

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian, peneliti memaparkan tahapan – tahapan metodologis yang dilakukan peneliti. Tahapan tersebut dibahas pada subbab dibawah dan dibagi menjadi delapan subbab, diantaranya desain penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, etika penelitian, analisis data, kredibilitas, dan refleksi diri.

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan dan metode jenis penelitian kualitatif dengan desain penelitian studi kasus untuk menjabarkan lebih jelas sesuai data dan fakta yang sesuai di lapangan. Menurut Martens (2009) penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai penelitian yang alamiah karena berusaha untuk mengamati, memahami, menafsirkan fenomena – fenomena di sekitar yang mempunyai makna. Penelitian kualitatif menggunakan berbagai pengetahuan, strategi, pengumpulan data dan analisis data, seperti pengalaman pribadi, cerita hidup, wawancara, sejarah, bahkan visual (Creswell, 2002; Mertens, 2009). Penelitian kualitatif identik dengan deskripsi dan gambar (Creswell, 2002).

Jenis penelitian studi kasus merupakan jenis penelitian yang memecahkan masalah tidak ditentukan oleh metodologi melainkan dengan objek studi, hal ini yang membuat studi kasus menjadi jenis penelitian yang unik (Mertens, 2009). Cousin (2005) menyatakan bahwa penelitian studi kasus mempunyai tujuan untuk mengeksplorasi dan menggambarkan lingkungan untuk mempromosikan pemahaman dan juga memberikan penjelasan yang detail dan mendalam. Dalam Cousin (2005) dijabarkann bahwa penelitian studi kasus mempunyai 3 kategori, diantaranya: studi kasus intrinstik, studi kasus instrumental, studi kasus kolektif. Penjabaran diatas merupakan alasan peneliti memilih jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

3.2 Lokasi Penelitian

Work Coffee Indonesia merupakan kedai kopi yang pada dasarnya sudah beroperasi di tiga kota, yaitu Bandung, Bekasi, dan Jakarta. *Work Coffee* Indonesia jalan Sumbawa no. 28 Merdeka Kecamatan Sumur Bandung, merupakan lokasi

yang dipilih oleh Work Coffee Indonesia sebagai *high quarter* dari kedai kopi tersebut. Selain itu, Bandung juga mempunyai cabang yang satu – satunya mengusung tema *micro shop* yang berada di jalan Ternate No. 10, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan.

Work Coffee Indonesia merupakan kedai kopi yang berdiri dengan mengusung konsep *zero waste* pada tahun 2019 di Bandung. *Work Coffee* Indonesia hadir tidak hanya ingin dikenal sebagai kedai kopi yang hanya menjual kopi tetapi ingin adanya gerakan yang memberikan dampak pada lingkungan. Alasannya ketertarikan pemilik terhadap kopi dan juga konsumen di usaha mablenya yang sering menikmati kopi di sana yang membuat ia juga menyeriusi usaha kedai kopi. Pemilik juga merupakan aktivis lingkungan secara tidak langsung ia tertarik dengan isu lingkungan, hal tersebut yang menjadi salah satu alasan *Work Coffee* Indonesia akhirnya dibangun dengan mengusung konsep *zero waste*. Sebelum *Work Coffee* Indonesia lahir dengan mempunyai visi yang besar, pemilik melakukan konsultasi terlebih dahulu kepada orang – orang yang paham terhadap konsep *zero waste/* ramah lingkungan salah satunya lembaga/komunitas *greeners* sebagai bentuk keseriusan.

Peneliti memilih *Work Coffee* Indonesia cabang bandung menjadi lokasi penelitiannya karena masuk ke dalam kriteria. Prosesnya peneliti melakukan observasi terhadap usaha *food and beverage* yang mempunyai kesamaan dengan topik yang diambil. Sehingga peneliti melakukan observasi di laman web *zerowaste.id* dan menemukan *Work Coffee* Indonesia.

Selama pengambilan data, peneliti mengunjungi *Work Coffee* Indonesia cabang bandung yang masih beroperasi yaitu di jalan Ternate. Dilansir dari sosial media instagram *Work Coffee* Indonesia di jalan Sumbawa pada akhir bulan Agustus 2023 memberitakan bahwa mereka tutup dan akan pindah ke jalan Buah Batu tetapi saat pengambilan data dilakukan masih dalam tahap renovasi. Namun, hal itu tidak menjadi alasan peneliti untuk tidak mengambil data disini karena pada dasarnya *Work Coffee* Indonesia (seluruh) cabang bandung mempunyai satu konsep, satu visi, satu misi, maupun satu rules yang sama.

3.3 Informan dan Partisipan Penelitian

Informan yang terlibat dalam penelitian ini ialah dari pihak management dan partisipan yang terlibat ialah konsumen *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung. Pemilihan ini dilatar belakangi oleh kebutuhan agar mendapatkan informasi yang tepat dan akurat. Melalui pihak management akan mengetahui latar belakang berdirinya kedai kopi dengan konsep *zero waste* serta penerapannya dan strategi *branding zero waste* dari *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung. melalui konsumen untuk mengetahui persepsi konsumen dan keberhasilan *branding zero waste* yang dilakukan oleh *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung.

Saat pengambilan data, peneliti sempat terkendala wawancara dengan pihak manajemen karena saat pengambilan data, pihak manajemen *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung sedang sibuk dengan renovasi di buah batu. Walaupun begitu, peneliti tetap bisa melakukan pengambilan data wawancara dengan pihak *Work Coffee* Indonesia tetapi tidak langsung dengan pihak manajemen melainkan mereka memberikan amanah kepada *headbar Work Coffee micro shop* dan satu karyawan fulltime. Keakuratan data dapat terjamin, karena salah satu rules yang dimiliki oleh *work coffee* Indonesia cabang Bandung adalah bahwa seluruh staff harus mengetahui semua hal tentang *Work Coffee* Indonesia. Akan tetapi, peneliti sempat bertemu dan melakukan wawancara singkat untuk memastikan beberapa pertanyaan.

Peneliti akan melakukan wawancara kepada beberapa konsumen sampai saturasi data tercapai (titik jenuh). Menurut Mwitwa (2022) bahwa rata – rata titik jenuh tercapai di wawancara orang ke 13, maka peneliti pada awalnya berencana melakukan wawancara dengan target awal ke 13 konsumen dan saturasi sudah tercapai sesuai dengan target awal. Peneliti mempunyai beberapa kriteria konsumen yang akan diwawancarai, sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah mengunjungi *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung (Jalan Sumbawa/Jalan Ternate);
2. Pernah mengunjungi *Work Coffee* Indonesia minimal satu kali berkunjung;
3. Memesan menu secara *dine in / take away*;
4. Berjenis kelamin laki – laki dan Perempuan;
5. Rentan usia 17 – 45 tahun.

Tabel 3.1 karakteristik Partisipan

Nama	Umur	Jenis kelamin	Keterangan
Mia	22 tahun	Perempuan	Informan
Ziza	22 tahun	Laki – laki	Informan
Dika	30 tahun	Laki – laki	Informan
Tri	43 tahun	Perempuan	Partisipan
Putra	22 tahun	Laki – Laki	Partisipan
Isyana	22 tahun	Perempuan	Partisipan
Bella	43 tahun	Perempuan	Partisipan
Oki	29 tahun	Perempuan	Partisipan
Rini	24 tahun	Perempuan	Partisipan
Seli	28 tahun	Perempuan	Partisipan
Rina	21 tahun	Perempuan	Partisipan
Ratna	22 tahun	Perempuan	Partisipan
Arsalia	28 tahun	Perempuan	Partisipan
Gisel	27 tahun	Perempuan	Partisipan
Nabila	22 tahun	Perempuan	Partisipan
Fajar	22 tahun	Laki – laki	Partisipan

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data kualitatif dengan bentuk deskriptif merupakan gabungan kata atau tingkah laku manusia yang diamati oleh peneliti (Jasmi, 2012). Dalam jenis penelitian studi kasus seringkali pengumpulan data dilakukan bersamaan dengan analisis data (Cousin, 2005). Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara dan sumber. peneliti menggunakan teknik informasi dari data primer dan sekunder (Sugiyono, 2014). Peneliti melakukan pengambilan data dari tanggal 16 Oktober 2023 sampai 9 November 2023.

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2014).

- a. Observasi: Peneliti mengambil catatan lapangan berupa situasi, interaksi, tingkah laku, dan aktivitas yang terjadi di lokasi penelitian (Creswell, 2002). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan catatan lapangan dengan

mengunjungi Work Coffee Indonesia cabang Bandung dan melakukan observasi digital melalui intagram dan laman web Work Coffee Indonesia.

- b. Wawancara: Pada umumnya, wawancara berupa pertanyaan terbuka yang bertujuan untuk mengetahui informasi, pandangan, dan pendapat dari narasumber (Creswell, 2002). Peneliti melakukan wawancara dengan bagian marketing untuk mengumpulkan data berupa latar belakang, konsep dari *branding* yang di lakukan Work Coffee Indonesia. Peneliti juga memastikan bahwa Work Coffee Indonesia benar – benar melakukan *zero waste* atau tidak, dengan menanyakan alat makan yang digunakan, proses pembuatan kopi atau makanan, tidak lupa bagaimana sisa makanan atau ampas kopi setelahnya. Begitupun dengan pemilik atau manajer, peneliti akan memastikan perihal latar belakang berdirinya Work Coffee Indonesia. Peneliti juga melakukan wawancara dengan konsumen untuk mengetahui bagaimana persepsi mereka terhadap implementasi *branding zero waste* Work Coffee Indonesia. Wawancara sudah dilakukan di Work Coffee Indonesia cabang Bandung dengan waktu yang sudah di sepakati antara partisipan dan peneliti.
- c. Dokumentasi: sebagai pelengkap dari observasi dan wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti. Dokumentasi ini biasanya berbentuk tulisan (catatan harian, peraturan), gambar atau karya monumental (Creswell, 2002; Sugiyono, 2014). Pada dokumentasi ini peneliti akan mengambil gambar dari suasana kedai kopi, dan juga rekaman wawancara berupa suara/ video jika partisipan menginginkan wawancara secara daring.

3.5 Etika Penelitian

Penelitian ini mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan *headbar*, karyawan *fulltime* dan juga konsumen *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung. Peneliti akan merahasiakan identitas informan dengan menyamarkan nama informan dalam data penelitian.. Dalam pengumpulan data, penelitian melakukan rekaman pada saat wawancara atas izin informan dan jika melakukan wawancara secara daring, peneliti merekam proses wawancara melalui aplikasi Zoom Meeting yang otomatis tersimpat berupa video. Wawancara secara daring

dilakukan optional karena berpacu kepada waktu dan tempat ketersediaan responden yang berada di luar area Bandung Raya. Data penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti akan dijaga kerahasiannya dan hanya dapat diakses oleh peneliti dan dosen pembimbing.

Sebelum melakukan penelitian data ke lokasi, peneliti akan mengirimkan surat permohonan izin penelitian yang dikeluarkan oleh Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia kepada manajer *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung. Untuk mencari informan berupa konsumen yang bersedia diwawancarai peneliti akan bertanya untuk meminta izin kepada konsumen yang sedang berkunjung pada saat yang sama dengan peneliti, selain itu peneliti akan memasang *flyer* dan iklan di sosial media atau menghubungi pengikut sosial media *Work Coffee* Indonesia melalui *direct message*. Peneliti akan menjelaskan informasi penelitian secara lisan sebelum melakukan wawancara dengan *headbar*, karyawan *fulltime*, maupun dengan konsumen *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung. Setelah informasi penelitian tersampaikan dan dapat dipahami oleh *headbar* dan karyawan, peneliti meminta untuk menandatangani *informed consent form* sebagai bentuk ketersediaan menjadi informan penelitian.

Sebagai bentuk terimakasih peneliti kepada *Work Coffee* Indonesia, peneliti memberikan cendera mata berupa lukisan suasana di *Work Coffee Micro Shop* dan memberikan gantungan kunci dengan desain tagline “*Less Waste More Coffee*” serta pin dengan desain “*0% Plastic*” untuk informan konsumen.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang penting dalam penelitian kualitatif dengan sifat yang berkelanjutan (Given, 2008; Mertens, 2009). Dalam proses analisis data penelitian kualitatif melibatkan banyak analisis data, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, foto, audio, dan observasi digital (Given, 2008). Analisis data penelitian kualitatif menegaskan diktum “mempercayai proses” (Creswell, 2002). Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan merupakan metode dasar analisis tematik dikarenakan mempunyai sifat yang bermanfaat dan fleksibel sehingga berpotensi dengan penjelasan yang terperinci dan kaya saat memberikan laporan (Braun & Clarke, 2006). Proses analisis data menggunakan

analisis tematik ini dengan mengidentifikasi data yang sudah dikumpulkan kemudian ditafsirkan berdasarkan pemahaman makna kata dari penulis (Naeem et al., 2023). Dengan begitu menggunakan analisis tematik untuk memproses data kualitatif menjadikan peneliti berfikir secara cermat karena harus melalui proses yang teliti dalam penelitian dan mendalam sehingga mendapatkan temuan yang kuat. Berikut uraian proses analisis tematik:

1. Memahami data

Dalam analisis data, proses awal peneliti sudah dapat memahami data yang sudah didapatkan dan terkumpul. Dalam proses ini, peneliti dapat melakukan transkrip data dengan pembacaan data berulang kali, mendengarkan audio wawancara kembali, serta memahami isi dengan baik. Peneliti dapat membuat catatan kecil berupa coretan atau garis besar di lembar transkrip data dengan tujuan untuk memudahkan saat menganalisis data di tahap pengcodingan. Transkrip data berupa hasil observasi dan wawancara yang sudah dilakukan penulis terhadap partisipan *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung.

2. Menghasilkan kode awal

Pada proses ini peneliti mulai membuat kode atau label awal dari data yang sudah ada. Pemberian kode atau label dilakukan pada hasil transkrip data observasi dan wawancara. Peneliti melakukan proses ini secara manual menggunakan aplikasi Microsoft Word. Tidak lupa peneliti akan memeriksa dan memastikan kembali label dan kode yang telah dibuat.

3. Mencari tema

Pada proses ini, peneliti mencari tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tema yang dapat menggambarkan sesuatu yang ada di data berkaitan dengan rumusan masalah penelitian. Proses pencarian tema sama dengan menganalisis kode – kode yang sudah dibuat. Kode yang sudah didapatkan pada proses sebelumnya dapat membentuk tema utama dan yang lainnya dapat membentuk sub-tema.

4. Meninjau tema

Pada proses ini, peneliti meninjau kembali dan menyempurnakan tema yang telah dibuat. Dalam proses ini peneliti memastikan bahwa tema yang

dibuat berkaitan dengan penelitian dan memastikan apakah perlu membuat kode tambahan dalam suatu tema di tahap pengkodean sebelumnya.

5. Mendefinisikan dan memberi nama tema

Selanjutnya peneliti melakukan penyempurnaan tema dengan mendefinisikan dan memberi nama pada tema. Dalam proses penyempurnaan ini peneliti dalam mengidentifikasi tema peneliti atau bukan dan juga mengidentifikasi apakah tema tersebut mengandung subtema atau tidak. Dari data yang sudah terkumpul, peneliti harus bisa mengidentifikasi sesuatu yang menarik dari data dan menjelaskannya, tidak hanya sekedar memparafasekan saja.

6. Membuat Laporan

Pada tahap akhir dari analisis data adalah peneliti membuat laporan akhir berdasarkan proses yang sudah dilakukan. Laporan dibuat secara ringkas, koheren, logis, menarik, dan tidak berulang.

Tabel 3.2 struktur data

Subtema	Tema	Dimensi
Materi	Implementasi <i>zero waste</i>	Strategi <i>branding zero waste</i>
Energi	<i>Branding</i>	
Efek		
Proses		
Media		
Nama	<i>Brand identity</i>	
<i>Icon</i>		
Citra		
Logo		
<i>Tagline</i>		
	Efektivitas	Persepsi konsumen
	Alasan berkunjung	
	Informan tempat	
	Kesadaran implementasi	

Materi	Implementasi <i>branding</i> <i>zero waste</i>
Energi	
Proses	
Pengetahuan tentang kedai kopi	Pengalaman yang dirasakan
Perasaan	
Materi	
Atmosfer	Efektivitas <i>branding</i> sebagai kedai kopi <i>zero</i> <i>waste</i> Ketersampaian Pesan Citra yang diingat

3.7 Kredibilitas

Standar dan kualitas penelitian kualitatif memerlukan dokumentasi yang akurat mengenai penelitian, analisis, dan interpretasi data (Mertens, 2009). Menurut Creswell (2002) penelitian kualitatif memerlukan kredibilitas data untuk memeriksa keakuratan dan kredibilitas penelitian, bahkan dapat dikatakan bahwa kredibilitas data dipandang sebagai kekuatan dari penelitian kualitatif. Peneliti melakukan kredibilitas data dengan menggunakan cara triangulasi dan *member check* (Creswell, 2002; Mertens, 2009).

Triangulasi merupakan proses untuk memastikan kredibilitas dan akurat data yang sudah dikumpulkan dengan melibatkan berbagai metode dan sumber data. Metode yang dilakukan sama dengan waktu melakukan pengumpulan data seperti, wawancara, observasi, dan tinjauan dokumen. Misalnya, melakukan wawancara dengan pihak yang berbeda seperti konsumen yang berkunjung ke kedai kopi.

Member check merupakan proses validasi data dengan meninjau kembali informasi/data yang sudah dikumpulkan dan ditafsir dapat dengan memberikan kepada pihak yang diteliti yaitu *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung. Dalam

penelitian ini, peneliti akan menekankan pertanyaan dan jawaban dari narasumber ketika sedang wawancara.

3.8 Refleksi Diri

Peneliti mempunyai ketertarikan dengan isu lingkungan, bermula dari unggahan video penyu yang sedang berusaha diselamatkan oleh para aktivis lingkungan karena tersendak kantong plastik, hal itu membuat peneliti mencari informasi mengenai dampak plastik terhadap lingkungan terutama pada biota laut dan hal tersebut menggerakkan hati peneliti untuk lebih peduli lagi terhadap lingkungan. Kemudian mulai membaca artikel ataupun unggahan di sosial media mengenai solusi dari permasalahan tersebut, salah satunya ialah konsep *zero waste* yang saat ini menjadi salah satu konsep untuk menangani permasalahan lingkungan. Dengan status peneliti saat ini yang merupakan mahasiswa Manajemen Pemasaran Pariwisata membuat peneliti mempunyai latar belakang pengetahuan dibidang pemasaran salah satunya *branding*. Maka dengan begitu peneliti menggabungkan konsep *zero waste* dengan ilmu pemasaran menjadi strategi *branding zero waste*.

Dengan begitu peneliti mencari lokasi penelitian yang bisa merealisasikan konsep tersebut. Pada dasarnya peneliti mencari lokasi penelitian yang masih berhubungan dengan jurusan kuliah saya saat ini. Peneliti memilih dalam bidang *food and beverage* karena saat semester 3 sempat mengambil mata kuliah tersebut. Secara spesifik peneliti mencari lokasi di sekitar Bandung raya karena masih terjangkau untuk peneliti kunjungi. Setelah melakukan pencarian, akhirnya peneliti memilih Work Coffee Indonesia cabang Bandung sebagai lokasi penelitian dikarenakan beberapa tempat yang memungkinkan dapat merealisasikan konsep untuk penelitian ini berada di luar Bandung raya dan peneliti tidak dapat menjangkaunya, seperti Bogor, Jakarta, Bali. Selain itu, jika dilihat dari sosial media *Work Coffee* Indonesia, mereka sangat jelas melakukan *branding zero waste* tetapi mereka juga sangat gempar mempromosikan produk mereka (kopi). Peneliti merasa sangat tertarik untuk meneliti sejauh mana *branding* yang mereka lakukan dan implementasi *zero waste*. Tidak sampai disitu, peneliti juga penasaran latar belakang berdirinya *Work Coffee* Indonesia dengan memilih menerapkan konsep *zero waste*.

Peneliti sudah mendapatkan izin dari manajer Work Coffee Indonesia cabang Bandung untuk melakukan penelitian disana. Peneliti berkenalan dengan manajer ketika berencana mau melakukan magang disana, tetapi tidak jadi. Selanjutnya saya menghubungi kembali dengan mengirimkan surat pengantar fakultas untuk memastikan ketersediaan menjadi informan dalam penelitian. Namun, karena satu dan lain hal informan dari pihak *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung diamanahi ke *headbar* dan karyawan. Untuk informan konsumen, saya menyebarkan flyer pencarian partisipan di Instagram, menunggu di kedai, dan menghubungi teman – teman yang pernah berkunjung ke *Work Coffee* Indonesia cabang Bandung.