

## **PENDEKATAN KUALITATIF UNTUK RISET PEMASARAN DAN PENGUKURAN KINERJA BISNIS**

**Ihwan Susila**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Email: [ihwan.susila@ums.ac.id](mailto:ihwan.susila@ums.ac.id)

### **Abstraksi**

Makalah ini bertujuan untuk membahas tentang pendekatan kualitatif untuk riset pemasaran sebagai bagian dari pengukuran kinerja bisnis di masa kini. Makalah ini membandingkan tiga pendekatan kualitatif diantaranya fenomenologi, grounded theory, dan etnografi. Ini akan bermanfaat bagi pengembangan teori dan membantu pengambilan keputusan bisnis yang efektif. Makalah ini menunjukkan bahwa metode kualitatif sekarang dapat diterima untuk riset konsumen dan bidang yang lebih luas dari pemasaran. Makalah ini menawarkan metode penelitian dari perspektif kualitatif dan beberapa kemungkinan penerapannya dalam riset pemasaran dan pengukuran kinerja bisnis.

**Kata kunci:** *kualitatif, pemasaran, kinerja bisnis*

### **Abstract**

*This paper aims to discuss about the qualitative approach to marketing research as part of business performance measurement in the present. This paper compares three qualitative approaches include phenomenology, grounded theory and ethnography. It would be beneficial for the development of the theory and help making effective business decisions. This paper shows that qualitative methods are now acceptable for consumer research and a wider field of marketing. This paper offers from the perspective of qualitative research methods and some of their possible application in marketing research and business performance measurement.*

**Keywords:** *qualitative, marketing, business performance*

### **1. Pendahuluan**

Pengukuran kinerja bisnis semakin berkembang dari kinerja keuangan menjadi kinerja strategis seperti kepuasan konsumen. Pengukuran kinerja bisnis diakui semakin kompleks dan oleh karenanya memerlukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang lebih bervariasi dan *sophisticated*.

Metode kuantitatif dipercaya dapat memberikan gambaran yang lebih baik dan pengukuran pola perilaku dan hasil. Metode kuantitatif biasanya lebih cepat dan lebih ekonomis, dan ketergantungan mereka pada sampel yang lebih besar dapat menjadi bantuan yang lebih efektif untuk pengambilan keputusan kebijakan. Namun metode tersebut tidak fleksibel, dan karena mereka tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan perilaku yang diukur, peran mereka dalam pengembangan teori terbatas. Selain itu, karena metode kuantitatif berkonsentrasi pada apa yang ada, atau karena metode hanya menawarkan bantuan terbatas ketika melihat ke arah masa depan (Easterby-

Smith et al., 2008). Oleh karena itu, metode kualitatif lebih memungkinkan untuk memberikan kontribusi terhadap evolusi teori baru melalui pemahaman proses perilaku dan pengalaman individu.

Kritik positivis dengan pendekatan kuantitatif terhadap penelitian kualitatif adalah pada keandalan yang rendah dan kurangnya kontribusi terhadap *body of knowledge*. Sementara itu, peneliti kuantitatif juga dikritik karena tidak menghargai nuansa makna di balik formulasi statistik mereka (Deshpande, 1983). Oleh karenanya, ketika kekuatan dan kelemahan dari kedua metode tersebut dibandingkan mereka saling melengkapi. Kekuatan dari satu pendekatan terkait dengan kelemahan yang lain. Metode kuantitatif telah dikembangkan untuk tugas memverifikasi atau mengkonfirmasi teori. Sementara itu, metode kualitatif sengaja dikembangkan untuk tugas menemukan atau menghasilkan teori (Firestone, 1987).

Perdebatan riset kuantitatif dengan riset kualitatif sejatinya tidak dapat dilepaskan dari paradigma penelitian yang digunakan. Dalam perkembangannya, perdebatan antara paradigm positivism dan interpretivisme menunjukkan tanda-tanda yang melambat seiring dengan penerimaan dari beragam metode yang digunakan (Goulding, 2005; Brown, 2003). Dalam dua dekade terakhir nampak peningkatan jumlah artikel dengan pendekatan kualitatif di berbagai jurnal ternama dan dengan sendirinya pendekatan kualitatif tidak lagi dipandang sebagai penelitian ‘*speculative*’ (Goulding, 2005). Hal ini menegaskan bahwa ada ruang untuk mengambil manfaat dari penelitian kualitatif yang mendalam.

## **2. Paradigma Penelitian**

Semua disiplin penelitian dilakukan dalam sebuah paradigma. Paradigma penelitian dipahami sebagai keyakinan dasar di mana teori akan dibangun, yang secara fundamental mempengaruhi bagaimana peneliti melihat dunia dan menentukan perspektif dan bentuk pemahaman tentang bagaimana hal-hal yang saling terkait. Guba dan Lincoln (1994) berpendapat bahwa paradigma adalah seperangkat dasar keyakinan sebagai panduan tindakan. Sebuah paradigma dapat dirangkum dan didasarkan pada tiga pertanyaan mendasar yaitu ontologis, epistemologis, dan metodologis. Ontologi adalah mengacu pada bentuk dan sifat dari sebuah realitas. Sedangkan epistemologi adalah keyakinan dasar tentang pengetahuan dan berfokus pada proses mengetahui sementara metodologi bertanya bagaimana untuk mendapatkan pengetahuan di dunia (Guba dan Lincoln, 1994).

**Tabel Paradigma Penelitian**

	Paradigm		
	Positivism	Interpretivism	Critical theory
1. Ontology	Reality is objective and singular, apart from the researcher.	Reality is subjective and multiple as seen by participants in a study.	Historical realism – virtual reality shaped by social, political, cultural, economic, ethnic and gender values; crystallized over time.
2. Epistemology	Dualistic; the researcher is independent (detached) from that	The researcher invariably interacts with that being researched.	Transactional / subjectivist; value-mediated findings.

	being researched.		
3. Methodology	Experimental or statistical control of variables; testing of hypotheses; extensive application of quantitative methods.	Analytic-inductive (i.e. building of theory); extensive application of qualitative methods (e.g. participant observation studies, in-depth interviews).	Dialogic / dialectical.

---

Sumber: Brand (2008), Creswell (2007), Guba dan Lincoln (1994)

Paradigma utama yang digunakan untuk penelitian adalah positivisme, interpretivisme, dan critical theory. Tabel 1 menunjukkan keyakinan dasar yang berkaitan dengan positivisme, interpretivisme, dan critical theory. Hal ini penting untuk mempertimbangkan filosofi penelitian, khususnya keyakinan akan eksistensi objektif atau subjektif dari data (ontologi), dan bagaimana kita datang untuk mengetahui dan memahami data (epistemologi).

### **2.1 Positivis**

Positivisme mengadopsi ontologi realis (Guba dan Lincoln, 1994). Sebuah perspektif ontologis paradigma positivis berpendapat bahwa realitas adalah independen dan eksternal. Menurut epistemologi positivis, ilmu dipandang sebagai cara untuk mendapatkan kebenaran, untuk memahami dunia dengan baik sehingga bisa diprediksi dan dikendalikan (Krauss, 2005). Oleh karenanya pendekatan deduktif biasanya dilakukan dalam positivisme dengan alasan bahwa akan memperoleh hasil yang lebih akurat dan terukur dan juga hipotesis dapat dihasilkan dan diuji. Secara singkat, manipulasi data, operasionalisasi konsep, dan verifikasi statistik dapat dilakukan.

Objektivitas juga merupakan konsep penting dalam epistemologi positivisme. Oleh karenanya penelitian kuantitatif lebih banyak dilakukan dalam positivisme. Penelitian kuantitatif lebih tertarik dalam mendefinisikan struktur, mengidentifikasi hubungan antara struktur dan bagaimana menyajikan mereka dalam hal terukur. Sikap yang harus dibenarkan secara obyektif, diverifikasi dan diuji dengan metode penelitian juga harus menjaga jarak antara peneliti dan subjek. Bias dalam penelitian dapat dihilangkan dengan menggunakan desain penelitian yang baik. Keuntungan dari metode penelitian kuantitatif adalah bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan terukur. Namun demikian, metodologi ini sangat bergantung pada hipotesis yang harus diuji secara ketat, metode pengukuran dan teknik analisisnya (Brand, 2008).

Ada empat kriteria yang dipersyaratkan dalam positivisme. Pertama, validitas internal, berarti derajat temuan benar memetakan fenomena tersebut. Kedua, validitas eksternal adalah tingkat temuan dapat digeneralisasi untuk pengaturan lain yang serupa dengan penelitian yang dilakukan. Ketiga, keandalan yang berarti sejauh mana temuan dapat direplikasi, atau direproduksi oleh peneliti lainnya. Keempat, objektivitas yaitu sejauh mana temuan bebas dari bias (Denzin dan Lincoln, 1994).

### **2.2 Interpretatif**

Berbeda dengan positivisme, pendekatan fenomenologis atau interpretatif berkaitan dengan pemahaman perilaku dari perspektif mereka yang terlibat. Metodologi interpretatif atau fenomenologis dikatakan ideografik karena berupaya untuk mengungkapkan logika internal yang mendukung tindakan manusia melalui penggunaan metode

penelitian yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan akses ke budaya yang diteliti. Pendekatan fenomenologis berusaha untuk sampai pada pemahaman mendalam tentang mengapa perilaku terjadi. Hal ini lebih terkait dengan memahami dan menjelaskan proses perilaku yang berbeda dan pengalaman individu daripada dengan pengukuran seberapa sering hasil perilaku terjadi.

Jadi, mengingat bahwa tujuan penelitian interpretivist adalah untuk memberikan keleluasaan dari perspektif peserta, validitas adalah alat penilaian yang lebih penting untuk pendekatan ini. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan akses penuh ke pengetahuan dan makna dari informan (Easterby - Smith et al., 2008). Penekanannya pada sifat kontekstual, bukan generalisasi pengetahuan, fokus untuk mengumpulkan data yang kaya daripada mengurangi data. Oleh karena itu, metode penelitian kualitatif cenderung lebih banyak digunakan ketika meneliti dalam paradigma ini.

### **2.3 Critical Theory**

Sementara itu, paradigma teori kritis berkaitan dengan menghubungkan antara subjek dan objek (Brand, 2009). Perbedaan asumsi antara ontologi dan epistemologi tidak begitu jelas. Metodologinya adalah bersifat transaksional, dengan fokus pada kebutuhan untuk mengubah ketidaktahuan dan kesalahpahaman menjadi sebuah kesadaran (Guba dan Lincoln, 1994, hal. 110). Metode ini mengandalkan kesadaran pada semua paradigma dan mengacu pada teknik yang terkait dengan metodologi kualitatif dan kuantitatif.

## **3. Pendekatan Kualitatif**

Sebagaimana dijelaskan di atas, penelitian kualitatif berpijak pada paradigma interpretivist yang memiliki desain penelitian berbeda dengan penelitian kuantitatif. Desain penelitian kualitatif diantaranya adalah penelitian naratif, fenomenologi, *grounded theory*, etnografi, studi kasus, dan penelitian tindakan (Denzin dan Lincoln, 1994; Creswell, 2007). Penelitian naratif didefinisikan sebagai "pernyataan lisan atau teks tertulis yang memberikan penjelasan tentang suatu peristiwa atau tindakan atau serangkaian peristiwa atau tindakan, dan kronologis yang terhubung". Penelitian **fenomenologi** menjelaskan arti dari pengalaman hidup individu atau kelompok (Creswell, 2007). Sementara itu, *grounded theory* bertujuan untuk bergerak di luar deskripsi dan untuk menghasilkan atau menemukan teori yang didasarkan pada data dan pengalaman dari para peserta yang berbagi proses yang sama dan tindakan atau interaksi. *Grounded theory* juga menekankan pemahaman tentang interaksi sosial, proses sosial dan perubahan sosial dari perspektif peserta (Strauss dan Corbin, 1990). Sementara, desain penelitian **etnografi** menekankan memperhatikan norma-norma budaya dari peserta (Creswell, 2007). Hal ini berfokus pada kelompok budaya dan menggambarkan seluruh pola berbagi dan belajar nilai-nilai, keyakinan, dan perilaku dari kelompok budaya. Studi kasus melibatkan studi dari sebuah isu yang dieksplorasi melalui kasus-kasus dalam satu pengaturan atau konteks (Creswell, 2007). Sedangkan penelitian tindakan lebih mungkin untuk menyelidiki masalah dalam situasi tertentu di wilayah studi dengan melibatkan peserta (Brydon-Mill et al., 2003). Selanjutnya akan dibahas lebih mendalam tentang tiga pendekatan riset kualitatif yaitu fenomenologi, *grounded theory*, dan etnografi.

### **3.1 Fenomenologi**

Fenomenologi, baik sebagai filsafat dan metodologi telah digunakan dalam penelitian organisasi dan konsumen dalam rangka mengembangkan pemahaman tentang isu-isu kompleks yang mungkin tidak secara langsung tersirat dalam respon permukaan. Namun, dalam bidang pemasaran, itu mungkin telah dilakukan lebih banyak untuk melihat baik prinsip-prinsip yang mendasari fenomenologi dan aplikasi untuk berbagai situasi penelitian. Contoh ini meliputi eksplorasi Thompson (1996) mengenai konsumsi gender dan gaya hidup, analisis Thompson dan Hirschman (1995) tentang praktek perawatan diri dan konsepsi diri, Thompson et al., (1990) studi tentang praktek konsumsi sehari-hari perempuan menikah, dan Thompson dan Haytko (1997) yang mendekonstruksi tentang makna wacana fashion dan hubungannya dengan identitas dan konsepsi diri. Mick dan Demoss (1990) mengeksplorasi pemberian hadiah pribadi, O'Guinn dan Faber (1989) bekerja pada shopping kompulsif, Woodruffe-Burton et al. (2002) melakukan penelitian *gender* dan konsumsi adiktif. Sementara itu, Goulding et al. (2002) menganalisis budaya untuk fragmentasi identitas postmodern dan munculnya komunitas baru, dan Seebarsingh et al. (2002) meneliti tentang hubungan antara bedah kosmetik dan konstruksi identitas.

### ***3.2 Grounded Theory***

Pendekatan grounded teori adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan sejumlah prosedur sistematis guna mengembangkan teori dari data. Pendekatan ini pertama kali disusun oleh dua orang sosiolog yaitu Barney Glaser dan Anselm Strauss. Tujuan dari pendekatan *grounded theory* adalah teoritisasi data. Teoritisasi adalah sebuah metode penyusunan teori yang berorientasi tindakan atau interaksi. Pendekatan ini bertolak dari data menuju suatu teori.

*Grounded theory* pertama kali diperkenalkan oleh Glaser dan Strauss pada tahun 1960an. Glaser dan Strauss (1967) berpendapat bahwa banyak metode yang ada berfokus pada memperoleh fakta-fakta untuk memverifikasi teori. Peneliti cenderung berfokus pada data yang memenuhi perspektif mereka sebelumnya dan memprediksi asumsi mereka (Glaser dan Strauss, 1967). Glaser dan Strauss (1967) kemudian memperkenalkan prosedur yang diperlukan untuk mengembangkan teori dari data kualitatif. Daripada dimulai dengan hipotesis, pendekatan ini dimulai dengan menghasilkan data dalam rangka mengembangkan konsep atau teori (Glaser, 2002).

Sementara Locke (2001) menjelaskan empat tahapan sebagai panduan peneliti yang akan menggunakan pendekatan *grounded theory*. Tahap 1 adalah membandingkan insiden yang berlaku untuk setiap kategori. Tahap 2 adalah mengintegrasikan kategori dan sifat mereka. Tahap 3 dari pendekatan *grounded theory* adalah mengembangkan teori, dan tahap terakhir adalah menulis teori.

Pengumpulan data atau generasi data dalam *grounded theory* memainkan peran penting dalam penelitian. Ini memiliki peran penting dalam menjalankan dan menentukan kualitas dan kredibilitas penelitian (Charmaz, 2006). Menurut Marshall dan Rossman (2011) peneliti kualitatif biasanya bergantung pada empat metode utama untuk mengumpulkan informasi: partisipasi, mengamati secara langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen dan material budaya.

Kunci utama untuk keunggulan dalam *grounded theory*, seperti dalam semua penelitian kualitatif, adalah bahwa kedua pengumpulan data dan teknik analisis harus ketat. Dalam *grounded theory*, skema pengambilan sampel

berubah secara dinamis dengan perkembangan penelitian (Morse, 2010). Menurut Morse (2010), jenis utama dari metode sampling dalam *grounded theory* adalah *convenience sampling*, *purposive sampling*, dan sampling teoritis.

Metode pengambilan sampel yang biasanya digunakan dan diidentifikasi oleh peneliti dalam melakukan penelitian *grounded theory* adalah *purposive* dan *theoretical sampling*. *Purposive sampling* biasanya digunakan pada awalnya oleh peneliti kemudian dilanjutkan dengan sampling teoritis (Strauss dan Corbin, 1990). *Purposive sampling* sengaja berusaha untuk merekrut responden berdasarkan fitur atau karakteristik yang telah diidentifikasi. Sementara itu, sampling teoritis digambarkan sebagai proses pengumpulan data untuk menghasilkan teori ( Glaser dan Strauss , 1967) .

Penarikan sampel teoritis merupakan bagian integral dari *grounded theory* dalam sampling yang didasarkan pada konsep yang berasal dari data (Glaser, 1978; Strauss dan Corbin,1990). Metode komparatif konstan dan kategorisasi data memfasilitasi sampling teoritis karena akan membantu peneliti dalam mengidentifikasi kesenjangan yang perlu diisi dalam rangka mengembangkan teori dan menyediakan sumber data yang kaya (Strauss dan Corbin, 1990).

Berbeda dengan sampel konvensional dimana para peneliti diajarkan tentang sampling orang dan variabel kontrol, sampling teoritis tidak berfokus pada orang tapi konsep. Hal ini digambarkan sebagai proses pengumpulan data untuk membangkitkan teori dengan menganalisis data awal dan kemudian menggunakan kode untuk mengembangkan pengumpulan data lebih lanjut (Glaser, 1978). Ide sampling teoritis tidak mengendalikan sampel tetapi untuk menghasilkan data dari sampel sampai tidak ada data baru yang dihasilkan yang disebut 'saturasi data' atau kejenuhan data. Namun, kejenuhan bukan hanya tentang data baru yang dihasilkan tetapi juga ketika data yang sudah dikembangkan berdasarkan tema (Strauss dan Corbin, 1990) .

Glaser dan Strauss (1967 ) mengemukakan bahwa pengambilan sampel awal harus didasarkan pada perspektif umum daripada pandangan teoritis yang terbentuk sebelumnya. Oleh karena itu pengumpulan data awal dimulai dengan fenomena penelitian (Glaser dan Strauss, 1967; Glaser, 1978). Sampel awal digunakan untuk menghasilkan data.

Oleh karena itu, wawancara sebagai salah satu metode utama dalam *grounded theory* sangat fleksibel dalam pedomannya. Semua peserta mungkin akan diberikan pertanyaan utama tetapi beberapa mungkin berubah untuk mengembangkan fokus teoritis untuk mengembangkan data (Glaser, 1978). Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan akan luas dalam wawancara awal tetapi kemudian akan dipersempit menjadi lebih spesifik untuk berkontribusi pada kejenuhan konsep dan kategori yang muncul.

Data kualitatif biasanya dalam bentuk kata-kata daripada angka, dan selalu menjadi pokok dari beberapa bidang dalam ilmu sosial, terutama antropologi, sejarah, dan ilmu politik. Dalam dekade terakhir telah bergeser ke paradigma yang lebih kualitatif (Miles dan Huberman, 1994).

Menurut Miles dan Huberman ( 1994) ada tiga pendekatan untuk analisis data kualitatif meliputi interpretivisme , antropologi sosial dan penelitian sosial kolaboratif. Dalam interpretivisme, misalnya fenomenologis dan interaksi sosial, ada interpretasi tak terelakkan dari makna yang dibuat baik oleh aktor sosial dan oleh peneliti. Interpretivists dari semua jenis juga bersikeras bahwa peneliti lebih 'terpisah' dari objek studi mereka dengan informan. Mereka berpendapat, peneliti memiliki pemahaman sendiri, keyakinan sendiri, orientasi konseptual

sendiri, mereka juga adalah anggota dari budaya tertentu pada saat tertentu (Miles dan Huberman, 1994). Pendekatan kedua dalam analisis data kualitatif adalah antropologi sosial yang tertarik pada keteraturan perilaku dalam situasi sehari-hari termasuk penggunaan bahasa, artefak, ritual, dan hubungan yang ada. Pendekatan ketiga adalah penelitian sosial kolaboratif dimana peneliti bergabung erat dengan peserta dari awal ( Miles dan Huberman , 1994) .

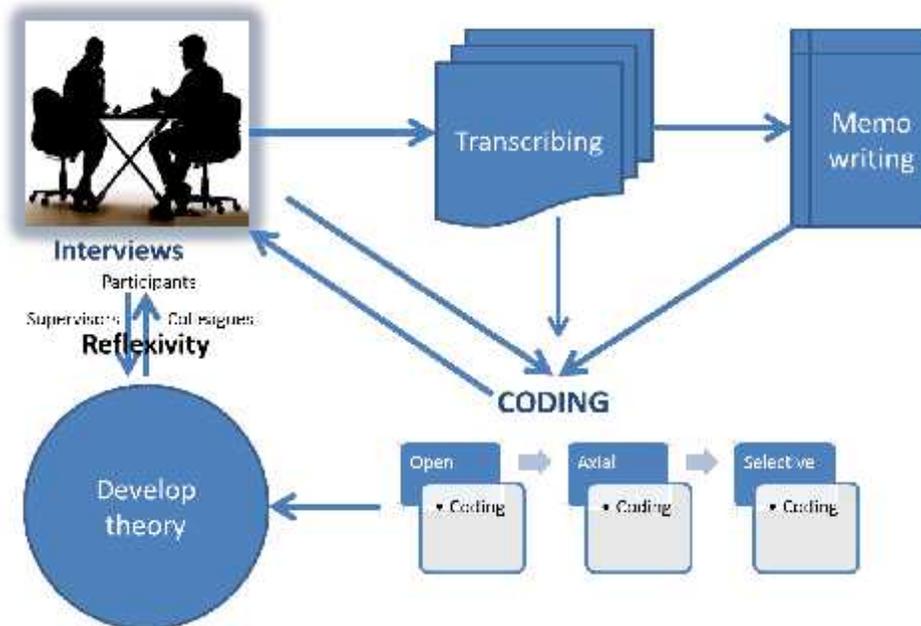
Analisis dalam *grounded theory* dimulai segera setelah pengumpulan data. Analisis data akan terjadi secara bersamaan untuk menghasilkan teori. Strategi ini termasuk pengumpulan data dan analisis secara simultan, proses data coding, perbandingan konstan, menulis memo, sampling untuk memperbaiki ide-ide teoritis peneliti dan integrasi kerangka teoritis (Strauss dan Corbin, 1990; Denzin dan Lincoln, 2003; Charmaz, 2006). Analisis data akan dimulai dengan merendam data melalui berbagai bacaan transkripsi, buku harian reflektif, dan catatan lapangan. Kemudian diikuti dengan pemilahan yang diulang-ulang, coding dan perbandingan yang dijalankan melalui proses analisis secara keseluruhan (Charmaz, 2006).

Langkah pertama dalam analisis *grounded theory* adalah penekanan pada coding data awal secara intensif. Charmaz (2006 ) menyarankan dua tahap proses coding yaitu *open coding* dan *focus coding*. *Open coding* memungkinkan peneliti untuk mengambil data dengan melihat proses sosial dan mengidentifikasi daerah-daerah di mana data yang kurang dan harus dikumpulkan berikutnya. Fokus coding adalah fase kedua yang digunakan untuk mensintesis sejumlah besar data dan menjelaskan hubungan antara mereka. Kode-kode ini digambarkan sebagai sesuatu yang lebih terarah, selektif, dan konseptual (Glaser dan Straus, 1967).

Glaser (1978) menjelaskan proses coding sebagai coding substantif dan coding teoritis. *Substantive coding* adalah kode yang dihasilkan dari data dan terus-menerus membandingkan satu sama lain untuk membentuk kategori sementara coding teoritis yang menjelaskan hubungan antar kode substantif. Menurut Glaser (1978), sebagai kode yang dihasilkan dari data, mereka akan dibandingkan terus-menerus satu dengan yang lain. Kode-kode tersebut kemudian disusun ke dalam kategori yang sama (Glaser, 1978). Kategori ini terdiri dari kode substantif atau kode terbuka di mana proses pembatasan terjadi dengan sendirinya sampai saturasi tercapai (Glaser dan Strauss, 1967). Hubungan antar kode substantif akan dijelaskan yang konseptualisasi kode teoritis dan ini akan memunculkan sebuah teori.

Strauss dan Corbin ( 1990) memberikan metode terstruktur cara pengkodean data termasuk *open coding* (disagregasi data ke dalam unit), *axial coding* (menegaskan hubungan antara kategori), dan *selective coding* (integrasi kategori untuk menghasilkan teori ). Analisis dimulai dengan open coding yang memecah data ke dalam kode. Hal ini dilakukan secara intensif dengan analisis kata-kata atau kalimat yang mencoba untuk membuka data. *Open coding* kemudian diikuti dengan axial coding yang berkaitan kategori untuk subkategori mereka. Masalah yang diidentifikasi dalam langkah ini adalah bahwa hal itu mungkin akan sulit untuk memahami bagaimana kode ini terhubung satu sama lain (Glaser, 1978). Glaser (1978) memberikan solusi untuk membaca data lagi dan lagi kemudian melanjutkan coding bahkan ketika peneliti tidak yakin tentang hasil analisisnya. Mereka harus menuliskan pikiran mereka dan kemudian mendiskusikannya dengan orang lain. Dari data yang dikumpulkan, poin-poin penting ditandai dengan serangkaian kode (Strauss dan Corbin, 1990). Kemudian kode ini dikelompokkan ke dalam konsep serupa dalam rangka untuk membentuk kategori. Kategori-kategori yang muncul akan diberi label dan saturasi

biasanya dicapai (Strauss dan Corbin, 1990). Akhirnya, pengkodean selektif diterapkan dalam rangka untuk bergerak ke arah yang lebih abstrak, analitis, dan konseptual. Ini adalah bagian terpenting dalam *grounded theory* dimana mereka saling berhubungan dengan banyak kategori lain dan menjelaskan sebagian besar dari apa yang sedang terjadi.



**Gambar 1 Proses Pengkodean**

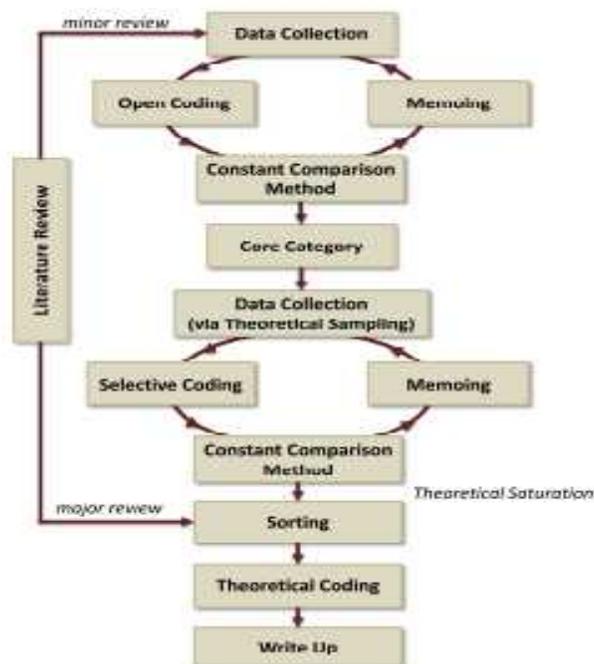
Sumber: Adaptasi dari Glaser dan Strauss (1967)

Menulis memo merupakan bagian penting dari analisis yang berkaitan dengan pengkodean data dan analisis draft pertama selesai. Memo akan membantu mengembangkan karakteristik kategori dan mengintegrasikan mereka dalam rangka menciptakan teori (Strauss dan Corbin, 1990). Memo akan mencakup catatan operasional tentang pengumpulan data serta memo teoritis. Memo teoritis mencakup ide-ide awal tentang data dan 'hipotesis' yang muncul tentang hubungan antara kode. Oleh karena itu, memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi proses dan tindakan yang termasuk dalam masing-masing kategori dan meneliti bagaimana berbagai kategori mungkin saling terkait yang dianggap sebagai memo operasional (Charmaz, 2006).

Glaser dan Strauss (1967) mendefinisikan kejenuhan (*data saturation*) sebagai tidak ada data tambahan yang ditemukan. Ada dua fase kejenuhan data yaitu saturasi kategori dan saturasi teoritis (Glaser, 1978; Strauss dan Corbin, 1990). Kategori saturasi berhubungan dengan proses yang menggambarkan bahwa tidak ada informasi baru muncul selama coding. Saturasi teoritis berkaitan dengan kesimpulan dari generasi teoritis dan bukan sekedar konfirmasi. Ini akan memerlukan verifikasi antara menghasilkan wawasan teoritis dan mengumpulkan bukti.

Refleksivitas adalah kesadaran para peneliti tentang bagaimana mereka dapat mempengaruhi studi melalui pengalaman mereka, keyakinan, dan kepentingan, dan bagaimana asumsi mereka sendiri dapat mempengaruhi temuan studi (Mruck dan Mey, 2007). Mruck dan Mey (2007) menyebutkan bahwa refleksivitas adalah tentang

bagaimana peneliti berinteraksi dengan subyek di lapangan, apa masalah yang mereka temui, dan bagaimana masalah tidak diselesaikan. Dalam metode kualitatif reflektivitas ini tidak hanya dibangkitkan selama pengumpulan data, tetapi juga dalam analisis data di mana sensitivitas peneliti dan pengaruh latar belakang mempengaruhi proses ini (Corbin dan Strauss, 2008). Reflektivitas dilakukan dengan mengkaji secara berkala data coding untuk meningkatkan kredibilitas analisis. Selain itu, bersama-sama dengan tulisan memo akan membantu peneliti dalam memperoleh wawasan dari perspektif lain dan mencegah peneliti dari sensitivitas data atau menutup perspektif peserta.



**Gambar 2. Siklus Pendekatan Grounded Theory**

Sumber: Hoda et al., (2001).

### 3.3 Etnografi

Akar pendekatan etnografi yang terletak pada antropologi budaya, dengan fokus pada masyarakat skala kecil dan konsep sentral, tetap penting sampai saat ini. Perhatian utama dalam pendekatan ini adalah konstruksi dan pemertahanan budaya. Etnografi bertujuan untuk melihat sesuatu yang melampaui apa yang orang katakan untuk memahami makna dari sistem bersama yang kita sebut budaya.

Etnografi dapat berupa deskripsi lengkap atau sebagian dari kelompok sebagai cara untuk mengidentifikasi benang merah fenomena umum, baik yang berkaitan dengan agama, hubungan sosial maupun gaya manajemen.

Arnould (1998) memberikan pembahasan mendalam etnografi berorientasi konsumen menunjukkan bahwa "etnografi mencoba untuk menjelaskan pola terstruktur dari tindakan yang budaya dan atau sosial bukan hanya pada aspek kognitif, afektif, tetapi juga sampai pada aspek perilaku". Stebbins (1997) menggambarkan potensi penelitian etnografi untuk mempelajari gaya hidup dalam konteks budaya atau sub-budaya di mana mereka berlaku, sedangkan

Arnold dan Wallendorf (1994) membahas relevansi etnografi dengan orientasi pasar untuk mengembangkan strategi pemasaran.

#### **4. Penutup**

Metode kualitatif menawarkan pendekatan yang lebih berorientasi pada kedalaman analisis pada riset pemasaran dan pengukuran kinerja bisnis. *Grounded theory* sebagai sebuah metodologi yang muncul dari disiplin ilmu sosiologi yang fokus pada perilaku masyarakat baik secara individu maupun kelompok telah berkembang dan diakui sebagai salah satu metode yang terpercaya dalam riset kualitatif di bidang pemasaran dan bisnis. Terdapat beberapa komponen dalam pendekatan *grounded theory* yang perlu diperhatikan oleh peneliti. Pertama, harus ada keterlibatan simultan dalam pengumpulan data dan analisis. Kedua, kode dan kategori analitik harus dibangun dari data, bukan dari 'hipotesis' logis yang dikembangkan. Ketiga, penggunaan metode perbandingan konstan, yang melibatkan pembanding selama tahap analisis. Keempat, pengembangan teori pada setiap langkah pengumpulan data dan analisis. Kelima, penulisan memo untuk menguraikan kategori, menentukan sifat mereka, menentukan hubungan antar kategori, dan mengidentifikasi kesenjangan. Keenam, sampling ditujukan untuk konstruksi teori, bukan untuk keterwakilan populasi. Ketujuh, melakukan kajian literatur setelah mengembangkan analisis independen. *Grounded theory* lebih fleksibel dalam hal data, tetapi menegaskan sampling teoritis dan saturasi baik data maupun teori sebelum mengklaim teori yang dibangun. Ini memiliki potensi untuk sejumlah arah penelitian dan konteks yang melampaui perilaku konsumen, misalnya, hubungan pemasaran atau bahkan situasi penjualan.

Etnografi umumnya observasi partisipasi dan wawancara. Agenda penelitiannya fokus pada dinamika antar-departemen, isu jenis kelamin, etika pemasaran atau konsumsi produk hijau. Sementara itu, fenomenologi memiliki karakteristik yang unik dan filsafat pengalaman sendiri, yang mungkin bermanfaat dalam hal membangun teori berbasis kehidupan sehari-hari, baik dalam hal konsumsi atau pengambilan keputusan strategis

#### **Daftar Pustaka**

- Arnould, E.J. (1998), "*Daring consumer-oriented ethnography*" in Stern, N. (Ed), *Representing Consumer: Voices, Views, and Visions*, London, Routledge.
- Arnold, E.J., and Wallendorf, M. (1994), "Market oriented ethnography: interpretation building and marketing strategy formulation", *Journal of Marketing Research*, Vol. 31, November, pp. 484-504.
- Brand, V. (2009), "Empirical business ethics research and paradigm analysis." *Journal of Business Ethics*, Vol. 86, No.429-449.
- Brown, S. (2003), "Crisis , what crisi? Marketing, Midas, and the Croesus of representation." *Qualitative Marketing Research: An International Journal*, Vol. 6, No. 3: pp. 194-205.
- Brydon-Miller, M., Greenwood, D. & Maguire, P. (2003), "Why action research." *Action Research*, Vol. 1, No.1: pp. 9-28.
- Charmaz, K. (2006), "*Constructing Grounded Theory: a practical guide through qualitative analysis*," Los Angeles London New Delhi Singapore, Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2007), "*Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*," Thousand Oaks London New Delhi, Sage Publication.

- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1994), "*Handbook of qualitative research*," Thousand Oaks London New Delhi, Sage Publication.
- Deshpande, R. (1983), "Paradigms lost: on theory and method in research in marketing." *Journal of Marketing*, Vol. 47, No.4: pp. 101-110.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R. & Jackson, P. R. (2008), "*Management Research*," Los Angeles London, Sage Publication.
- Firestone, W. A. (1987), "Meaning in method: the rhetoric of quantitative and qualitative research." *Educational Researcher*, Vol. 16, No.7: pp. 16-21.
- Glaser, B. G. (1978), "*Theoretical sensitivity*," California, The Sociology Press.
- Glaser, B. G. (2002), "Conceptualization: on theory and theorizing using grounded theory." *International Journal of Qualitative Methods*, Vol. 1, No.2: pp. 23-38.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967), "*The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*," New York, Aldine.
- Goulding, C. (2002), *Grounded Theory: A practical guide for management, business and market researchers*, London, Sage.
- Goulding, C. (2005), "Grounded theory, ethnography and phenomenology: a comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research." *European Journal of Marketing*, Vol. 39, No. 3/4: pp. 295-308.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. (1994), "Competing paradigms in qualitative research." in Denzin, N. & Lincoln, Y. (Eds.) *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, Sage Publication
- Hoda, R., Noble, J., and Marshall, S. (2011), "Developing a grounded theory to explain the practices of self-organizing agile teams. *Empirical Software Engineering*. In Press.
- Locke, K. (2001), "*Grounded theory in management research*," London Thousand Oaks New Delhi, Sage Publications.
- Marshall, C. & Rossman, G. B. (2011), "*Designing qualitative research*," Thousand Oaks, Calif London, Sage Publications.
- Mick, D. G., and Demoss, M., (1990), "Self gifts: phenomenological insights from four contexts", *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, December, pp. 322-332.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994), "*Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*," Thousand Oaks California London New Delhi, Sage Publications.
- Morse, J. M. (2010), "Sampling in grounded theory." in Bryant, A. & Charmaz, K. (Eds.) *The Sage Handbook of Grounded Theory*. London New Delhi Thousand Oaks Singapore, Sage Publications
- Mruck, K. & Mey, G. (2007), "Grounded theory and reflexivity." in Tony, B. & Charmaz, K. (Eds.) *The sage handbook of grounded theory*. Los Angeles, Calif London, Sage
- O'Guinn, T. C., and Faber, R. J., (1989), "Compulsive buying: a phenomenological exploration", *Journal of Consumer Research*, Vol. 16, September, pp. 147-157.
- Seebarsingh, N., Patterson, M., and O'Mally, L. (2002), "Finding ourselves: women, breast augmentation and identity", *Gender, marketing and Consumer Behaviour*, Vol. 6, pp. 15-16.
- Stebbins, R., (1997), "Lifestyle as a generic concept in ethnographic research", *Quality and Quantity*, Vol. 31, No. 4, pp. 347-360.

- Strauss, A. & Corbin, J. (1990), "*Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*," Newbury Park London New Delhi, Sage Publications.
- Thompson, C.J., (1996), "Caring consumer: gendered consumption meanings and the juggling of lifestyle", *Journal of Marketing Research*, Vol. 22, March, pp. 388-407.
- Thompson, C. J., Locander, W. B., and Pollio, H. R., (1990), "The lived meaning of free choice: an existential phenomenological description of everyday consumer experiences of contemporary married women", *Journal of Consumer Research*, vol. 17, December, pp. 346-361.
- Thompson, C. J., and Haykto, D. L., (1997), "Consumers uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meaning", *Journal of Consumer Research*, Vol. 25, March, pp. 139-153.
- Woodruffe-Burton, H., Eccles, S, and Elliott, R., (2002), The effect of gender on addictive consumption: reflections on men, shopping and consumption meaning., *Gender, Marketing and Consumer Behaviour*, Vol. 16, pp. 239-256.