

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Dalam dunia bisnis menjaga hubungan baik dengan *customer* atau *stakeholder* sangat di perlukan bahkan boleh dikatakan sangat di haruskan. *Customer relation* merupakan jembatan antara perusahaan dengan konsumennya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan hubungan organisasi serta komunikasi dengan para konsumennya.¹

Komunikasi adalah sarana yang penting untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen dan *stakeholder*. Dengan komunikasi kita dapat mengerti satu sama lainnya apalagi sesama konsumen dan *stakeholder* untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan masing-masing. Bahkan kalau komunikasi sudah lancar akan dapat lebih untuk mendekatkan diri satu sama lain serta dapat lebih jauh dalam menjalin hubungan kekeluargaan selain hubungan bisnis semata.

Industri bisnis yang menjual produk maupun jasa sangat membutuhkan komunikasi untuk menjalin hubungan baik dengan konsumennya. Dalam sebuah perusahaan jasa, hal yang diunggulkan adalah pelayanan dan kualitas jasa dari perusahaan tersebut. Seperti yang terjadi pada industri perbankan, pada contoh kasus nasabah yang meminta buku tabungannya di ganti yang baru padahal buku tabungannya belum pernah

¹ Dan Lattimore, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth. 2010. *Public Relation : Profesi & Praktik*. Jakarta : Salemba Humanika.

digunakan. Ada baiknya kita menuruti permintaannya, tetapi dengan syarat nasabah tersebut harus melakukan pembayaran atas buku tabungan yang baru tersebut. Dalam penyampaiannya, seorang *customer service* di Bank membutuhkan teknik komunikasi yang baik agar nasabah tidak merasa dirugikan jika harus mengeluarkan sejumlah biaya.

Pada kasus lain, menyediakan *coffee break* di area tunggu bank juga dapat menciptakan kenyamanan para nasabah yang sedang menunggu pelayanan. Dengan rasa nyaman, para nasabah akan merasa mendapatkan *service* yang baik dari bank. Dalam dunia bisnis, reputasi dan kredibilitas harus dibangun agar *customer* merasa nyaman hingga memberikan kepercayaannya.

Credit Union merupakan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) yang berbasis koperasi sangat menjunjung tinggi hubungan baik antara lembaga dengan anggota. Karena dalam lembaga keuangan berbasis koperasi kepemilikannya ada pada seluruh Anggota Koperasi. Sehingga menjalin hubungan baik dengan Anggota merupakan suatu keharusan.

Komunikasi menjadi pintu dalam melakukan rekrutmen anggota. Credit Union Sandya Swadaya memiliki beberapa aktivitas dalam proses rekrutmen ini antara lain adalah dengan *prospecting*, sosialisasi dan Pendidikan Dasar (Diksar). Dalam aktivitas tersebut, proses komunikasi dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat merupakan hal yang sangat krusial, karena pesan dan informasi tersebut yang secara *persuasive* akan mempengaruhi masyarakat untuk bersedia dengan sukarela

bergabung menjadi anggota. Penyampaian pesan dan informasi juga menjadi poin penting dalam proses komunikasi untuk menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan anggota.

Sejak awal proses perekrutan anggota Credit Union Sandya Swadaya bukanlah hal yang mudah sehingga dibutuhkan *treatment* khusus untuk tetap menjaga *member relation* dengan anggota untuk mencapai tujuan bersama. Seperti halnya dengan bisnis komersial yang menjual produk, menjaga kepercayaan konsumen merupakan prioritas utama untuk tetap menjaga keberlangsungan suatu bisnis, menjaga *member relation* dalam Credit Union juga bertujuan untuk menjaga keberlangsungan lembaga.

Setelah lebih dari 8 tahun berdiri, Credit Union Sandya Swadaya telah memiliki 2081 anggota yang terdaftar yang terbagi dalam 3 Unit Pelayanan. Yaitu 930 anggota diampu oleh Unit Lowanu, 589 diampu oleh Unit Wirobrajan dan 562 diampu oleh Unit USD. Masing jumlah petugas yang melayani di Unit Pelayanan terdiri dari 1 Supervisor, 1 Teller dan 1 Marketing. Sehingga bukan hal yang mudah bagi para petugas dalam menjaga komunikasi dengan anggota dalam masing-masing Unitnya.

Namun demikian bukan hal yang tidak mungkin jika hubungan antara petugas dengan anggota yang sudah terjalin dengan baik dapat tetap terjaga. Dari 2081 anggota, hanya 1200 anggota yang aktif dan 881 anggota yang tidak aktif. Maka Credit Union Sandya Swadaya memiliki masalah dengan 881 anggota yang tidak aktif tersebut.² Dalam refleksinya, Credit Union

² Laporan RAT TB 2017 Credit Union Sandya Swadaya

Sandya Swadaya melihat bahwa ada permasalahan dalam menjalin hubungan dengan anggota, sehingga 881 anggota menjadi tidak aktif dalam keterlibatannya di Credit Union Sandya Swadaya.

Menjaga *member relation* atau hubungan dengan anggota bukanlah hal yang mudah dalam Credit Union Sandya Swadaya, karena Anggota merupakan pemilik dari lembaga ini, sehingga hubungan dengan Anggota harus senantiasa dijaga dengan baik. Peran komunikasi dalam menjaga *member relation* sangatlah penting agar seluruh anggota yang merupakan pemilik dapat terlibat secara aktif untuk mencapai hasil yang terbaik dan dapat memajukan lembaga.

Dalam kajian komunikasi, salah satu bentuk komunikasi yaitu komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi erat kaitannya dengan konsep *member relation* dapat dilihat dari ketika adanya komplain yang kemudian dari pihak perusahaan jasa melakukan komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi menggambarkan adanya hubungan interaksi antara pribadi satu dengan pribadi lainnya dengan berbagai tujuan dan latar belakang.³ Komunikasi interpersonal dalam perusahaan jasa diimplementasikan dalam hal pemecahan masalah, penawaran, negosiasi dan juga simpati dan pemberian perhatian melalui komunikasi.

³ Silvia Hanani. 2017. *Komunikasi Atarpribadi : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media (ipusnas/ebook)

Pemberian simpati dan perhatian perusahaan pun dapat dilihat dari bentuk komunikasi interpersonal yaitu sapaan kepada anggota yang dengan menyebutkan nama, menyapa dengan sapaan Bapak/Ibu, Saudara/i dengan intonasi yang terdengar lembut, sopan dan ramah. Kecepatan dan ketepatan informasi yang diberikan sebuah perusahaan pun menjadi perhatian yang penting bagi pelanggan, sehingga unsur komunikasi interpersonal ini juga mendukung atau mempunyai pengaruh yang kuat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menerima pelayanan dari sebuah perusahaan.

Dalam tugasnya, petugas bertugas untuk menyampaikan informasi kepada anggota terkait segala sesuatu yang terjadi dalam lembaga termasuk jika terdapat perubahan kebijakan dan informasi lainnya. Disisi lain petugas juga harus dapat menjaga hubungan secara kekeluargaan dengan anggota untuk tetap menjaga *member relation*. Visitasi anggota merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan untuk menjaga *member relation* Credit Union Sandya Swadaya dengan Anggota.

Sejauh ini upaya-upaya yang dilakukan dalam menjalin *member relation* belum berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari banyaknya anggota yang tidak aktif. Melihat permasalahan yang terjadi, penulis mencoba untuk melakukan penelitian terkait hubungan Credit Union Sandya Swadaya dengan anggota dalam teori komunikasi dan penulis membatasi penelitian dalam pola komunikasi interpersonal dalam konteks *member relation* yang terjadi Credit Union Sandya Swadaya di Unit Pelayanan Lowanu, Yogyakarta.

Credit Union Sandya Swadaya dipilih sebagai tempat penelitian karena Credit Union merupakan lembaga keuangan berbasis koperasi sehingga banyak penelitian yang dilakukan dalam bidang ekonomi, namun sangat jarang ditemui penelitian dalam bidang komunikasi. Hal tersebut menjadi sangat menarik mengingat dalam perkembangan saat ini, persaingan usaha lembaga keuangan berbasis koperasi mulai berkembang pesat. Dan salah satu cara untuk mensiasati persaingann tersebut adalah dengan memberikan pelayanan prima kepada anggota. Dalam memberikan pelayanan prima tentu saja harus diikuti dengan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik dari petugas agar terjalin hubungan yang baik dengan anggota koperasi.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berangkat dari latar belakang yang penulis uraikan diatas, dalam tulisan ini penulis ingin mendalami pola komunikasi yang terjadi antara petugas dengan anggota di Credit Union Sandya Swadaya.

Adapun rumusan masalah yaitu bagaimana penyampianan informasi yang terjadi dalam Pola Komunikasi Interpersonal yang terjadi dalam “*Member Relation*” Credit Union Sandya Swadaya?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal yang terjadi antara

Credit Union Sandya Swadaya dalam hal ini antara petugas dengan anggota dalam menyampaikan informasi guna menjaga hubungan baik dengan anggota. Petugas yang dimaksud adalah Supervisor dan Marketing yang bertugas untuk menjaga dan melayani secara langsung anggota Credit Union Sandya Swadaya.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan atas fokus penelitian dan tujuan penelitian yang dipaparkan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan teori atau keilmuan tentang komunikasi interpersonal. Khususnya komunikasi interpersonal dalam pelayanan dan pengelolaan hubungan baik dengan pelanggan/konsumen.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi pemikiran pada masyarakat sekitar dan khususnya pada mahasiswa. Peneliti juga berharap bahwa dari hasil penelitian ini dapat memberikan keuntungan bagi Credit Union Sandya Swadaya yang terkait dengan fokus penelitian, yaitu tentang pola komunikasi interpersonal dalam menjaga hubungan baik dengan anggota.

1.5. KERANGKA TEORI

1.5.1. Pola Komunikasi

Pola diartikan sebagai bentuk struktur yang tetap. Sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan. Pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai model. Model sendiri adalah representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak dengan menonjolkan unsur – unsur terpenting fenomena tersebut.⁴

Komunikasi juga dapat diartikan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami; hubungan; kontak. Dengan demikian pola komunikasi adalah pola hubungan anantara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami.⁵

Pola dibangun agar dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengkategorisasikan komponen – komponen yang relevan dari suatu proses. Menurut B Audrey fisher, “ pola adalah analogi yang mengabstrasikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model.

⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014) hlm. 131

⁵ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*, (Jakarta: RINEKACIPTA, 2004), hlm. 1

Pola adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori.⁶

Komunikasi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam berkomunikasi, juga dapat merepresentasikan bentuk – bentuk pola atau juga bisa disebut dengan model. Pola komunikasi dibuat dan digunakan untuk membantu dalam memberikan gambaran tentang sebuah interaksi komunikasi, selain itu juga untuk menspesifikan model – model komunikasi yang ada dalam hubungan manusia. Selain itu model atau pola juga dapat membantu dalam memberikan gambaran fungsi komunikasi dari segi alur kerja, membuat hipotesis riset dan juga untuk memenuhi perkiraan – perkiraan praktis dalam strategi komunikasi.

1.5.2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita.

Komunikasi interpersonal lebih melihat pada proses kedekatan atau keintiman terjadinya komunikasi, dengan tujuan pesan yang

⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014) hlm. 132

disampaikan efeknya dapat langsung diterima. Dimulai dengan pendekatan psikologis, membangun kedekatan dan keakraban.⁷

Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, ataupun lewat teknologi tercanggihpun. Dalam komunikasi interpersonal, hubungan interpersonal memegang peranan yang sangat penting karena hubungan interpersonal yang baik merupakan penanda bagi komunikasi yang efektif.

Komunikasi interpersonal dapat diberi tanda atau ditandai karenanya setiap orang memisahkan bagian-bagian komunikasi ke dalam stimuli atau rangsangan dan respon terhadap perspektif dasar yang dimiliki oleh masing-masing partisipan. Komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari, tidak dapat diulang, dan tidak dapat diubah. Ketika berada dalam sebuah situasi interpersonal, kita tidak dapat tidak berkomunikasi, dan kita tidak dapat mengulang secara tepat sebuah pesan secara spesifik.

Dalam teori komunikasi interpersonal, relational communication merupakan salah satu bagian dalam suatu hubungan. Inti kerja dari ini adalah asumsi bahwa fungsi komunikasi interpersonal untuk membuat, membina, mengubah hubungan dan bahwa hubungan pada gilirannya akan mempengaruhi sifat komunikasi interpersonal. Engan

⁷ Silvia Hanani. 2017. *Komunikasi Atarpribadi : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media (ipusnas/ebook)

kata lain komunikasi sebagai interaksi yang menciptakan suatu hubungan.⁸ Hubungan interpersonal merupakan hal paling penting dalam komunikasi interpersonal yang efektif.

1.5.3. Credit Union

Credit Union (CU) adalah lembaga keuangan koperasi yang dimiliki dan dikendalikan oleh anggota dan dioperasikan untuk tujuan menyejahterakan dan mengangkat perekonomian anggotanya dengan menyediakan pelayanan bidang keuangan antara lain simpanan/tabungan dengan jasa simpanan yang tinggi dan pemberian pinjaman yang mudah serta murah kepada para anggotanya.

Perbedaan sudut pandang yang tidak biasa mencerminkan struktur organisasi Credit Union, yang mencoba untuk memecahkan masalah *principal-agent* dengan memastikan bahwa pemilik dan pengguna lembaga ini adalah orang yang sama. Dalam setiap kasus, Credit Union umumnya tidak dapat menerima sumbangan dan harus mampu berkembang dalam ekonomi pasar yang kompetitif.⁹

Anggota koperasi/credit union merupakan pemilik dan sekaligus sebagai pengguna jasa koperasi. Anggota merupakan salah satu pihak yang menentukan keberhasilan sebuah koperasi/credit union, karena berapapun besarnya biaya pembinaan yang dikeluarkan oleh

⁸ Herdiyan Maulana, Gumgum Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasif*. Jakarta : Akademia Permata.

⁹ Munaldus, Yuspita, Karlana, Herlina. 2014. *Kiat Mengelola Credit Union*. Elexmedia.

pemerintah, gencarnya kampanye gerakan koperasi serta tingginya dedikasi dari Dewan Pengurus, Dewan Pengawas dan Manager tidak akan membuat sebuah koperasi berkembang tanpa adanya partisipasi aktif dari para anggotanya.

Komunikasi yang tepat dalam menyampaikan informasi terkait regulasi dan perkembangan lembaga dari pengelola koperasi kepada anggota dapat mendorong anggota untuk berpartisipasi aktif demi kemajuan sebuah koperasi/credit union.

1.6. METODE PENELITIAN

1.6.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang dilakukan untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian guna memecahkan suatu masalah. Metode penelitian merupakan cara utama yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam pembuatan karya ilmiah tentunya peneliti menggunakan metode penelitian yang disesuaikan dengan tema penelitian yang diangkat.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini diartikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang, dengan kata lain metode ini adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena 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 dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹⁰ Tujuan dari metode ini adalah pemahaman secara luas dan mendalam terhadap suatu permasalahan yang sedang dikaji atau akan di kaji.

Adapun ciri pokok yang terdapat dalam metode penelitian kualitatif, antara lain¹¹ :

a. Menggunakan lingkungan alamiah untuk sumber data.

Sumber data yang dipakai dalam penelitian kualitatif berupa lingkungan alamiah. Kajian utama dalam penelitian kualitatif adalah peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kondisi dan situasi sosial. Penelitian dilaksanakan ketika berinteraksi langsung dalam tempat kejadian.

Peneliti melakukan pengamatan, mencatat, mencari tahu, menggali sumber yang berkaitan dengan peristiwa yang sedang terjadi pada saat itu. Hasil yang didapat segera disusun saat itu juga. Apa yang sudah diamati pada umumnya tidak lepas dari konteks lingkungan dimana kejadian itu berlangsung.

b. Menggunakan pendekatan Induktif Analitik.

Metode induktif lebih dipilih karenadaripada deduktif karena lebih memungkinkan peneliti mengidentifikasi berbagai realitas di lapangan,

¹⁰ M. Djunaidi Ghony, Fauzan Almanshur. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

¹¹ *Ibid.*

membuat interaksi antara peneliti dengan narasumber lebih mudah untuk dilakukan serta memungkinkan identifikasi aspek-aspek yang saling mempengaruhi.¹²

Penelitian kualitatif diawali mulai dari lapangan yaitu fakta empiris, Peneliti terjun langsung ke TKP/lapangan, mempelajari suatu proses penemuan yang sedang terjadi secara alami dengan mencatat, menganalisis, melaporkan dan menarik kesimpulan dari proses berlangsungnya penelitian tersebut.

Peneliti mengumpulkan data sebanyak mungkin, dan dari data tersebut peneliti mencari pola-pola, hukum atau prinsip-prinsip dan akhirnya menarik kesimpulan analisisnya. Tekanan pada proses bukan hasil.

c. Kontak Personal Langsung di Lapangan

Masuk kedalam lingkungan yang menjadi obyek penelitian dan berinteraksi secara langsung dengan obyek penelitian. Dalam penelitian kualitatif memang menekankan pentingnya kedekatan dengan narasumber yang menjadi subyek penelitian dan pengkondisian agar peneliti mendapatkan pemahaman yang jelas tentang realitas.

d. Netralistik Empatik

Penelitian kualitatif sering disebut tidak obyektif dalam penelitiannya dan lebih cenderung subyektif. Penelitian kualitatif lebih menyukai

¹² M. Djunaidi Ghony, Fauzan Almanshur. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

proses (berpikir, berbuat, proses terjadinya suatu peristiwa). Bagi para peneliti kualitatif proses lebih diutamakan daripada hasilnya.

e. Fleksibilitas Rancangan

Penyelidikan yang bersifat kualitatif tidak dapat secara jelas, lengkap dan pasti ditentukan di awal sebelum dilaksanakan di lapangan. Sifat alamiah dan induktif penelitian tidak memungkinkan peneliti menentukan secara tegas variable-variabel operasional. Desain kualitatif memiliki sifat fleksibel yang akan berkembang sejalan berkembangnya penelitian di lapangan.

f. Peneliti sebagai Instrumen Kunci

Dalam penelitian yang menggunakan metode pendekatan kualitatif¹³, peneliti merupakan instrument kunci dengan teknik pengumpulan data *participant observation* (observasi berperan serta) dan *in depth interview* (wawancara mendalam) harus berinteraksi langsung dengan sumber data atau narasumber. Dan peneliti harus betul-betul mengenal narasumber.

1.6.2. Penelitian Studi Kasus

Dalam penelitian ini metode penelitian kualitatif yang memanfaatkan metode studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman akan kasus tertentu. Penelitian studi kasus dapat terdiri dari satu unit atau lebih

¹³ Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

namun merupakan satu kesatuan. Dalam studi kasus digunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain wawancara, observasi, studi dokumenter, yang semuanya difokuskan untuk mendapatkan satu kesatuan data dan kesimpulan.¹⁴

Data yang diperoleh dari berbagai cara itu hakikatnya untuk saling melengkapi. Ada kalanya data yang diperoleh dari wawancara belum lengkap, sehingga harus dicari lewat cara lain, seperti observasi, dan partisipasi.

Subyek penelitian adalah 1 Supervisor Unit Lowanu dan 2 Anggota Credit Union Sandya Swadaya. Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dan informasi dengan teknik wawancara dan observasi partisipatif yang dilakukan dalam periode tanggal 1 Mei – 31 Mei 2018 di Kantor Pusat Credit Union Sandya Swadaya dengan alamat Ruko Kirana Lowanu No. 10, Sorosutan, Umbulharjo, Yogyakarta.

1.6.3. Teknik Pengumpulan Data

1.6.3.1. Wawancara

Dexter (1970) menggambarkan wawancara adalah suatu percakapan yang memiliki sebuah tujuan. Tujuan wawancara informasi dari orang atau peristiwa, kegiatan, organisasi, perasaan,

¹⁴ M. Djunaidi Ghony, Fauzan Almanshur. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

motivasi dan lainnya.¹⁵ Penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur yang memanfaatkan *interview guide* dengan membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum ditanyakan kepada narasumber. Wawancara terstruktur merupakan model pilihan apabila pewawancara mengetahui apa yang tidak diketahuinya, dan untuk mengetahuinya maka dibuat kerangka pertanyaan yang tepat.¹⁶

Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis narasumber, yaitu narasumber primer dan sekunder. Narasumber primer adalah Supervisor dan 2 Anggota Credit Union Sandya Swadaya, dan narasumber sekunder adalah Teller Credit Union Sandya Swadaya. Supervisor menjadi narasumber primer karena fungsi supervisor di Credit Union Sandya Swadaya juga merangkap sebagai marketing dan customer service yang bertugas merekrut anggota dan memberikan informasi langsung kepada anggota.

Anggota juga merupakan narasumber primer, karena anggota merupakan pihak yang menerima informasi dan pelayanan dari petugas Credit Union Sandya Swadaya. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 2 anggota, 1 anggota yang secara rutin melakukan transaksi dengan cara datang langsung ke Kantor Pelayanan dan 1 anggota yang dilayani oleh petugas yang datang kerumah anggota, karena Credit Union Sandya Swadaya memberikan pelayanan “jemput tabungan”.

¹⁵ Ruslan Ahmadi. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media. (ipusnas/ebook)

¹⁶ M. Djunaidi Ghony, Fauzan Almanshur. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

Sedangkan teller menjadi narasumber sekunder karena teller tidak secara langsung memberikan informasi kepada anggota melainkan hanya melayani transaksi keuangan anggota saja dan melihat data anggota hanya melalui sistem komputer.

Penulis menggunakan teknik penelitian wawancara terstruktur untuk mengetahui pola komunikasi yang dilakukan oleh narasumber kepada anggota dalam memberikan informasi kepada anggota dan untuk mengetahui apakah pesan yang hendak disampaikan dapat diterima atau tidak oleh anggota.

1.6.3.2. Observasi Partisipatif

Metode observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data dalam penelitian apapun, termasuk penelitian kualitatif dan digunakan untuk memperoleh informasi atau data sebagaimana tujuan penelitian. Tujuan penelitian observasi adalah untuk mendeskripsikan latar, kegiatan-kegiatan dan partisipasi mereka dalam orang-orangnya (Patton : 1980).¹⁷

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi partisipatif. Observasi partisipatif merupakan teknik pengumpulan data yang paling komprehensif dari semua strategi penelitian (Patton : 1980).¹⁸ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode observasi partisipatif, yaitu metode pengamatan yang dimana

¹⁷ Ruslan Ahmadi. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media. (ipusnas/ebook)

¹⁸ *ibid*

peneliti memposisikan dirinya sebagai partisipan sebagaimana orang lain yang sedang diobservasi.

Dalam memposisikan diri sebagai partisipan, peneliti tetap harus menjaga jarak agar unsur objektivitas tetap terjaga. Penulis menggunakan observasi partisipatoris karena dalam tugas dan tanggung jawab penulis sebagai salah satu karyawan di Credit Union Sandya Swadaya.

Dalam struktur organisasi, jabatan penulis adalah sebagai Administrasi & Kesekretariatan, penulis terlibat secara langsung dalam penyusunan Pola Kebijakan (poljak) Credit Union Sandya Swadaya sehingga sering kali terlibat secara langsung dalam sosialisasi kepada anggota terkait poljak 2018.

Salah satu tugasnya, penulis bertanggung jawab terhadap data seluruh anggota Credit union Sandya Swadaya dan memastikan bahwa anggota mendapatkan informasi serta pelayanan yang baik dan tepat dari petugas Credit Union Sandya Swadaya.