

BAB III

OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

3.1.1. Gambaran Umum PT Midi Utama Indonesia Tbk

PT Midi Utama Indonesia Tbk didirikan pada bulan juli 2007. Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perseroan antara lain bergerak dalam bidang perdagangan umum termasuk perdagangan toserba/swalayan dan minimarket. Perusahaan berkedudukan di Gedung Alfa Tower, Lantai 12, Kav. 7-9, Jl Jalur Sutera Barat, Alam Sutera, Tangerang , Banten 15143.



Sumber : PT Midi Utama Indonesia Tbk, 2023

Gambar 3.1
Alfatower

3.1.2. Sejarah PT Midi Utama Indonesia Tbk

Pada awal pendiriannya, PT Midi Utama Indonesia Tbk bernama PT Midimart Utama. Gerai pertamanya menyandang nama Alfamidi terletak di Jalan Garuda, Jakarta Pusat. Konsep Alfamidi diciptakan untuk menyesuaikan perubahan belanja konsumen dari belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko yang terdekat. Alfamidi dikembangkan dengan konsep supermarket mini yang menempati luas area penjualan antara 200 hingga 400 meter persegi. Keunikan gerai Alfamidi dibandingkan gerai sejenis lainnya adalah Alfamidi menyediakan produk fresh food, daging olahan dan makanan beku yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pada tahun 2009, Perseroan melakukan pengembangan jenis gerai bernama Alfaexpress. Alfaexpress diperkenalkan sebagai konsep gerai yang menyediakan makanan dan minuman siap saji. Pada tahun 2011, untuk menyempurnakan konsep gerai *Alfaexpress*, Perseroan menandatangani perjanjian *Master Lisence Agreement* (MLA) dengan Lawson Inc., Jepang yang memberikan hak eksklusif bagi Perseroan untuk menggunakan dan bertindak sebagai *sub-franchisor* atas trademark dan *knowhow* Lawson di wilayah Indonesia selama 25 tahun dan dapat diperpanjang berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Gerai Lawson sebagai gerai yang menyediakan makanan dan minuman siap saji (gerai *convenience*) menjual berbagai macam makanan khas Jepang dan makanan lainnya seperti onigiri, bento, nasi goreng, pasta serta produk minuman seperti kopi, es krim dan lain-lain. Sejalan dengan langkah strategi pemasaran supaya tidak tumpang tindih antara format gerai yang ada, sejak bulan Maret 2015, gerai *Alfaexpress* sudah tidak ada lagi.

Dinamika bisnis ritel di Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan pertumbuhan segmen *middle market*. Oleh karena itu, Perseroan berupaya menyempurnakan konsep gerai Alfamidi dengan membentuk Alfamarket pada tahun 2015, sebagai jawaban atas peluang pasar yang masih terbuka luas serta upaya memaksimalkan perolehan laba usaha Perseroan. Alfamarket. Di desain dengan konsep supermarket dengan luas area penjualan lebih dari 500 meter persegi. Alfamarket hadir dengan gerai yang lebih luas untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan dengan menyediakan assortment yang lengkap didukung dengan strategi marketing yang kompetitif. Pada tahun 2016, untuk memperkuat brand image dan brand awareness merek Alfamidi, Perseroan melakukan rebranding merek Alfamarket menjadi Alfamidi super.

Perseroan mengemban visi untuk menjadi jaringan ritel yang menyatu dengan masyarakat, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Karenanya Perseroan berupaya memenuhi kebutuhan dengan memperhatikan kenyamanan pelanggan, gerai Perseroan menyediakan barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau, tempat belanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau.

Perseroan juga berupaya berpartisipasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Program-program yang dilakukan merupakan bagian yang tidak terpisahkan misi Perseroan untuk membantu masyarakat sekitar. Selain itu juga merangkul masyarakat dan

institusi melalui skema waralaba yang dapat melahirkan wirausaha- wirausaha baru dan membuka lapangan pekerjaan.

Perseroan telah menerima penghargaan dari berbagai institusi yang terpercaya diantaranya: *Master Service Award for category of minimarket* dari Makassar Research dan Makassar Terkini (2011- 2012), *Customer Loyalty Award as Leader of Net Promoter in the minimarket category* dari Majalah Swa (2012, 2013, 2015, 2016, dan 2017), *Customer Loyalty Award as Good Net Promoter in the convenience store category* dari Majalah Swa (2012, 2013, 2015, dan 2017), *The Best in Experiential Marketing Award* dan *The Best in Social Marketing Award* dari Majalah Marketing (2013), *Social Media Award* dari *Frontier Consulting Group* dan Majalah Marketing (2014-2015).

Saat ini PT Midi Utama Indonesia Tbk merupakan salah satu jaringan ritel yang mudah dijangkau masyarakat luas. Pada akhir 2017 jumlah gerai Perseroan mencapai 1.444 gerai yang terdiri dari 1.396 gerai Alfamidi, 11 gerai Alfamidi super dan 37 gerai Lawson yang tersebar di beberapa pulau Indonesia meliputi pulau Jawa, Kalimantan, Sumatera dan Sulawesi. Jaringan gerai tersebut terdiri dari gerai milik sendiri dan dalam bentuk kerjasama waralaba dengan pihak ketiga. Didukung lebih dari 19.000 karyawan, Perseroan melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia.

3.1.3. Visi dan Misi PT Midi Utama Indonesia Tbk

- Visi

Menjadi jaringan ritel yang menyatu dengan masyarakat, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

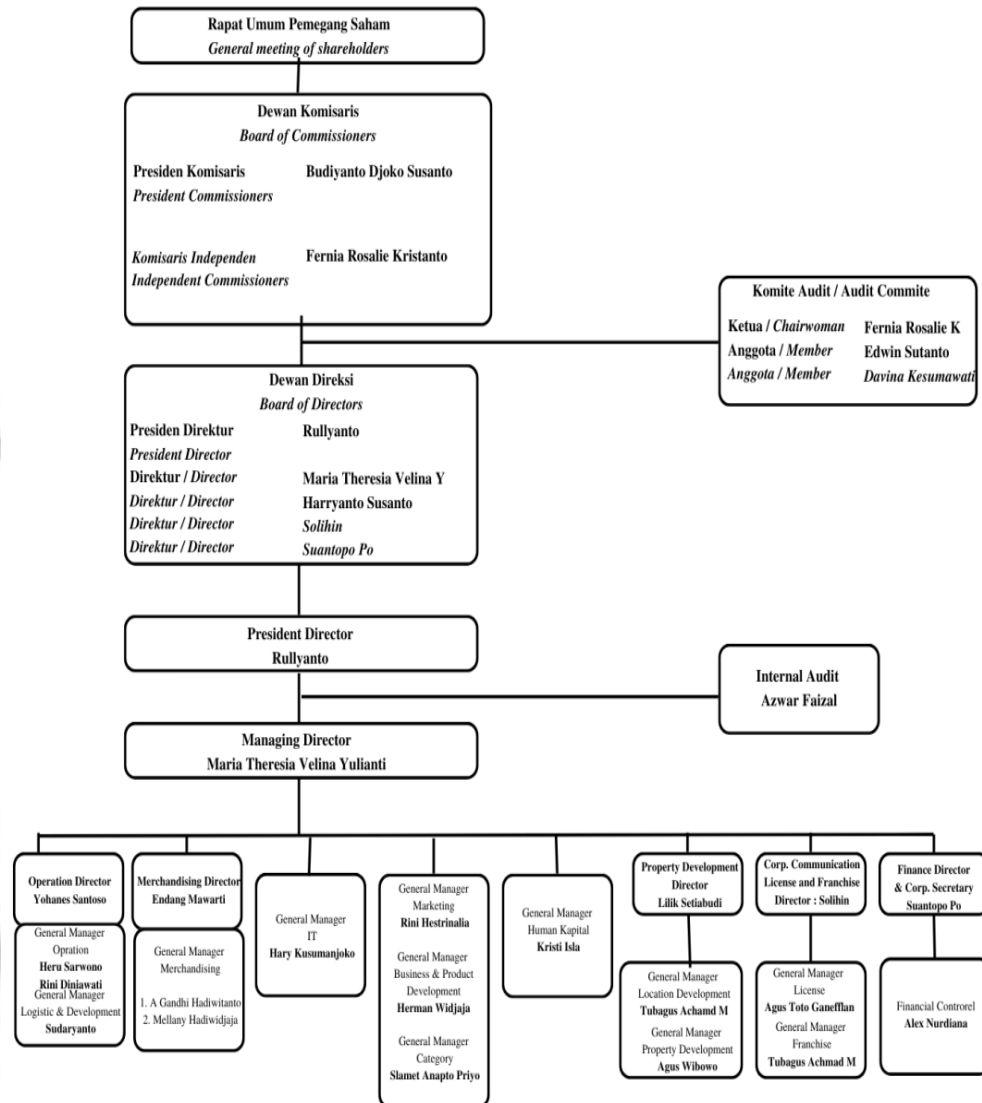
- Misi

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas.
2. Menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tertinggi
3. Menumbuhkembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

- Nilai

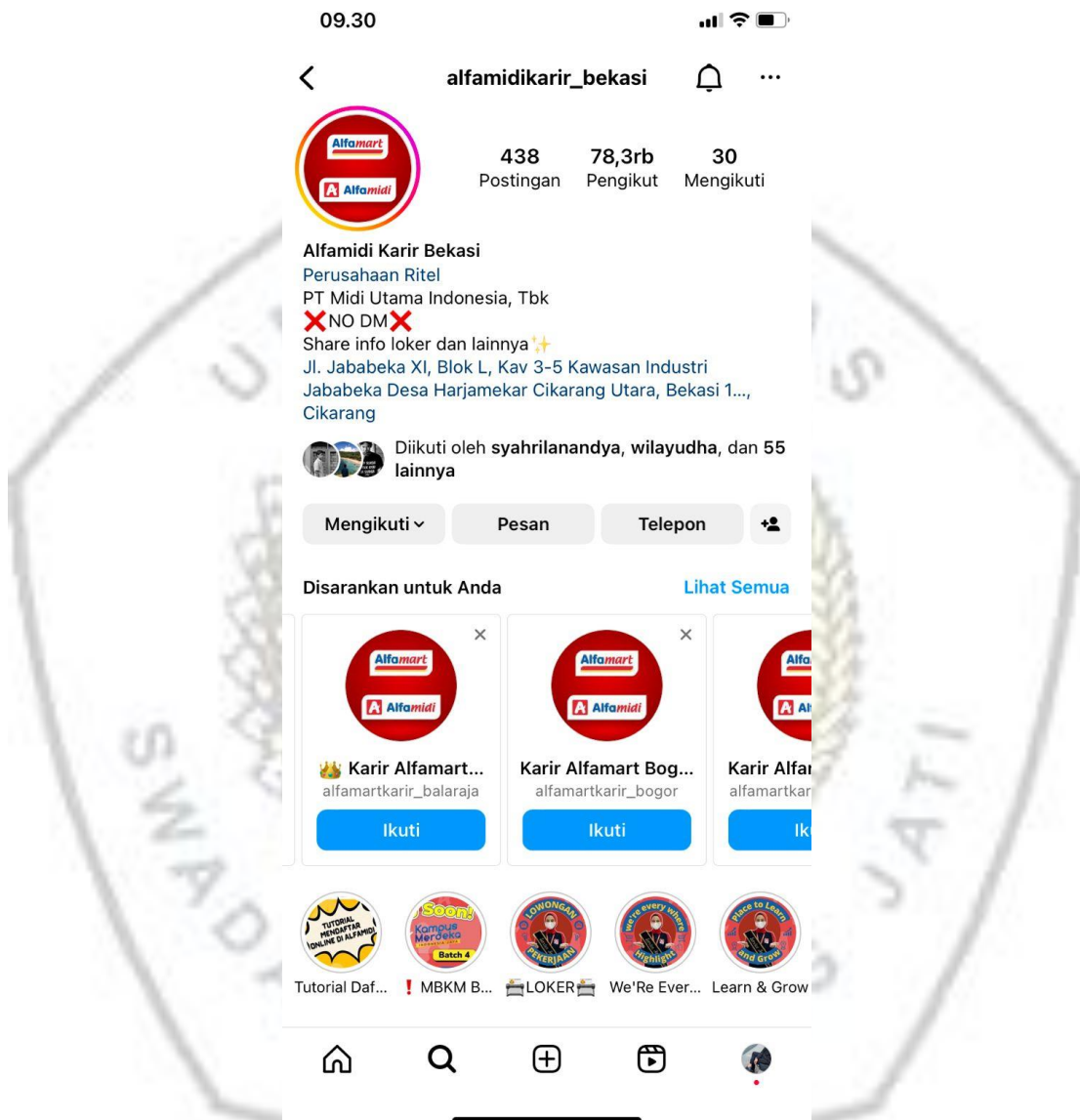
1. Integritas yang tinggi
2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik
3. Kualitas dan Produktivitas yang tertinggi
4. Kerja sama tim
5. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik

3.1.4. Struktur Organisasi



Gambar 2.2
Struktur Organisasi

3.1.5. Akun Instagram @alfamidikarir_bekasi



Sumber : Instagram @alfamidikarir_bekasi

Gambar 3.3
Akun Instagram @alfamidikarir_bekasi

3.1.6. Uraian Jabatan dan Struktur Organisasi

3.1.6.1. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan organ yang bertugas mengawasi Direksi dalam menetapkan kebijakan pengurusan Perseroan dan mengelola Perseroan. Dewan Komisaris diangkat oleh RUPS, bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif kepada RUPS.

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab

Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan dalam Anggaran Dasar Perseroan, tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris mencakup :

1. Melakukan pengawasan atas jalannya pengurusan Perseroan oleh Direksi dan memberikan persetujuan serta pengesahan atas rencana kerja dan anggaran tahunan Perseroan.
2. Mengadakan rapat atau pertemuan secara berkala untuk membahas pengelolaan operasional Perseroan.
3. Mengawasi pengelolaan Perseroan atas kebijakan yang telah ditetapkan oleh Direksi dan memberikan masukan jika diperlukan.
4. Menominasikan dan menunjuk calon anggota Dewan Komisaris dan Direksi untuk diajukan dan disetujui dalam RUPST.
5. Menentukan jumlah remunerasi bagi anggota Direksi.
6. Menunjuk dan menetapkan anggota Komite Audit.

3.1.6.2. Komposisi Dewan Komisaris

Komposisi Dewan Komisaris Perseroan pada tanggal 31 Desember 2014 terdiri dari 6 (enam) orang yaitu 1 (satu) Presiden Komisaris, 2 (dua) Komisaris dan 3 (tiga) Komisaris Independent. Komposisi Komisaris Independent Perseroan tersebut telah memenuhi persyaratan yang berlaku dan praktek Tata Kelola Perusahaan yang baik.

Komisaris Independen Perseroan memenuhi ketentuan independensi sebagai berikut :

1. Berasal dari luar Perseroan
2. Tidak mempunyai saham baik langsung maupun tidak langsung pada Perseroan
3. Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan, Komisaris, Direksi atau pemegang saham utama Perseroan
4. Tidak memiliki hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kegiatan usaha Perseroan.

3.1.6.3. Dewan Direksi

Direksi adalah organ perusahaan yang bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan dan tujuan Perusahaan sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar. Anggota Direksi diangkat oleh pemegang saham melalui RUPS.

Tugas dan Tanggung Jawab

Direksi bertanggung jawab mengelola kegiatan Perseroan sehari-hari dalam mewujudkan visi dan misi Perseroan, sesuai dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang ditetapkan oleh Dewan Komisaris dan Anggaran Dasar Perseroan berdasarkan wewenang yang diberikan oleh RUPS.

Direksi mempunyai tugas secara kolektif antara lain:

1. Menyusun visi, misi, nilai-nilai atau budaya perusahaan, dan menyusun rencana strategis dan anggaran tahunan Perseroan untuk mencapai visi dan misi Perseroan.
2. Menetapkan struktur organisasi yang efektif dengan rincian tugas dan tanggung jawab yang jelas
3. Merekrut dan mengelola sumber daya manusia dengan sebaik-baiknya
4. Membentuk sistem pengendalian internal dan manajemen risiko Perseroan yang efektif
5. Mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki oleh Perseroan dengan efektif dan efisien
6. Memperhatikan kepentingan dari seluruh pemangku kepentingan Perseroan.

3.1.6.4. Komposisi Dewan Direksi

Sebagaimana diputuskan dalam RUPS Tahunan 2014 yang diselenggarakan tanggal 21 Mei 2014, komposisi Dewan Direksi pada tanggal 31 Desember 2014 terdiri dari 5 (lima) orang yaitu 1 (satu) Presiden Direktur dan 4 (empat) Direktur dimana salah satunya merupakan Direktur Independen.

Pembidangan Tugas Direksi

Dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas secara jelas, telah dilakukan pembagian tugas di antara anggota Direksi. Pembagian tugas didasarkan pada keahlian dan pengalaman masing-masing Direksi dengan tujuan mendukung proses pengambilan keputusan secara tepat dan cepat. Masing-masing Direksi dapat mengambil keputusan sesuai bidang dan tanggung jawab masing-masing, namun pelaksanaan tugas Direksi merupakan tanggung jawab bersama.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Metode pendekatan yang digunakan adalah **metode kualitatif**. Metode penelitian kualitatif menurut Dezim & Licoln (Moleong, 2007 :15) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif, metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen.

Studi deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif yaitu berupa lisan atau kata tertulis dari seseorang subjek yang telah diamati dan memiliki karakteristik bahwa data yang diberikan merupakan data asli yang tidak diubah serta menggunakan cara yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

3.2.2. Desain Penelitian

Menurut Mukhtar (2013: 10) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka, melainkan data hasil dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo peneliti, dan dokumen resmi lain yang mendukung. Tujuan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif adalah agar peneliti dapat mendeskripsikan atau menggambarkan realita empiris dibalik strategi meningkatkan engagement pada akun instagram @alfamidikarir_bekasi.

3.3. Informan dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Pada penelitian kualitatif pemilihan informan tidak selalu menjadi wakil dari seluruh objek penelitian, tetapi yang terpenting informan memiliki pengetahuan yang cukup serta mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang objek penelitian. Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive* (*purposive sampling*) dalam teknik ini peneliti memilih sampel sesuai kebutuhan. Menentukan informan kunci yaitu orang yang paling banyak mengetahui tentang masalah yang diteliti, dan informan pendukung yaitu orang di luar informan kunci yang dapat memberikan informasi pelengkap atau tambahan yang diperlukan peneliti dalam penelitian ini berkaitan dengan strategi meningkatkan engagement pada akun instagram @alfamidikarir_bekasi.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dengan tempat penelitian diantaranya:

1. Informan Kunci
 - a. Koordinator Admin *Social Media Specialist* PT Midi Utama Indonesia Tbk Branch Bekasi diartikan sebagai ketua atau pemimpin dalam suatu divisi *Recruitment and Selection*. Memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mengarahkan, atau mengkoordinasikan kebijakan dan program *social media* Alfamidikarir. Dan mempunyai *job disk* Mengidentifikasi, mengembangkan, atau mengevaluasi strategi pada peningkatan engagement.
2. Informan Pendukung
 - a. Mahasiswa sebaagi pengikut istagram @alfamidikarir_bekasi

- b. Karyawan swasta selaku pengikut instagram @alfamidikarir_bekasi

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dari sumber-sumber tertulis yaitu buku-buku arsip, monografi, surat kabar, internet dan sumber-sumber tertulis lainnya.
2. Studi Lapangan, yaitu dilakukan dengan cara menggunakan beberapa teknik, diantaranya :
 - a. Observasi atau pengamatan, adalah teknik pengumpulan data yang mengamati secara kualitatif berbagai kegiatan dan peristiwa yang diamati secara langsung menggunakan subjek penelitian. Teknik ini biasanya diartikan sebagai pengamatan dari sistem fenomena yang diselidiki dimana observasi dalam penelitian dilakukan dengan observasi langsung yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian, pelaksanaannya langsung dimana suatu peristiwa terjadi, adapun sistem yang dipilih dan disepakati pada observasi langsung adalah dimana kedudukan penelitian hanya sebagai pengamat bukan anggota sepenuhnya dari objek yang sedang diteliti.
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan Tanya jawab dengan informan wawancara yang dilakukan dalam Penelitian kualitatif adalah

wawancara terpimpin atau terstruktur yang dilakukan dengan cara mendalam (*interview*). Kedalaman wawancara ini sangat penting dalam penelitian kualitatif karena akan diperoleh data atau informan yang benar-benar lengkap, sehingga peneliti melakukan analisis dengan tajam dan mendalam.

c. Dokumentasi, pengumpulan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan implementasi data. Data ini berupa pengumpulan data, foto, video, dan rekaman.

3.4. Operasionalisasi Konsep Penelitian

Operasionalisasi konsep penelitian ini, penulis deskripsikan dengan tabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Strategi Engagement (Barger, Petler, & Schultz, 2016)	Reaksi terhadap konten (<i>reacting to content</i>)	a. Membuat Konten b. Membuat Teks Caption c. Isi Konten
	Berkomentar terhadap konten (<i>commenting on content</i>)	a. Jenis Konten b. Respon Komen
	Berbagi konten ke pengguna lainnya (<i>sharing content with others</i>)	a. Tools b. Media Patner

	Posting konten sebagai respons (posting user generated)	a. Memperhatikan Waktu b. Memperhatikan Tagar
--	---	--

3.5. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik triangulasi, menurut *Moleong* teknik triangulasi adalah teknik keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu. (2017:330). Melalui teknik pengujian keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan berbagai data yang diperoleh dengan cara *check*, *recheck*, dan *cross check* terhadap data itu. Triangulasi dapat dilakukan dengan lima cara :

1. Bandingkan data observasi dengan data wawancara.
2. Bandingkan apa yang dilakukan orang di depan umum dengan apa yang mereka katakana secara pribadi.
3. Bandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang mereka katakana dari waktu ke waktu.
4. Bandingkan keadaan dan respon seseorang dengan berbagai pendapat dari latar belakang setiap orang, seperti orang berpendidikan menengah atau tinggi, kelompok orang yang berbeda, pejabat pemerintahan, dll.
5. Bandingkan hasil wawancara dengan isi dan dokumentasi yang relevan.

Penelitian kualitatif, suatu data dikatakan abash akurat jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Ada kesamaan data dari hasil wawancara dengan para informan. Data dinyatakan akurat jika untuk pertanyaan yang sama diperoleh data atas jawaban yang sama dari informan. Jika jawaban para informan berbeda-beda, maka data belum akurat atau abash. Peneliti harus melakukan triangulasi dengan cara *check*, *reschek*, *cross check* sampai diperoleh data atau informasi yang sama.
- b. Ada kesamaan data antara hasil wawancara dengan hasil pengamatan. Jika data dari hasil wawancara dengan hasil pengamatan itu tidak sama, maka data itu tidak abash atau akurat. Peneliti harus melakukan triangulasi dengan cara *check*, *reschek*, *cross check* sampai diperoleh data atau informasi yang sama.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif, yaitu suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian berlangsung. Kemudian data tersebut di analisis dan diinterpretasikan serta dibantu dengan keterangan tambahan yang dapat mendukung sebuah penelitian. Jadi penelitian ini menggunakan bagaiman strategi komunikasi peningkatan engagement pada isntagram Alfamidikarir.

Miles and Huberman dalam Sugiono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. (2017:246-252). Aktivitas dalam analisis data yaitu :

1. *Date reduction* (Reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan sangat luas sehingga perlu dicatat dengan sangat detail. Seperti disebutkan sebelumnya, semakin lama seorang peneliti berada di lapangan, semakin besar dan kompleks datanya. Untuk itu diperlukan analisis data segera melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, menerima tema dan pola. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data lebih lanjut dan mencarinya bila diperlukan, reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer-mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

2. *Data Display*

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk deskriptif singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan lainnya. Dengan mendisplay data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan *display* data, selain dengan teks yang naratif, dapat juga berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

3. *Conclusion Drawing/verivication*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut *Miles and Huberman* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, Kesimpulan awal yang dikemukakan

masih bersifat sementara, dan akan berubah bisa bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi apabila kesimpulannya yang dikemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang abash dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulannya yang dikemukakan meruakan kesimpulan yang *credible*.

3.7. Rencana Jawal Penelitian

Tabel.3.2. Jadwal Penelitian

No	Jenis kegiatan	2023															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
I	TAHAP PERSIAPAN																
	1. Pengajuan Judul																
	2. Penyusunan dan Bimbingan Proposal																
	3. Seminar Proposal																
II	TAHAP PELAKSANAAN																

