

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode kualitatif deskriptif dipilih dalam penelitian ini karena relevansinya dalam mengeksplorasi pengalaman manusia dan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial, termasuk dalam konteks *fashion tourism* di Kota Bandung (Hall & Liebenberg, 2024). Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami lebih dalam dinamika antara wisatawan, pelaku industri *fashion*, dan kota sebagai destinasi. Sejalan dengan pandangan Creswell dan Poth (2017), metode ini efektif dalam mengungkap bagaimana individu merespons dan memahami situasi sosial terkait *fashion tourism*.

Penelitian ini berfokus pada pembentukan skenario sebagai pengembangan strategi pemasaran *fashion tourism* berkelanjutan, sehingga penting untuk memperoleh wawasan kontekstual dari para stakeholder, wisatawan, serta penduduk lokal yang terlibat dalam industri ini. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini memungkinkan penggalian informasi yang lebih mendalam mengenai persepsi, motivasi, pengalaman dan harapan langsung dari para pihak yang terlibat. Ini akan memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai bagaimana tren *fashion* dapat dipadukan dengan daya tarik wisata, sekaligus mendukung keberlanjutan pariwisata di Kota Bandung.

Metode ini juga diharapkan dapat menghasilkan data yang kaya dan relevan (Bradshaw et al., 2017) dalam memahami bagaimana berbagai elemen *fashion tourism* berkembang dan berinteraksi di Kota Bandung. Dengan demikian, peneliti dapat mengidentifikasi peluang strategis dalam menciptakan dan memasarkan konsep *fashion tourism* berkelanjutan, yang tidak hanya menguntungkan dari segi ekonomi tetapi juga memberikan dampak sosial dan lingkungan yang positif yang akan terbentuk dalam sebuah skenario.

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini peneliti memilih Kota Bandung sebagai lokasi dan objek penelitian. Melihat sejarah Kota Bandung dibangun pada masa kolonial Belanda pada awal abad ke-19 sebagai pusat pemerintahan dan perdagangan di wilayah Priangan. Kemudian pada pertengahan abad ke-19 dimana telah selesainya pembangunan rel kereta yang menghubungkan Bandung dengan Batavia (sekarang Jakarta) menandakan awal mula perkembangan kultur *fashion* di Bandung. Sejak saat itu Bandung menjadi tempat penting bagi kalangan elit kolonial Belanda yang sering berkunjung untuk berlibur dan berbelanja hingga Bandung mendapatkan julukan “*Parijs van Java*”. Nuansa bangunan dengan gaya arsitektur Art Deco dan udara sejuk di Kota Bandung ini sangatlah menunjang membuat kota ini terus berkembang dan pada tahun 1980-an, Bandung dikenal sebagai surganya belanja berkat hadirnya *factory outlet* (FO) yang menawarkan berbagai pakaian bermerek dengan harga terjangkau.

Produk *fashion* yang ditawarkan tidak hanya terjangkau namun juga sangatlah beragam dan memiliki desain yang unik dan eksklusif. Kreatifitas designer lokal dan para UMKM dalam menuangkan ide-ide mereka menjadi sebuah karya seni salah satunya pada bidang *fashion* menjadi salah satu faktor Kota Bandung diakui sebagai kota kreatif oleh UNESCO pada tahun 2015, yang memperkuat posisi Bandung sebagai pusat industri kreatif di Asia Tenggara. Daya tarik pariwisata yang terus berkembang dengan banyaknya pusat perbelanjaan, butik, dan destinasi wisata kreatif ini juga menarik banyak wisatawan domestik dan internasional.

Kota Bandung ini juga tidak hanya menjual tetapi juga merupakan salah satu sentra pembuatan textile yang meningkatkan aktivitas di industri *fashion*. Tingginya aktivitas ini juga menyebabkan adanya pencemaran lingkungan khususnya pada sungai citarum di Kota Bandung yang kondisinya cukup tercemar. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami bagaimana Bandung sebagai destinasi *fashion tourism* dapat berkembang sambil mendukung keberlanjutan lingkungan dan sosial. Hal tersebut menjadi alasan kuat mengapa penulis memilih Kota Bandung untuk menjadi lokasi pada penelitian ini.

3.3 Partisipan Penelitian

Partisipan pada penelitian ini akan menggunakan teknik sampling purposive dimana kriteria responden akan ditentukan misal menggambarkan demografi seperti usia, jenis kelamin, menggunakan produk atau tidak, dan menggunakan produk dalam kurun waktu tertentu atau tidak, kemudian dipilih sebagai sampel (Hadi & Rusman, 2021). Untuk menjawab pertanyaan penelitian diperlukan partisipan dari stakeholder pentahelix di Kota Bandung yang terdiri dari:

1. Akademisi dari kedua industri
2. Bisnis yaitu pelaku bisnis industri *fashion* Kota Bandung
3. Komunitas *fashion* di Kota Bandung
4. Media melalui *fashion influencer* Bandung
5. Pemerintah / instansi terkait

Penelitian ini akan mengambil data berdasarkan perspektif atau sudut pandang dari stakeholder maka untuk mendapatkan kredibilitas data dari partisipan stakeholder tersebut berikut merupakan kriteria yang akan digunakan untuk memilih partisipan yang akan diwawancarai yaitu terlibat di kegiatan industri baik bekerja atau belajar di industri *fashion* atau pariwisata minimal selama 5 tahun. Tingkat kredibilitas data diukur oleh peneliti saat melakukan wawancara dengan pendalaman informasi mengenai latar belakang yang dimiliki sebelum menanyakan pertanyaan pada pedoman wawancara yang telah dibuat.

Kemudian penulis juga akan mewawancarai beberapa wisatawan yang memiliki motivasi *fashion* untuk melihat sudut pandang wisatawan dalam kondisi *fashion tourism* Kota Bandung serta harapan yang dimiliki oleh wisatawan, dengan kategori sebagai berikut:

- a. Rentang usia 19-30 tahun

Rentang usia ini dipilih dimana usia minimal 19 tahun menjadi tolak ukur anak muda yang sedang mencari jati diri dan memiliki rasa keingintahuan yang besar dalam eksplorasi *fashion*. Lalu rentang usia maksimal 30 tahun menjadi batasan penelitian karena peneliti menginginkan hasil penelitian dari sudut pandang anak muda khususnya pada Gen Z.

- b. Pendidikan minimal SMA

Kategori ini dipilih karena wisatawan dengan latar belakang minimal berpendidikan SMA dianggap telah memiliki pengetahuan umum yang cukup untuk menjawab pertanyaan penelitian nantinya.

c. Merupakan *travel and fashion enthusiast*

Kategori ini merupakan *purposive* dari penelitian ini yang sesuai dengan segmentasi pasar bagi *fashion tourism* itu sendiri dimana wisatawan yang akan diwawancarai memang memiliki minat tinggi dan pengetahuan yang cukup dalam kegiatan berwisata dan juga merupakan penggiat *fashion*.

d. Pernah/sering berkunjung ke destinasi *fashion tourism* Bandung dalam waktu 2 tahun terakhir

Kategori ini juga merupakan *purposive* dari penelitian ini dimana peneliti menginginkan sudut pandang wisatawan pada update terbaru dari setiap aktifitas dari *fashion tourism* di Kota Bandung.

Wawancara dengan partisipan dipilih peneliti berdasarkan kriteria yang telah disebutkan direkrut dari jangkauan terdekat seperti kolega hingga merekrut dari profil sosial media yang masuk dalam kriteria dan juga random sampling dari turis yang peneliti temui di kawasan *fashion tourism* Kota Bandung. Partisipan diberi penjelasan mengenai gambaran umum penelitian yang kemudian mengisi lembar persetujuan untuk melakukan wawancara dan recording audio sebagai data penelitian. Berikut merupakan profil dari partisipan yang bersedia untuk di wawancara:

Table 1 Data Partisipan

Kode	Gender	Jenis Partisipan	Umur	Durasi	Tanggal
N1	Perempuan	Pemerintah (DISBUDPAR)	41	29.08	13/08/24
N2	Perempuan	Business UMKM	23	13.40	15/08/24
N3	Laki-Laki	Business UMKM	24	11.03	15/08.24
N4	Perempuan	Media dan Akademisi Pariwisata	23	11.52	19/08/24
N5	Perempuan	Turis Lokal (Sukajadi)	23	08.49	19/08/24

Kode	Gender	Jenis Partisipan	Umur	Durasi	Tanggal
N6	Laki-Laki	Turis Domestik (Purwakarta)	22	12.39	29/08/24
N7	Perempuan	Akademisi Fashion	25	13.14	30/08/24
N8	Laki-Laki	Turis Luar Jawa (NTT)	27	12.57	30/08/24
N9	Laki-Laki	Turis Luar Jawa (Bali)	24	13.23	03/09/24
N10	Perempuan	Komunitas dan Akademisi Fashion	37	41.57	04/08/24
N11	Laki-Laki	Turis Lokal (Tubagus Ismail)	23	25.14	04/03/24
N12	Perempuan	Turis Internasional (Los Angels)	24	16.03	07/09/24
N13	Laki-Laki	Turis Internasional (Singapur)	21	11.21	08/09/24
N14	Perempuan	Turis Domestik (Jakarta)	19	11.06	09/09/24
N15	Perempuan	Turis Domestik (Jakarta)	23	12.39	11/09/24
N16	Perempuan	Turis Domestik (Jakarta tinggal di Prancis)	27	16.09	22/09/24
N17	Perempuan	Turis Lokal (Jln Peta)	23	12.50	24/09/24

Tabel diolah oleh peneliti

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Data kualitatif berupa kata-kata dan kalimat yang menjelaskan informasi yang nantinya akan diolah untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data didapat dari hasil *desk study*, observasi lapangan maupun wawancara dengan partisipan.

Sumber data yang digunakan mengikuti persepsi dari Sugiyono (2017) dimana sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Digunakan juga data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Untuk memenuhi sasaran penelitian akan dilakukan analisis pasar dari *fashion tourism* untuk mengetahui keinginan dari para wisatawan, proses analisis secara keseluruhan kebutuhan pemasaran mulai dari riset pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan hingga membangun loyalitas yang harus memiliki visi yang berkelanjutan (Belz & Peattie, 2012). Berikut merupakan tabel kebutuhan data untuk riset pasar yang akan dilakukan dalam penelitian ini:

Table 2 Kebutuhan Data Berdasarkan Teori Pendekatan

Pendekatan (sumber)	Indikator	Kebutuhan Data
Konsep STP Kotler yang disesuaikan dalam (McCabe, 2009)	<i>Segmenting</i>	Klasifikasi pasar
	<i>Targeting</i>	Target pasar berdasarkan segmentasi yang ada
	<i>Positioning</i>	Posisi kota dari hasil perbandingan <i>perspective stakeholder</i> dan wisatawan
Tahapan Destination fashion conditioning framework (Lewis et al., 2019) yang diintegrasikan dengan Sustainable Marketing Mix 4C (Belz & Peattie, 2012)	<i>(Pengembangan) Customer Solution</i>	Solusi yang ditawarkan bagi wisatawan
	<i>(Promosi) Cost dan Convenience</i>	Penetapan harga sesuai dengan target pasar dan kenyamanan bagi wisatawan
	<i>(Sosialisasi) Communication</i>	Rancangan strategi peningkatan pasar

Tabel diolah oleh peneliti

Detail analisis diatas lebih lanjutnya akan digunakan untuk acuan dalam membuat pedoman wawancara dan merumuskan skenario pengembangan strategi

pemasaran pada kegiatan *fashion tourism* sebagai pengembangan industri yang diharapkan sejalan dengan prinsip *sustainability*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif tentu saja data akan diambil berdasarkan *natural setting*. Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan ada beberapa cara atau teknik yang akan digunakan pada penelitian ini. Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan:

Table 3 Teknik Pengumpulan Data

Data	Metode	Teknik
Primer	Wawancara	<i>In Depth Interview</i>
	Observasi	Perekaman dan Pencatatan
Sekunder	<i>Empirical study</i>	Perekaman dan Pencatatan

Tabel diolah oleh peneliti

3.5.1 Wawancara

Pengumpulan data akan dilakukan dengan metode wawancara mendalam (*In Depth Interview*) yang bertujuan untuk menggali informasi secara komprehensif melalui interaksi langsung antara peneliti dan narasumber (Sugiyono, 2017). Teknik ini dipilih karena dengan melakukan wawancara semi terstruktur peneliti dapat menggali informasi atau data yang diperlukan secara fleksibel dan diharapkan dapat melihat sudut pandang atau pola pikir informan (King et al., 2018) dalam pembahasan mengenai *fashion tourism* di Kota Bandung. Peneliti memilih untuk melakukan wawancara terpisah bukan dengan FGD (*Forum Discussion Group*) dengan harapan dapat lebih mengetahui sejauh mana masing-masing narasumber pada kondisi di kedua industri tanpa adanya pengaruh dari pihak manapun sehingga membantu peneliti dalam tingkat *credibility* data yang didapat.

3.5.2 Observasi

Obyek penelitian dalam penelitian kualitatif yang diobservasi menurut Spradley dalam (Sugiyono, 2013) dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen yaitu *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activities* (aktivitas). Observasi yang dilakukan pada penelitian ini akan mengamati kondisi yang ada pada destinasi wisata *fashion* Kota Bandung sebagai data sekunder yang menjelaskan dan

mendeskripsikan kondisi di lapangan apakah Kota Bandung yang telah terkenal sebagai pusat *fashion* di Indonesia memiliki karakteristik seperti apa untuk menjawab tipologi dari *fashion tourism* di Kota Bandung ini sebagai dasar dari pengembangan strategi pemasaran agar lebih *sustainable*.

3.5.3 Empirical Study

Sedangkan untuk kajian empiric digunakan sebagai data sekunder dari beragam media informasi sebagai kajian kondisi dari keadaan lapangan yang akan mendampingi data yang akan didapat dari para informan dan digunakan untuk validasi data atau pembandingan dengan berita atau kejadian yang ada dilapangan terkait pariwisata dan *fashion*.

3.6 Etika Penelitian

Etika penelitian merupakan aspek penting dalam sebuah penelitian kualitatif karena melibatkan interaksi langsung dengan para partisipan. Oleh sebab itu, peneliti wajib memastikan hak-hak partisipan untuk dilindungi selama penelitian ini berlangsung. Untuk melindungi hak-hak dari partisipan yang akan peneliti lakukan diantaranya adalah;

1. Memberikan form informasi penelitian yang berisi penjelasan secara ringkas mengenai tujuan penelitian, prosedur, kontak personal peneliti dan hak partisipan dimana bila terjadi hal yang tidak berkenan partisipan dapat berhenti kapan saja tanpa prasangka sebelum melakukan wawancara serta penyimpanan data penelitian dalam tempat yang aman dan tidak akan merugikan para partisipan.
2. Menjaga kerahasiaan dan privasi dengan memberikan form persetujuan berisi kesediaan wawancara dan perekaman audio yang ditanda tangani oleh partisipan.
3. Penjelasan Anonimitas dimana identitas partisipan tidak akan diungkapkan dan diganti menggunakan kode dalam laporan penelitian.

Prosedur yang akan diterapkan meliputi pemberian dokumen seperti mengirimkan surat izin penelitian resmi dari pihak institusi, dokumen persetujuan tertulis kepada partisipan, dan penyimpanan data di perangkat yang dilindungi dengan kata sandi yang hanya diketahui oleh peneliti (dokumen terkait tertera di

lampiran). Peneliti juga mempertimbangkan aspek sensitivitas selama wawancara dilakukan untuk memastikan partisipan merasa nyaman dan tidak tertekan dalam memberikan informasi. Dengan menerapkan prinsip dan prosedur etika ini, diharapkan penelitian ini dapat berjalan secara adil dan menjaga martabat semua pihak yang terlibat.

3.7 Analisis Data

Analisis data yang dikatakan oleh Sugiyono (2013) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Melalui pengumpulan dan analisis data, sebuah deskripsi kasus muncul di mana peneliti merinci aspek-aspek seperti sejarah kasus, kronologi kejadian, atau gambaran sehari-hari dari kegiatan kasus tersebut yang kemudian terdiri dari tiga alur kegiatan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles Matthew B & Huberman A. Michael, 1994).

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan penyederhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data ini, peneliti melakukan pengkodean dan mengelompokkan data berdasarkan informasi sejenis yang diungkapkan oleh informan.

2. Penyajian Data

Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid. Pada penelitian ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk naratif agar mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan / Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada rumusan masalah secara tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada. Pada tahapan ini peneliti melakukan verifikasi pemikiran yang ditulis dengan meninjau ulang catatan-catatan yang diperoleh selama penelitian.

Untuk memastikan keabsahan data menurut Sugiyono (2013) uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat meliputi uji, *credibility* (validitas interbal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas). Uji kredibilitas yang dapat dilakukan di penelitian kualitatif antara lain: perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi data, diskusi dengan teman sejawat, *member check*, dan analisis kasus negatif. Dalam penelitian ini akan ditekankan pada uji triangulasi data dimana triangulasi menjadi metode sintesa data dengan paradigma triangulasi untuk memvalidasi kebenaran data baik dari hasil observasi maupun wawancara yang membantu peneliti dalam pengambilan keputusan terhadap penelitian yang dilakukan (Bachri, 2010).

3.8 Refleksi Diri

Pada penelitian ini saya sebagai peneliti memposisikan diri dalam pengembangan kajian literatur sebagai akademisi di bidang kepariwisataan. Melihat kembali latar belakang saya pribadi pada industri *fashion* sendiri pernah terlibat sebagai model kurang lebih selama 6 tahun yang membuat minat saya pada penelitian ini sangat tinggi. Menjadi bagian di kedua industri sebagai model dan juga mahasiswa pariwisata membuat saya lebih *aware* dengan isu-isu yang berkembang di kedua industri, mengetahui adanya potensi besar pada *fashion tourism* ini namun pada faktanya saya melihat ada dampak negatif bagi lingkungan sekitar menimbulkan sebuah pertanyaan besar untuk saya sendiri mengenai apa yang bisa saya lakukan untuk membantu kedua industri ini.

Ketika saya memutuskan untuk mengembangkan topik *fashion tourism* ini khususnya meneliti Kota Bandung yang sudah terkenal sebagai pusat *fashion* di Indonesia sendiri mungkin banyak menganggap penelitian yang saya lakukan ini

kurang penting untuk dilakukan namun saya berprinsip bahwa “*untuk membuat suatu perubahan yang nyata dibutuhkan langkah kecil yang berani mengambil resiko*” karena saya yakin di masa depan penelitian yang saya lakukan akan bermanfaat bagi kedua industri terlebih lagi kota ini merupakan kota kelahiran saya. Dalam menjalankan penelitian ini saya sadar memiliki keterbatasan dalam pengolahan data yang berkaitan dengan angka sehingga saya mengambil metode kualitatif dimana saya dapat mengkaji lebih dalam dan mengenai apa yang terjadi di industri dari beragam perspektif dengan demikian hasil dari penelitian yang saya lakukan dapat dikembangkan lagi di kemudian hari mengingat minimnya literatur yang ada untuk saat ini.