

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu berusaha mendapat informasi lengkap mengenai pelaksanaan etika korporasi pada PT.Pratama Pionir Sentosa. Informasi yang diberikan adalah hal wawancara menyeluruh terhadap informan (internal maupun eksternal)

*Penelitian kualitatif* mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau *pengertian penelitian kualitatif* tersebut adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005).

#### 3.2 Definisi konseptual

##### 3.2.1 Etika korporasi

Pengertian Etika Bisnis adalah etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

Menurut Yosephus (2010) mengatakan bahwa Etika Bisnis secara hakiki merupakan Applied Ethics (etika terapan). Di sini, etika bisnis merupakan wilayah penerapan prinsip-prinsip moral umum pada wilayah tindak manusia di bidang ekonomi, khususnya bisnis. Jadi, secara hakiki sasaran etika bisnis adalah perilaku moral pebisnis yang berkegiatan ekonomi.

Dari sini peneliti mengambil kesimpulan bahwa, Etika Bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

### **3.2.2 Relativisme**

Relativisme kultural berdasarkan pada keyakinan dan praktek moral beragam sesuai dengan dan tergantung pada kondisi-kondisi sosial budaya tertentu. Jadi tidak ada keyakinan moral yang dapat benar secara universal.

Relativisme moral tidak tahan uji, kalau diperiksa secara kritis :

- a) Seandainya relativisme moral benar, maka tidak bisa terjadi bahwa satu kebudayaan mutu etis lebih tinggi atau rendah daripada dalam kebudayaan lain;
- b) Seandainya relativisme moral benar, maka kita hanya perlu memperhatikan kaidah-kaidah moral suatu masyarakat untuk mengukur baik tidaknya perilaku manusia dalam masyarakat itu;
- c) Seandainya relativisme moral itu benar, maka tidak mungkin terjadi kemajuan dibidang moral.

Cara untuk menentukan mana tindakan yang mana tidak yaitu melalui prinsip moral itu dalam penerapannya selalu mengalami penyesuaian dengan pola perkembangan masyarakat. Sumber : Bambang Eko Trisno, etika bisnis, mandar maju, Bandung 2007.

Dari sini penulis menyimpulkan bahwa relativisme ini sifatnya kebergantungan dari sudut pandang tiap tiap kebudayaan pada suatu tempat tertentu, sehingga tidak ada patokan secara universal atau umum terkait dengan etika.

### **3.2.3 Utilitarianisme**

Utilitarianisme merupakan kerangka etika yang digunakan untuk membimbing kepada tindakan moral yang efektif. Pada dasarnya, utilitarianisme didasarkan pada mengukur hal baik dalam bentuk utilitas dan mencoba untuk memaksimalkan jumlah manfaat yang didapat itu.

Utilitarianisme sering dianggap sebagai bentuk konsekuensialisme, dimana hasil menghalalkan cara. Artinya, cara negatif boleh ditempuh asal bisa menghasilkan utilitas lebih besar.

Peneliti mengambil kesimpulan bahwa pada tahap etika *utilitarianisme* ini, sebesar atau sejauh apa manfaat yang didapatkan beserta dampak yang dihasilkan oleh tindakan moral yang dilaksanakan atau diimplementasikan, selama manfaat yang diterima lebih besar tidak peduli itu baik atau benar caranya, namun hal ini tetap diberlakukan selama manfaat yang didapat maksimal.

#### **3.2.4 Etika Situasi**

Hukum moral tidak dapat diterapkan dalam situasi konkret. Individu memiliki kebebasan untuk memutuskannya, karena individu harus menunjukkan keautentikannya (dalam ekistensialisme manusia itu unuk dalam dirinya sendiri sehingga ia tak dapat disamakan atau diseragamkan dengan orang lain) , keasliannya.

Suatu keputusan yang otonomi harus disesuaikan dengan situasi agar menghasilkan sebuah aksi yang positif bukannya suatu hukum moral yang kaku dicari lalu ditempatkan dalam suatu situasi sehingga dengan angkuhnya mengatakan perbuatan ini benar dan yang lain salah. Di sini etika situasi muncul sebagai reaksi terhadap keangkuhan etika peraturan. Joseph Fletcher (2013). Penulis mengambil kesimpulan bahwa etika situasi ini, berlaku bagi masing-masing individu dimana peraturan dan hukum tidak akan berlaku jika individu memilih untuk menggunakan perasaan dalam mengambil keputusan sehingga terjadilah proses etika situasi tersebut dimana segala pertimbangan dan pengambilan keputusan tidak didasarkan pada hukum yang berlaku melainkan dari sifat simpatik individu tersebut terhadap situasi yang saat ini sedang dihadapi.

#### **3.2.5 Deontologi**

Para penganut etika deontologis, seperti Immanuel Kant (1724-1804) sebagai pelopornya misalnya, berpendapat bahwa norma moral itu mengikat

secara mutlak dan tidak tergantung dari apakah ketaatan atas norma itu membawa hasil yang menguntungkan atau tidak.

Peneliti mengambil kesimpulan bahwa ada tiga prinsip yg harus dipenuhi:

- Supaya tindakan punya nilai moral, tindakan ini harus dijalankan berdasarkan kewajiban.

- Nilai moral dari tindakan ini tidak tergantung pada tercapainya tujuan dari tindakan itu melainkan tergantung pada kemauan baik yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan itu, berarti walaupun tujuan tidak tercapai, tindakan itu sudah dinilai baik.

- Sebagai konsekuensi dari kedua prinsip ini, kewajiban adalah hal yang niscaya dari tindakan yang dilakukan berdasarkan sikap hormat pada hukum moral universal.

Dengan kata lain, suatu tindakan dianggap baik karena tindakan itu memang baik pada dirinya sendiri, sehingga merupakan kewajiban yang harus kita lakukan.

### **3.3 Implementasi Etika**

#### **3.3.1 Etika Terhadap Konsumen**

Perusahaan memiliki tanggungjawab sosial ketika menghasilkan produk dan menjual produknya. Konsekuensinya :

Praktik Produksi yang Bertanggung Jawab, dimana maksud dari hal tersebut adalah produksi yang menjamin keselamatan pelanggan. Produk Memiliki label peringatan semestinya untuk mencegah efek samping negatif.

Praktik Penjualan yang Bertanggung Jawab, dimana yang dimaksud dari hal tersebut adalah pedoman harga yang semestinya, periklanan yang beretik, dan lakukan survei kepuasan pelanggan.

Memastikan tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan dengan cara, Pertama menetapkan kode tanggung jawab (Kode Etik Perusahaan) Perusahaan menerbitkan pedoman yang berisi mengenai bagaimana karyawan, pelanggan dan pemilik selayaknya harus diperlakukan. Memantau keluhan

perusahaan memberikan nomor akses yang pasti jika pelanggan memiliki keluhan mengenai kualitas produk dan perlakuan yang diterima dari karyawan perusahaannya. memperoleh dan menggunakan umpan balik Pelanggan Perusahaan dapat meminta pelanggan untuk memberikan umpan balik atas produk/jasa yang baru saja mereka beli untuk mendeteksi kualitas produk dan customer service.

Hak yang wajib didapatkan oleh konsumen misalnya seperti Konsumen memiliki hak atas keselamatan, konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi, konsumen memiliki hak untuk memilih, konsumen memiliki hak untuk didengarkan.

### **3.3.2 Etika terhadap Pekerja**

Tanggung jawab yang perlu diperhatikan kepada para pekerja, keselamatan para karyawannya misalnya, tempat kerja yang representatif, Peralatan dengan faktor keamanan yang memenuhi syarat, Safety working. Contoh : masker, sabuk pengaman, kaos tangan, sepatu boot, dll.

Perlakuan yang semestinya oleh karyawan lain, peluang yang setara bagi semua karyawan. Misalnya, gender, pandangan politik, keyakinan, Mencegah terjadinya pelecehan seksual, dll.

Perlakuan yang setara oleh karyawan, misalnya asal daerah/negara, suku, gender, dll, serta tindakan afirmatif ( affirmative action ) : sekelompok tindakan yang dimaksudkan untuk meningkatkan peluang bagi kaum minoritas dan wanita.

### **3.3.3 Etika Terhadap Pemerintah**

Pemerintah berperan memastikan bahwa perusahaan memenuhi tanggung jawabnya kepada pelanggan melalui berbagai kebijakan. Pertama kebijakan mengenai terkait keamanan produk. Kedua kebijakan mengenai Iklan. Ketiga kebijakan mengenai persaingan Industri.

### **3.4 Subjek Penelitian**

Dikalangan peneliti kualitatif, istilah responden atau subjek penelitian disebut dengan informan, yaitu orang yang member informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakannya. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah PT Pratama Pionir Sentosa.

Menurut shalsabila (2012), subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain yang digunakan untuk menyebut subjek penelitian adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan kepadanya.

### **3.5 Objek Penelitian**

Menurut Nyoman Kutha Ratna (2010: 12), obyek adalah keseluruhan gejala yang ada di sekitar kehidupan manusia. Apabila dilihat dari sumbernya, obyek dalam penelitian kualitatif menurut Spradley disebut *social situation* atau situasi social yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2007: 49). Pada objek penelitian ini objek yang diteliti adalah Etika korporasi dari PT Pratama Pionir Sentosa

### **3.6 Teknik Penentuan Informan**

Menurut Sugiyono (2009) , penentuan sampel atau informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, dan karena hal tersebut orang yang dijadikan sampel harus memiliki kriteria sesuai dengan hal-hal yang ingin dicapai.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan informan dengan menggunakan teknnin *purposive sampling*, dimana memilih Iinforman yang benat-benar mengetahui kondisi internal dan eksternal PT. Pratama Pionir Sentosa.

Berikut adalah kriteria narasumber yang telah menjadi pilihan peneliti :

1. Narasumber pertama adalah Herry Wanta Wijaya selaku *President Director* dari PT. Pratama Pionir Sentosa, karena sebagai pendiri

perusahaan tentu saja informasi dapat digali sebanyak mungkin dari beliau mengenai penerapan etika korporasi tadi.

2. Narasumber kedua adalah Nicolas Edo selaku *Vice President* PT. Pratama Pionir Sentosa, karena kondisi lapangan sejauh ini beliau cukup memahami dengan jam terbang yang cukup lama pada perusahaan tersebut.
3. Narasumber ketiga adalah Maria Kartini selaku *Financing Manager* pada PT. Pratama Pionir Sentosa, karena beliau memiliki data-data yang mendukung penelitian etika korporasi pada perusahaan tersebut.

### **3.7 Sumber Data**

Sumber data primer, yaitu informasi yang bersumber dari pengamatan pada lokasi secara langsung, hasil wawancara dan diskusi terkait dengan penerapan etika korporasi pada perusahaan tersebut

Sumber data sekunder, yaitu informasi yang bersumber dari buku-buku teks, arsip-arsip dan lain-lain dimana membantu menunjang data primer terkait penerapan etika korporasi pada perusahaan tersebut, Moleong (2007)

### **3.8 Teknik Pengumpulan Data**

Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan social yang relatif lama (Sutopo 2006: 72). Dan teknik ini akan peneliti gunakan pada PT. Pratama Pionir Sentosa.

### 3.9 Teknik Analisis Data

Menurut Patton (Moleong, 2001), analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Dan berikut adalah teknik analisis data yang peneliti gunakan:

1. Pengumpulan data dari berbagai sumber

Seluruh data yang diperoleh baik dari wawancara, pengamatan, catatan dan seluruh kegiatan lapangan beserta arsip-arsipnya dikumpulkan dan dicari keterkaitannya satu sama lain.

2. Reduksi data

Reduksi data mampu membuat abstraksi, dimana abstraksi merupakan rangkuman inti, proses, dan pernyataan yang sesuai dengan kriteria atau keinginan yang dicapai, setelah menemukan inti dari data-data tersebut, kembali data tersebut disusun menjadi satuan-satuan (*unitizing*).

3. Kategorisasi atau Display Data

Kategorisasi adalah langkah ketiga dimana memberikan *coding* pada baik masalah dan hasil yang telah didapat dari proses penelitian. Kategori disusun atas dasar pemikiran, institusi, pendapat, atau kriteria tertentu.

4. Verifikasi atau Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif, pemeriksaan keabsahan data atau kepercayaan data digunakan untuk memastikan bahwa data-data penelitiannya benar-benar ilmiah, sama halnya dengan validitas dan untuk menetapkannya diperlukan teknik pemeriksaan yang disebut triangulasi.

5. Penegasan Kesimpulan

Digunakan untuk menjawab rumusan masalah dilakukan dengan deskripsi analitik, yaitu rancangan dikembangkan dari kategori yang ditemukan dan mencari hubungan yang disarankan atau yang muncul dari data.

### **3.10 Uji Keabsahan Data**

Untuk menguji keabsahan data sebagai verifikasi data dari berbagai sumber, diperlukan triangulasi tentunya. Macam-macam triangulasi menurut Sugiyono (2011) :

#### **1) Triangulasi sumber**

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang perilaku murid, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dapat dilakukan ke guru, teman murid yang bersangkutan dan orang tuanya. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa diratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi di deskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah di analisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member chek*) dengan ketiga sumber data tersebut.

#### **2) Triangulasi Teknik**

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

#### **3) Triangulasi Waktu**

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpul dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu, dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara , observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda,

maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga ditemukan kepastian datanya. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian, dari tim peneliti lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.

Berdasar data diatas, maka peneliti menggunakan triangulasi sumber, dimana teknik tersebut mampu meningkatkan kepercayaan penelitian karena berasal dari sumber yang mengetahui kondisi langsung dan beragam dari perusahaan PT.Pratama tersebut, sehingga kebenaran dapat dipertanggung jawabkan.