

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Grounded Research pada awalnya dikembangkan pada tahun 1960-an oleh ahli sosiologi Barney Glaser dan Anselm Strauss yang hasilnya adalah *Discovery of Grounded Theory* diterbitkan pada tahun 1967. **Grounded Theory** merupakan salah satu lingkup dalam penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara mendalam dan juga pengalaman dari subjek penelitian (Daymond & Holloway, 2002) dalam Triastera (2009).

Grounded Theory juga dapat disebut sebuah pendekatan yang refleksif dan terbuka, dimana pengumpulan data, pengembangan konsep-konsep teoritis dan ulasan literatur berlangsung dalam proses siklis berkelanjutan. Aspek yang membedakan **Grounded Theory** dibandingkan dengan pendekatan lain adalah:

- 1) Peneliti mengikuti prosedur analisis sistematis dalam sebagian besar pendekatan.
- 2) **Grounded Theory** lebih terstruktur dalam pengumpulan data dan analisisnya, peneliti memasuki proses riset dengan membawa sedikit mungkin asumsi, peneliti tidak semata-mata bertujuan untuk menguraikan atau menjelaskan, tetapi mengonseptualisasikan. Peneliti berupaya keras untuk menghasilkan dan mengembangkan teori.
- 3) Disiplin ilmu yang mempengaruhi **Grounded Theory** adalah sosiologi, terutama mazhab interaksionisme simbolik.

Interaksionisme simbolik berfokus pada interaksi antar manusia, dan berusaha memahami bagaimana individu menafsirkan bahasa dan perilaku orang lain, bagaimana orang-orang memberikan makna bagi pemikiran dan tindakannya

sendiri. Anggapan teoritis dan metodologis dari interaksionis simbolik tentang dunia dan cara mempelajarinya terefleksikan dari praktik-praktik ***Grounded Theory*** serta produk-produknya (Locke, 2001) dalam Triastera (2009). Para peneliti mencoba mengamati dan memahami sudut pandang partisipan tentang dirinya dan dunianya sendiri guna mengungkapkan unsur-unsur interaksi yang dinamis.

Grounded Theory adalah satu metode penelitian yang mendasarkan diri kepada fakta dan menggunakan analisis perbandingan bertujuan untuk mengadakan generalisasi empiris, menetapkan konsep-konsep, membuktikan teori dan mengembangkan teori dimana pengumpulan data dan analisis data berjalan bersamaan. Menurut Moleong (2007) dalam Triastera (2009), ***Grounded Theory*** merupakan proses bertahap yang cukup rumit. Penelitian dilakukan memunculkan pertanyaan-pertanyaan generatif yang membantu penelitian namun tidak dimaksudkan untuk tetap statis atau menjadi dinamis. Beberapa tahapan analisis kunci dalam penggunaan metode ***Grounded Theory***:

1) Koding

Koding adalah proses membuat kategorisasi data kualitatif yang juga menguraikan implikasi dan rincian-rincian kategorinya, dengan mempertimbangkan data yang muncul secara rinci sementara peneliti mengumpulkan koding yang lainnya, kemudian mengkaitkan dengan kode-kode inti.

2) Memoing (Membuat memo)

Memoing adalah proses mencatat pemikiran-pemikiran dan gagasan dari peneliti sewaktu hal muncul selama studi. Peneliti memikirkan bahwa memoing itu dilakukan dengan cara ekstensif dalam catatan marginal dan tanggapan-tanggapan yang diberikan dalam catatan lapangan.

Menurut Daymond & Holloway (2008) dalam Triastera (2009) tujuan dari *Grounded Theory* adalah membangun teori baru, walaupun sering juga digunakan untuk memperluas atau memodifikasi teori yang sudah ada. *Grounded Theory* berguna dalam situasi-situasi ketika sedikit sekali yang diketahui mengenai topik atau fenomena tertentu, atau ketika diperlukan pendekatan baru untuk latar yang sudah dikenal. *Grounded Theory* juga dapat diterapkan dalam bidang studi apapun dan lebih tepatnya digunakan saat berhadapan dengan riset yang menemukan teori konstruk untuk konsumen.

3.2. Alat Analisis

Pendekatan kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah fenomenologi dimana penelitian ini melihat dari sudut pandang informan mengenai penggunaan tas belanja plastik berbayar untuk membawa barang belanjaan beserta permasalahannya. Penggunaan alat analisis untuk melihat dan menangkap berbagai penemuan baru dalam penelitian ini, analisis isi dipilih karena dirasa cocok untuk mengklasifikasi mengenai kata kunci yang dihasilkan dari informan sehingga muncul suatu hasil yang diperoleh dari kata dan uraian petikan wawancara dengan dilakukan analisis mendalam. Peneliti menggunakan

analisis isi dalam penelitian ini dikarenakan analisis isi merupakan sebuah metode yang salah satu tujuannya adalah menggambarkan karakteristik pesan melalui perantaraan teks.

3.2.1. Analisis Isi (*Content Analysis*)

Analisis isi menurut Krippendorff (1993) dalam Kalaway (2009) adalah teknik penelitian untuk menghasilkan inferensi terhadap data verbal dan data simbolik yang dapat diulangi dan valid dimana analisis berbentuk dokumen dan teks yang berupaya mengkuantifikasi isi menurut kategori yang sudah ditetapkan dengan cara sistematis dan dapat diulang-ulang sehingga penggunaan prosedur penghitungan dan perekaman yang objektif dan sistematis untuk menghasilkan deskripsi tentang simbolik sebuah teks.

Analisis wacana merupakan salah satu alternatif dari analisis isi kualitatif, analisis wacana lebih memperhitungkan pemaknaan teks daripada penjumlahan unit. Dasar analisis wacana adalah interpretasi karena analisis wacana merupakan bagian dari metode interpretatif yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran peneliti. Oleh karena itu, proses kerjanya analisis wacana tidak memerlukan lembaran koding yang mengambil beberapa item dan turunan dari konsep tertentu.

Holsti (1969) dalam Triastera (2009) menjelaskan bahwa kajian isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan, dan dilakukan secara objektif dan sistematis. Guba & Lincoln (1981) dalam Triastera (2009) menguraikan prinsip dasar analisis isi yang terdiri dari lima unsur; *pertama*, dan yang terpenting ialah proses

mengikuti aturan. Setiap langkah dilakukan atas dasar aturan dan prosedur. *Kedua*, kajian isi adalah proses sistematis. Hal ini berarti dalam rangka pembentukan kategori sehingga memasukkan dan mengeluarkan kategori dilakukan atas dasar aturan yang taat asas. *Ketiga*, kajian isi merupakan proses yang diarahkan untuk mengeneralisasi. *Keempat* kajian isi mempersoalkan isi yang termanifestasikan. *Kelima* kajian isi menekankan analisis secara kuantitatif, namun hal itu dapat pula dilakukan bersama analisis kualitatif.

Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah. Pendekatan dasar untuk menerapkan teknik ini adalah (Wibowo, 2004) dalam Kalaway (2009):

- 1) Memilih contoh atau keseluruhan isi.
- 2) Menetapkan kerangka kategori acuan eksternal yang relevan dengan tujuan pengkajian.
- 3) Memilih satuan analisis isi (kata, kalimat, alinea, kisah, gambar, urutan dan sebagainya).
- 4) Menyesuaikan isi dengan kerangka kategori, per satuan unit yang terpilih.
- 5) Mengungkapkan hasil sebagai distribusi menyeluruh dari semua satuan dalam hubungannya dengan frekuensi hal-hal yang dicari untuk acuan.

Prosedur standar perancangan sebuah penelitian menggunakan analisis isi mempunyai beberapa langkah penting yaitu (Kalaway, 2009):

- 1) Merumuskan pertanyaan penelitian.
- 2) Menentukan sampel terhadap sumber-sumber data yang telah dipilih.
- 3) Membuat kategori yang digunakan dalam analisis isi.

- 4) Membaca sampel dokumen dan melakukan koding dan meringkas isi-isi yang relevan. Koding adalah suatu data mentah yang secara sistematis ditransformasikan dan dikelompokkan ke dalam unit-unit yang memungkinkan membuat deskripsi karakteristik isi yang relevan.
- 5) Interpretasi data dalam kaitannya dengan teori yang digunakan.

3.3. Lingkup Penelitian

Lingkup dalam penelitian ini yaitu konsumen perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta. Alasan dipilihnya lokasi tersebut karena lokasi tersebut dinilai memiliki banyak informan yang pernah berbelanja dan menggunakan tas plastik pada umumnya.

3.4. Subjek Penelitian

Tabel 3.1
Subjek Penelitian

Nama	Keterangan
Ibu Rumah Tangga	Dua orang konsumen yang melakukan belanja bulanan, yang membawa dan tidak membawa tas belanja sendiri ketika berbelanja.
Bapak-bapak	Dua orang konsumen
Remaja Putri	Dua orang konsumen

Sumber: pengolahan data primer (2016)

3.5. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah tas belanja plastik berbayar seharga Rp200,00 yang dibebankan kepada konsumen yang menggunakannya di

perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta.

3.6. Metode Pemilihan Informan

Seleksi informan dalam penelitian ini dipilih dengan cara pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang dibuat sesuai dengan tema penelitian dan rumusan masalah. Pemilihan informan secara *purposive* dilakukan berdasarkan kriteria yaitu konsumen ibu rumah tangga yang setiap bulannya berbelanja di perbelanjaan retail pasar swalayan yang membawa dan tidak membawa tas belanja ketika berbelanja, konsumen bapak-bapak yang diminta untuk membeli kebutuhan rumah tangga, dan juga konsumen remaja putri yang berbelanja di perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta. Informan konsumen yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari berbagai latar belakang dan tingkat pendidikan yang didapatkan dari *pra survey* atau survey awal yang memberikan kuesioner dan dapat memenuhi kriteria dalam penelitian yang dilakukan, yaitu dengan memilih empat konsumen wanita dengan profesi ibu rumah tangga, dua konsumen bapak-bapak, dan dua konsumen remaja putri. Pertimbangan memilih informan konsumen tersebut didasarkan pada kemudahan pencarian informan dan pengambilan data.

Pertimbangan dalam seleksi pemilihan informan ibu rumah tangga yang berbelanja setiap bulan dalam penelitian ini karena ibu rumah tangga dinilai banyak dijumpai dan sering berbelanja di tempat perbelanjaan retail pasar

swalayan, serta dinilai ibu rumah tangga banyak yang melakukan belanja bulanan. Pertimbangan untuk ibu rumah tangga yang membawa dan tidak membawa tas belanja sendiri ketika berbelanja dimaksudkan untuk mendapat perbedaan pendapat mengenai tas belanja plastik berbayar. Serta, pertimbangan dipilihnya informan remaja putri dan bapak-bapak yang diminta untuk membeli kebutuhan rumah tangga karena dinilai remaja putri dan bapak-bapak lebih sering diminta untuk berbelanja kebutuhan bulanan rumah tangga dibandingkan dengan remaja putra, dan juga bertujuan untuk mendapat perbedaan pendapat dan ketegasan dari segi jenis kelamin karena banyak peneliti berpendapat bahwa perempuan lebih mungkin untuk bertindak dengan cara yang lebih sadar lingkungan dibandingkan dengan laki-laki dalam hal konsumsi hijau. Hal ini juga didukung dari pernyataan Passino dan Lounsbury (1976) dalam Wiyadi (2015) yang berpendapat bahwa laki-laki lebih mungkin daripada perempuan untuk peduli dengan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi, dan dengan demikian laki-laki kurang peduli daripada perempuan terhadap perlindungan kualitas lingkungan. Serta, menurut Banerjee dan Mc. Keagen (1994) dalam Wiyadi (2015) secara umum wanita lebih menyukai hal-hal ekologis dibanding pria.

Dari informan yang telah ditentukan, peneliti menentukan jumlah masing-masing dua orang konsumen ibu rumah tangga yang membawa dan tidak membawa tas belanja ketika berbelanja, remaja putri, dan bapak-bapak yang dapat diusahakan untuk mengumpulkan data dengan dua pertimbangan yaitu keterbatasan waktu dan keterbatasan dana. Tiap jenis informan konsumen akan diwakili dengan dua orang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam

penelitian. Perbedaan jenis kelamin dan tingkat pendidikan bertujuan untuk memperoleh perbedaan pendapat, pandangan, dan konsep terhadap harga tas plastik berbayar, kesadaran, dan pengaruh sosial mengenai pemasaran hijau tas belanja plastik terhadap niat berperilaku hijau konsumen.

Kriteria yang digunakan adalah konsumen wanita sebanyak masing-masing dua sampel dari konsumen ibu rumah tangga yang membawa dan tidak membawa tas belanja ketika berbelanja yang setiap bulannya berbelanja dan konsumen remaja putri yang berbelanja di perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta dengan melihat sudut pandang tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Selain itu, informan konsumen pria diambil dari dua sampel bapak-bapak yang diminta untuk membeli kebutuhan rumah tangga di perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta.

3.7. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu dengan melakukan studi pendahuluan dengan melakukan wawancara kepada enam orang informan. Studi pendahuluan ini diperlukan untuk memperoleh gambaran ringkas mengenai apa yang akan diteliti. Riset pendahuluan tersebut membantu mengarahkan riset yang dilakukan (Suliyanto, 2006) dalam Triastera (2009). Setelah memperoleh data dari studi pendahuluan, dilakukan studi yang lebih besar dengan mengajak informan sebanyak delapan orang konsumen untuk dilakukan

wawancara secara mendalam untuk menggali informasi dan memperoleh keterangan yang berkaitan dengan penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan wawancara secara mendalam terhadap informan, dalam hal ini adalah konsumen perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, satu pihak sebagai pewawancara (*interviewer*), pihak lainnya sebagai yang diwawancarai (*interviewee*) (Moleong, 2007) dalam Triastera (2009). Maksud diadakannya wawancara menurut Lincoln & Guba dalam Raharjo (2005) adalah untuk mengonstruksi baik itu mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, dan banyak hal lainnya kemudian memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi untuk memverifikasi, mengubah, dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti (Moleong, 2007) dalam Triastera (2009).

Paton (dalam Triastera, 2009) menjelaskan beberapa jenis wawancara, yaitu (a) wawancara pembicaraan formal, (b) pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, (c) wawancara baku terbuka, dibagi dalam wawancara oleh tim, wawancara tertutup dan terbuka, dan wawancara riwayat lisan, (d) wawancara terstruktur dan tak terstruktur.

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara tak terstruktur yang sifatnya jarang interupsi dan tidak memakai penengah atau moderator. Wawancara ini dipakai untuk menggali informasi yang kompleks dan lebih menekankan pada penafsiran dan prespektif individual. Informan dalam wawancara ini adalah orang

terpilih dan mengetahui informasi yang diperlukan dan menjelaskan informasi yang sifatnya mendalam sekali.

Wawancara dengan tipe ini sangat baik untuk mengungkap motivasi, maksud, dan penjelasan terbuka dari informan. Penamaan tak terstruktur dalam hal ini bukan berarti tidak memiliki dasar berpikir yang baik, tetapi tetap memiliki dasar berpikir yang mantap, bahkan tetap memiliki susunan pertanyaan dasar yang menuntun jalan dan alur pengambilan informasi secara keseluruhan.

Wawancara akan menggunakan bahasa yang biasa digunakan oleh tiap informan yang didapatkan dalam penelitian ini. Penyesuaian penggunaan jenis bahasa tertentu dimaksudkan untuk mengurangi kesenjangan antara peneliti dan informan, meningkatkan kualitas relasi antara peneliti dan informan, dan mengurangi kesalahpahaman dalam isi pembicaraan sehingga terjalin relasi yang mendalam antara peneliti dengan informan dan mendapatkan data yang maksimal dan pribadi dari masing-masing informan.

Dengan dipilihnya jenis wawancara dan teknik penggunaan bahasa ini diharapkan akan dapat secara longgar terfasilitasi hubungan baik antara peneliti dengan informan dan mampu mengungkapkan segala permasalahan yang berhubungan dengan penelitian dan akhirnya peneliti mendapatkan temuan, menjabarkan dan menghasilkan deskripsi yang jelas atas kasus yang diteliti.

Dalam sistematika penyusunan dan pelaksanaan wawancara, peneliti akan mengacu pada sistematika dan proses wawancara serta segala persiapannya seperti yang disampaikan Lewin (1979) dalam Raharjo (2005). Data yang didapatkan akan disimpan dalam transkrip wawancara. Untuk memudahkan proses

wawancara, jika memungkinkan dan mendapat ijin dari informan, dalam hal ini berarti tidak ada keberatan dan tidak mengganggu *privasi* informan, maka dapat digunakan alat perekam.

Data yang didapatkan akan tetap tersimpan dalam file sebagai dokumen penelitian dan akan memudahkan transkrip data wawancara. Peneliti mempersiapkan serangkaian penuntun wawancara berupa pokok-pokok pikiran yang nantinya diterjemahkan dalam pertanyaan-pertanyaan pada wawancara mendalam.

3.8. Panduan Pertanyaan Terbuka Terhadap Informan

Dalam penelitian kualitatif panduan pertanyaan menjadi hal yang penting karena penelitian ini dapat menghasilkan suatu hal yang tidak dapat diprediksi karena penelitian ini sifatnya adalah penelitian fenomenologi dimana penelitian lebih mengedepankan proses. Panduan wawancara bertujuan untuk mendapatkan hasil agar tidak lepas dari konteks secara umum seperti berikut.

Tabel 3.2

Panduan Wawancara

PANDUAN WAWANCARA	
Data Informan	
Nama :	Profesi :
Jenis Kelamin :	Tingkat Pendidikan :
Usia :	 tahun

Lanjuta Tabel 3.2

Daftar Pertanyaan Terbuka***Latar Belakang Informan***

1. Berapa jumlah keluarga Anda?
2. Berapa kira-kira jumlah pendapatan Anda dalam sebulan?
3. Di pembelian retail pasar swalayan mana Anda biasa berbelanja?
4. Dengan menggunakan apa biasa Anda melakukan pembayaran?
5. Berapa rata-rata pengeluaran belanja Anda setiap sekali belanja di pembelian retail pasar swalayan?
6. Berapa kali Anda berbelanja dalam sebulan di pembelian retail pasar swalayan?
7. Apakah ketika berbelanja Anda membutuhkan tas plastik? Jika iya, mengapa?
8. Berapa kira-kira tas plastik yang Anda butuhkan setiap sekali belanja?
9. Apakah Anda **memiliki** tas belanja sendiri? Jika iya, apa bahan tas Anda?
10. Apakah ketika berbelanja Anda **membawa** tas sendiri? Jika iya, tas apa yang Anda gunakan?

Respon Perilaku Konsumen pada Penentuan Harga Tas Belanja Plastik Berbayar

1. Bagaimana perasaan dan respon Anda dengan adanya program kebijakan pemerintah tas plastik berbayar seharga Rp 200,00? Mahal atau murah?
2. Apakah Anda akan tetap membeli tas plastik ketika berbelanja walaupun harga tas plastik dinaikkan? Mengapa?
3. Berapa harga tas plastik yang masih mau Anda bayar dari Rp 200,00, Rp 500,00, Rp 1.000,00, dan Rp 5.000,00? Mengapa?
4. Sensitifitas dengan harga berapa Anda tidak mau membayar? Apa solusinya?

Lanjutan Tabel 3.2

Respon Perilaku Konsumen pada Kesadaran Mengenai Pemasaran Hijau Tas Plastik Berbayar

1. Apakah Anda memahami maksud dari adanya tas plastik berbayar? Jika iya, apakah itu?
2. Apakah dengan adanya tas plastik berbayar, Anda lalu menggunakan tas kain atau alternatif lain untuk membawa barang belanjaan? Mengapa?
3. Apakah Anda selalu membawa tas kain atau alternatif lain untuk membawa barang belanjaan Anda setiap kali akan berbelanja? Apa alasannya?
4. Manakah alternatif di bawah ini yang Anda pilih jika terdapat pilihan yang diberikan pasar swalayan dalam rangka mengurangi penggunaan tas plastik yang dapat merusak lingkungan?
 - a) Membawa barang belanjaan dalam jumlah banyak dengan menggunakan *free* kardus yang disediakan dari swalayan. Mengapa?
 - b) Mendapat potongan Rp 200,00 setiap transaksi jika membawa sendiri tas plastik, kardus atau tas kain untuk membawa barang belanjaan. Mengapa?
 - c) Mendapat gratis tas kain setiap melakukan transaksi pembelian minimal Rp 500.000,00. Mengapa?
 - d) Tetap akan membayar tas plastik seharga Rp 200,00? Jika harga tas plastik dinaikan, apakah tetap bersedia membayar? Mengapa?
 - e) Pilihan lainnya,

Kesulitan Membawa Barang Belanjaan dengan Tidak Menggunakan Tas Plastik

1. Apakah Anda merasa kesulitan ketika membawa barang belanjaan dengan tidak menggunakan tas plastik? Jika iya, mengapa?
2. Kendala apa yang Anda alami sampai tidak membawa tas kain atau alternatif lain untuk membawa barang belanjaan?

Lanjutan Tabel 3.2

Respon Perilaku Konsumen pada Pengaruh Sosial Mengenai Pemasaran Hijau Tas Plastik Berbayar

1. Apakah sebelumnya Anda pernah mendapat sosialisasi mengenai bahaya penggunaan tas plastik yang merusak lingkungan? Jika iya, dari mana dan apa yang dikatakan?
2. Apakah Anda pernah diajak untuk mengurangi penggunaan tas plastik ketika berbelanja? Jika iya, oleh siapa dan apa yang dikatakan?
3. Apakah ajakan tersebut mempengaruhi Anda untuk mengurangi penggunaan tas plastik ketika berbelanja? Mengapa?

Sumber: pengolahan data primer (2016)

3.9 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini meliputi sistematika kerja berikut ini:

1. Mengadakan pemilihan informan yang didasarkan pada kriteria dan pertimbangan yang sudah ditetapkan.
2. Memperkenalkan diri pada informan. Peneliti akan memperkenalkan diri secara jelas mengenai maksud dari pembicaraan dan pertemuan-pertemuan yang akan diadakan. Perkenalan ini dilakukan supaya informan tidak merasa dimanfaatkan, dan peneliti secara terbuka menyampaikan maksud dari pelaksanaan penelitian ini, dan juga untuk mengenal informan secara lebih dalam terutama mengenai keterlibatan konsumen dalam menggunakan tas plastik ketika membawa barang belanjaan. Secara terbuka peneliti juga memberikan informasi mengenai identitas peneliti dan kepentingan peneliti terhadap penelitian ini.

3. Pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dengan menggunakan panduan wawancara yang sudah dipersiapkan, yang sifatnya terbuka.
 4. Melakukan pencatatan yang mencakup catatan observasi, hal penting dan hal baru yang ditemukan selama melakukan *indepth interview* yang layak menjadi perhatian lebih lanjut.
 5. Melakukan analisis hasil wawancara setiap kali tatap muka.
 6. Mengadakan konfirmasi ulang pada hasil wawancara dengan tujuan penelitian yang akan dicapai. Konfirmasi ulang tersebut dilakukan secara langsung pada saat wawancara sedang berlangsung, atau dilakukan dalam pertemuan berikutnya kepada informan atau antar informan.
 7. Mengadakan *review* terhadap hasil sementara yang didapatkan untuk mengenali manakah yang perlu dipertajam, manakah pergeseran, dan hal-hal baru yang lebih lanjut.
 8. Mendaftar hal-hal yang sudah terpenuhi dan hal-hal baru yang didapatkan beserta segala penjelasannya untuk setiap informan.
 9. Menuliskan laporan hasil penelitian
- Rancangan penelitian ini bersifat terbuka, artinya bahwa rancangan ini tidak bersifat baku dan penelitian ini mengungkapkan mengenai fenomena yang terjadi dalam hal penggunaan tas plastik sehingga nantinya dapat ditemukan rumusan yang tepat dalam menuliskan sesuatu hal yang baru dalam penelitian.

3.10 Validitas dan Kredibilitas

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada fakta di lapangan tanpa mengubah konteks penelitian, keakuratan data dan juga analisis data yang dihasilkan harus sama dengan hasil dari lapangan, dalam hal ini terlibat secara langsung dalam proses penggalian data dan juga proses dalam menganalisis data. Otentisitas penelitian ini dibuktikan dengan adanya data dan alat yang mendukung dalam setiap pelaporan dari informan. Menurut Moleong (2007) dalam Triastera (2009) untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan.

Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Kriteria derajat kepercayaan pada dasarnya berfungsi: pertama, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; kedua, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

3.11 Laporan Pelaksanaan Penelitian

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi langkah-langkah penyusunan panduan pertanyaan wawancara, sebagai berikut:

- a. Membaca dan memahami pustaka dan jurnal penelitian sebagai tinjauan untuk mendesain panduan pertanyaan.

- b. Menyusun panduan pertanyaan berdasarkan rumusan permasalahan yang telah ditetapkan.
- c. Mengumpulkan data dengan menggunakan *digital recorder* atas seizin informan untuk menjaga keakuratan data, catatan-catatan lapangan, dan dokumentasi foto informan.

2. Pelaksanaan Penelitian

Pemilihan Informan

Informan dipilih berdasarkan kriteria yang telah disebutkan dalam bab metodologi penelitian. Informan adalah konsumen ibu rumah tangga yang setiap bulannya berbelanja di perbelanjaan retail pasar swalayan, konsumen bapak-bapak yang diminta untuk membeli kebutuhan rumah tangga, dan juga konsumen remaja putri yang berbelanja di perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta. Selain itu peneliti juga telah melakukan pra survei dengan memberikan pertanyaan kepada calon informan untuk diwawancarai berikut ini adalah contoh pertanyaan pemilihan informan.

Tabel 3.3
Pertanyaan Pemilihan Informan

Pertanyaan-pertanyaan Pemilihan Informan

Perkenalkan nama saya Djodi Setiawan. Saat ini sedang menjalani studi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dengan ini mohon bantuan Anda untuk mengisi lembar survei yang akan menjadi bahan acuan saya dalam membuat skripsi. Atas kerjasama dan bantuannya, saya ucapkan terimakasih.

Nama / Nama Panggilan :

Alamat :

Lanjutan Tabel 3.3

No. Telp./ HP/ BBM/ Line/ WA :	
Tingkat Pendidikan	:
Usia	: tahun
Jenis Kelamin	:
Berilah tanda centang (✓) pada pilihan yang sesuai dengan jawaban Anda!	
1. Saya adalah ibu rumah tangga yang melakukan pembelian setiap bulan di pasar swalayan seperti <i>hypermarket</i> , <i>supermarket</i> , dan <i>minimarket</i> .	
☐ Ya	☐ Tidak
2. Saya adalah ibu rumah tangga yang membawa tas belanja sendiri ketika berbelanja di pasar swalayan seperti <i>hypermarket</i> , <i>supermarket</i> , dan <i>minimarket</i> .	
☐ Ya	☐ Tidak
3. Saya adalah remaja putri yang sering melakukan pembelian di pasar swalayan seperti <i>hypermarket</i> , <i>supermarket</i> , dan <i>minimarket</i> .	
☐ Ya	☐ Tidak
4. Saya adalah bapak-bapak yang sering diminta untuk membeli kebutuhan rumah tangga yang kemudian berbelanja di pasar swalayan seperti <i>hypermarket</i> , <i>supermarket</i> , dan <i>minimarket</i> .	
☐ Ya	☐ Tidak

Sumber: pengolahan data primer (2016)

Penyeleksian informan dilakukan dengan cara penyaringan terhadap hasil pengisian survei oleh sampel. Sampel dapat masuk dalam kriteria jika jawaban yang diberikan atas survei adalah “Ya” untuk pertanyaan pertama untuk konsumen ibu rumah tangga yang berbelanja setiap bulan. Kemudian untuk pertanyaan kedua bisa dijawab “Ya” untuk ibu rumah tangga yang membawa tas belanja sendiri ketika berbelanja, dan jawaban “Tidak” untuk ibu rumah tangga yang tidak membawa tas belanja sendiri ketika berbelanja. Serta jawaban “Ya”

untuk pertanyaan nomor tiga pada konsumen remaja putri, dan jawaban “Ya” untuk konsumen bapak-bapak yang sering berbelanja di pasar swalayan pada pertanyaan nomor empat. Jika keempat pertanyaan telah dijawab dan sesuai dengan kriteria, maka sampel memenuhi kriteria kemudian dilakukan identifikasi untuk dihubungi lebih lanjut.

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti mengadakan survei awal untuk konsumen 14 orang yaitu delapan orang informan ibu rumah tangga, dua orang informan remaja putri, dan empat orang informan bapak-bapak. Dari hasil survei didapati bahwa enam orang tidak masuk dalam kriteria yang sudah ditetapkan dan sisanya sebanyak delapan orang masuk dalam kriteria. Selama proses seleksi calon informan, peneliti memilih informan yang memenuhi kriteria. Proses selanjutnya adalah mendata identitas dan nomor telepon yang bisa dihubungi, kemudian peneliti mulai menghubungi calon informan melalui telepon, *Short Message Service* (SMS), dan melalui jejaring sosial BBM, Line, WA dan menanyakan kesediaan untuk dapat mengikuti proses wawancara mendalam.

Semua calon informan yang berjumlah delapan orang menyatakan kesediaannya untuk mengikuti proses wawancara mendalam, dalam hal ini peneliti membuat kesepakatan dengan calon informan yang sudah dihubungi melalui telepon, SMS, dan melalui jejaring sosial BBM, Line, WA untuk bertemu dalam waktu dan tempat yang sudah disepakati bersama. Delapan calon informan yang merupakan konsumen perbelanjaan retail pasar swalayan seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* di Kota Yogyakarta sanggup untuk

diwawancarai. Data mengenai informan yang bersedia mengikuti proses wawancara mendalam dapat dilihat di Tabel 3.4

Tabel 3.4
Karakteristik Informan

Label Informan	Jenis Kelamin	Usia	Status Pekerjaan	Tingkat Pendidikan
I	Perempuan	44 Tahun	Ibu Rumah Tangga	S1
M	Perempuan	66 Tahun	Ibu Rumah Tangga	S1
W	Perempuan	36 Tahun	Ibu Rumah Tangga	SMA
N	Perempuan	41 Tahun	Ibu Rumah Tangga	SMA
Y	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa	SMA
F	Perempuan	21 Tahun	Mahasiswa	SMA
E	Laki-laki	42 Tahun	Karyawan	S1
R	Laki-laki	55 Tahun	Wirausaha	SMA

Sumber: pengolahan data primer (2016)

3.12 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data untuk setiap informan berbeda satu sama lain. Setiap informan membutuhkan jumlah pertemuan (tatap muka untuk wawancara) yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan peneliti harus menyesuaikan dengan waktu yang disediakan oleh informan dan kemampuan informan untuk memberikan data yang dibutuhkan. Kondisi ini memang diupayakan agar informan tidak merasa

terganggu dan dapat terlibat penuh selama proses wawancara. Proses pengumpulan data dimulai pada bulan Mei 2016 dan selesai pada bulan Agustus 2016. Untuk mengetahui durasi waktu yang diperlukan dalam setiap pertemuan wawancara yang terekam dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Durasi Waktu Wawancara Terekam

Informan	Pertemuan	Tanggal	Durasi
I	1	13-05-2016	16 menit 25 detik
	2	06-08-2016	14 menit 29 detik
M	1	06-08-2016	29 menit 06 detik
W	1	14-05-2016	20 menit 23 detik
	2	08-08-2016	09 menit 21 detik
N	1	10-08-2016	18 menit 48 detik
Y	1	15-05-2016	20 menit 34 detik
	2	08-08-2016	08 menit 41 detik
F	1	15-05-2016	19 menit 47 detik
	2	09-08-2016	09 menit 53 detik
E	1	20-05-2016	17 menit 45 detik
	2	09-08-2016	10 menit 44 detik
R	1	20-05-2016	21 menit 56 detik
	2	10-08-2016	07 menit 32 detik

Sumber: pengolahan data primer (2016)

Selama pengambilan data, peneliti merekam dialog yang berlangsung dengan menggunakan telepon genggam dengan aplikasi *Easy Voice Recorder* dan lebih memfokuskan diri pada dialog yang berlangsung. Hal ini dilakukan supaya

peneliti bisa melakukan pencatatan observasi, pencatatan evaluasi terhadap alur dialog dan data yang harus didapatkan, dan pencatatan refleksi peneliti atas kondisi-kondisi yang dialami ketika proses wawancara berlangsung. Dalam melakukan proses wawancara, peneliti mengalami beberapa kendala teknis seperti kapasitas penyimpanan data internal telepon genggam yang terbatas dan penuh, sementara proses wawancara masih mungkin diteruskan, dan suara yang cukup gaduh terutama dilakukan di restoran atau kampus. Kendala lainnya adalah kemampuan informan yang terbatas dalam merespon pertanyaan dan mengungkapkan pendapatnya tentang pertanyaan dan topik yang dibahas untuk mendapatkan data yang diperlukan. Selain beberapa kendala yang dialami, peneliti juga mendapatkan kemudahan dengan adanya telepon genggam dengan aplikasi *Easy Voice Recorder* yang memungkinkan peneliti untuk menghemat dana karena tidak harus menyediakan kaset untuk perekaman dengan *tape recorder*. Kemudahan lain dengan adanya telepon genggam dengan aplikasi *Easy Voice Recorder* adalah kemudahan dalam pengetikan dialog wawancara mendalam karena peneliti tidak harus mengoperasikan *tape recorder* dan komputer tetapi cukup mengoperasikan komputer saja karena data wawancara berbentuk *soft file* yang sudah ditransfer ke dalam komputer.

Sebelum melakukan wawancara mendalam, peneliti terlebih dahulu melakukan pendekatan personal seperti berkenalan dan mengenal dengan menanyakan latar belakang untuk dapat saling mengenal lebih dalam dan informan dapat lebih merasa nyaman dengan kehadiran peneliti. Untuk

mengetahui lebih jelas tentang teknis pengambilan data, dapat dilihat Tabel 3.6 berikut ini.

Tabel 3.6
Data Teknis Pengambilan Data

Kode Informan	Jumlah Pertemuan dan Jumlah Wawancara Terekam	Bahasa yang Digunakan	Tempat Pertemuan
I	2	Bahasa Indonesia	Restoran & Cafe
M	1	Bahasa Indonesia	Seturan
W	2	Bahasa Indonesia	Restoran
N	1	Bahasa Indonesia	Seturan
Y	2	Bahasa Indonesia	Kampus
F	2	Bahasa Indonesia	Kampus
E	2	Bahasa Indonesia	Restoran & Cafe
R	2	Bahasa Indonesia	Restoran

Sumber: pengolahan data primer (2016)