai bekerja pada Mega Promotion	X	X	X	X	X	X	
	Pengalaman kerja diluar perusahaan keluarga	Calon suksesor pernah bekerja di perusahaan lain selain Mega Promotion dan pengalaman yang didapatkannya	X	X	X	X			
	Interaksi dengan incumbent dalam keberhasilan atau persiapan	Hubungan dilingkungan kerja perusahaan terjalin dengan baik	X	X	X	X			
		Incumbent bersedia membantu calon suksesor menangani masalah yang berhubungan dengan perusahaan	X	X	X	X			
Kesimpulan Pengembangan Calon Suksesor									

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden						Kesimpulan
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2	
Proses Seleksi	Rencana proses seleksi	Adanya kriteria seleksi akhir untuk pemilihan calon suksesor Mega Promotion	X	X					
		Orang-orang yang berperan sebagai penilai dari calon suksesor Mega Promotion	X	X			X	X	
	Kesesuaian antara calon suksesor (bakat dan minat) dengan perusahaan	Penilaian dari pemilik mengenai bakat dan minat calon suksesor dalam meneruskan Mega Promotion	X	X			X	X	
	Seleksi calon suksesor oleh pemilik	Keputusan pemilik akan pemilihan suksesor Mega Promotion	X	X					
Kesimpulan proses seleksi									
Proses Transisi	fase incumbent	Pemilik perusahaan sebelumnya sudah melepas jabatannya dan kedudukan pemimpin perusahaan akan diberikan kepada suksesor	X	X	X	X			
		Pemilik perusahaan yang sebelumnya telah mempercayai suksesor untuk mengambil alih pimpinan perusahaan	X	X	X	X			
	membantu calon suksesor memahami tentang intern manajemen perusahaan	Pemilik Mega Promotion mengajari suksesor mengenai sistem manajemen yang digunakan Mega Promotion	X	X	X	X			
		Pemilik Mega Promotion mengajari suksesor mengenai bagaimana cara menyusun administrasi perusahaan	X	X	X	X			

Dimensi	Indikator	Instrumen	Jawaban Responden						Kesimpulan
			Direktur	Istri	Calon Suksesor 1	Calon Suksesor 2	Supervisor 1	Supervisor 2	
	kriteria kinerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan keluarga untuk generasi berikutnya	Suksesor selalu siap mengatasi masalah yang terjadi di perusahaan dalam situasi apapun	X	X	X	X			
		Suksesor dapat menentukan strategi untuk bersaing dengan perusahaan pesaing	X	X	X	X			
	Transfer Modal	pembagian saham yang ada di dalam Mega Promotion mengenai siapa yang menjadi pemegang saham terbesar atau pengendali dan cara pembagian saham.	X	X	X	X			
Kesimpulan proses transisi									

Keterangan : Responden yang diberi tanda (X) yang menjawab pertanyaan pada wawancara

