

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung yang secara astronomis terletak pada koordinat $6^{\circ}50'38''$ - $6^{\circ}58'50''$ LS dan $107^{\circ}33'34''$ - $107^{\circ}43'50''$ BT. Sedangkan secara administratif Kota Bandung berbatasan dengan daerah berikut:

1. Di sebelah utara berbatasan dengan kabupaten Bandung Barat (Kecamatan Cisarua, Kecamatan Lembang, Kecamatan Cimenyan, Kecamatan Cilengkong).
2. Di sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Buahbatu, Kecamatan margaasih, Kecamatan margahayu, dan Kecamatan Dayeuh Kolot kabupaten Bandung.
3. Di sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung.
4. Di sebelah barat berbatasan dengan Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat.

Adapun pertimbangan yang menjadi dasar daerah Kota Bandung dijadikan sebagai lokasi penelitian karena Kota Bandung memiliki perkembangan pembangunan yang pesat. Salah satu bentuk perkembangan tersebut ialah dalam sektor perdagangan, dalam hal ini mengenai kondisi pasar tradisional di Kota Bandung ditengah-tengah perkembangan pasar modern yang pesat.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi menurut Yunus (2010, hlm. 260) pada hakikatnya merupakan “kumpulan dari satuan-satuan elementer yang mempunyai karakteristik dasar yang sama atau dianggap sama. Karakteristik dasar mana dicerminkan dalam bentuk ukuran-ukuran tertentu”. Populasi meliputi bukan hanya manusia/perorangan, melainkan juga objek dan benda-benda alam lainnya. Pada penelitian ini populasi yang digunakan merupakan populasi wilayah dan populasi manusia.

a. Populasi Wilayah

Populasi wilayah dalam penelitian ini adalah Kota Bandung, khususnya pasar-pasar tradisional yang dikelola oleh PD Pasar Bermartabat sebanyak 40 unit.

b. Populasi Responden

Populasi responden dalam penelitian ini terdiri dari pedagang pasar dan konsumen yang berbelanja di pasar di Kota Bandung. Adapun jumlah keseluruhan pedagang pasar tradisional yang di kelola PD Pasar Bermartabat ialah 17637 pedagang.

2. Sampel Penelitian

Sampel menurut Yunus (2010, hlm. 267) berasal dari kata bahas inggris *sample* dan kemudian berubah menjadi sampel dalam bahasa Indonesia yang berarti “kata benda yang mengandung pengertian objek-objek atau bagian dari populasi yang akan diteliti dan dimanfaatkan untuk memperoleh gambaran mengenai karakter populasi”.

Sampel responden dalam penelitian ini terdapat sampel untuk pedagang dan pengunjung (konsumen). Untuk menentukan jumlah sampel pedagang, digunakan metode pengambilan sampel bertingkat, adapun perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{17637}{(17637) \cdot (0,05^2) + 1}$$

$$n = \frac{17637}{45,1}$$

$$n = 391,064$$

$$n = 392$$

$$n = \frac{17637}{(17637) \cdot (0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{17637}{(17637) \cdot (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{17637}{177,37}$$

$$n = 99,436 = 100$$

Sampel menurut strata, diperoleh dengan rumus:

$$n_i = (N_i : N) \cdot n$$

Dimana: n_i = jumlah sampel menurut stratum

n = jumlah sampel seluruhnya

N_i = jumlah populasi menurut stratum

N = jumlah populasi seluruhnya.

a. Kelas I = $(11609 : 17637) \times 100 = 66$ pedagang

b. Kelas II = $(5662 : 17637) \times 100 = 32$ pedagang

c. Kelas III = $(366 : 17637) \times 100 = 2$ pedagang

Pengambilan sampel pengunjung dilakukan dengan cara sampel aksidental, artinya setiap pengunjung yang datang ke pasar dan memungkinkan untuk dijadikan responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara spontan terhadap konsumen yang datang ke pasar tradisional dan sesuai dengan kriteria responden.

Untuk menentukan besarnya sampel, Sumaatmadja (1988, hlm.113) mengatakan bahwa “untuk menentukan besarnya sampel tidak ada ketentuan yang pasti, besar angkanya dapat berkisar antara 10-25%”. Untuk penelitian ini jumlah sampel pengunjung (konsumen) dibatasi sejumlah 100 responden. Untuk perinciannya dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Sampel Penelitian

Kelas	Jumlah unit	Kecamatan	Sampel			
			Wilayah	Pasar	Pedagang	Konsumen
Kelas I	10	Andir Bandung Wetan Sumur Bandung Astanaanyar Lengkong Kiaracandong Gedebage Ujungberung	Utara	1	66	10
			Timur	1		10
			Tengah	1		10

Tabel lanjutan 3.1

Kelas II	21	Sukasari Sukajadi Coblong Cibeunying Kaler Bandung Wetan Cicendo Andir Sumur Bandung Bandung Kulon Bojongloa Kaler Astanaanyar Bojongloa Kidul Regol Lengkong Bandung Kidul Kiaracondong Buahbatu	Utara	2	32	20
			Tengah	2		20
			timur	1		10
			Kelas III	6	Coblong Cicendo Bandung Wetan Cibeunying Kidul Sumur Bandung Batununggal Regol Bandung Kidul	Tengah

C. Metode dan Pendekatan Penelitian

1. Metode Penelitian

Penggunaan metode penelitian dalam suatu penelitian akan memudahkan dalam pengumpulan data, analisis data, dan penyajian data hasil penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif ialah metode yang menggambarkan secara sistematis, dan aktual mengenai gejala, fakta-fakta, sifat, serta keterkaitan antar gejala yang ada dalam penelitian. Menurut Tika (2005, hlm. 4) tujuan penelitian deskriptif ialah “pengungkapan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya dan mengungkapkan fakta-fakta yang ada, walaupun kadang-kadang diberikan interpretasi penulis”.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan geografi yang digunakan adalah pendekatan keruangan. Dalam pendekatan keruangan dikaji mengenai struktur keruangan dari aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Pada penelitian tentang kondisi pasar tradisional di Kota Bandung ini, meneliti mengenai bagaimana aktivitas ekonomi pasar berdasarkan persebarannya, interelasi, dan deskripsinya.

D. Variabel Penelitian

Gejala atau peristiwa yang menjadi objek penelitian memiliki karakteristik masing-masing yang dapat diukur. Penelitian ini mengkaji tentang pasar tradisional, pedagang, konsumen beserta perilakunya. Pada setiap kajian tersebut terdapat beberapa karakteristik yang menjadi unit analisis sesuai dengan judulnya yaitu persebaran pasar tradisional dan perilaku konsumennya. Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 3.2.

Tabel 3.2 Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Persebaran Pasar	a. Analisis tetangga terdekat
2	Klasifikasi	b. Kelas pasar
		c. Karakteristik
		d. Jenis komoditi
3	Daya Dukung Pasar	e. luas pasar
		f. jumlah pedagang pasar
4	Karakteristik pedagang	g. asal daerah
		h. usia
		i. Sumber modal
		j. Pendapatan
		k. Jenis dagangan
		l. Status pemilikan kios
5	Karakteristik Konsumen	m. Asal daerah
		n. Alasan membeli di pasar

Tabel lanjutan 3.2

		o. Pekerjaan
6	Perilaku Konsumen	p. Sosial budaya
		q. Personal
		r. Psikologis

E. Definisi Operasional

1. Persebaran

Persebaran mengandung arti bahwa gejala, kenampakan, dan masalah yang terdapat di ruang muka bumi persebarannya sangat bervariasi. Adapun persebaran dalam penelitian ini yaitu persebaran mengenai pasar tradisional di Kota Bandung dan klasifikasinya menurut kelas pasar, karakteristik pasar, dan jenis komoditi.

2. Klasifikasi

Pembagian secara kelas-kelas atau pengelompokan berdasarkan ciri-ciri persamaannya atau perbedaannya. Dalam penelitian ini klasifikasi pasar tradisional dibedakan atas kelas pasar, yaitu Kelas I, Kelas II, dan Kelas III. Selain itu juga klasifikasi pasar tradisional berdasarkan karakteristiknya seperti grosir dan eceran, dan juga berdasarkan jenis komoditinya.

3. Pasar Tradisional

Pasar tradisional menurut Perda Kota Bandung Nomor 19 Tahun 2001 tentang Pengelolaan Pasar di Kota Bandung menjelaskan bahwa pasar tradisional merupakan

Pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, Koperasi atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, dan meja yang dimiliki /dikelola oleh pedagang dengan usaha skala kecil dan modal kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

4. Perilaku Konsumen

Perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, menghabiskan produk dan jasa yang mereka butuhkan untuk mencukupi kebutuhan mereka. Menurut Sumarwan (2011, hlm. 20) menjelaskan bahwa “perilaku konsumen pada hakikatnya menjelaskan bagaimana

seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumberdaya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi)”.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka mendapatkan data dan informasi yang sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi Lapangan, yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian dan mencatat kondisi sebagaimana di lapangan
2. Studi literatur, yaitu mencari dan mempelajari sumber-sumber dalam bentuk dokumen-dokumen dari pemerintah, dan juga buku referensi untuk pembandingan dan pemecahan masalah.
3. Kuesioner, yaitu mendalami informasi dengan cara pemberian daftar pertanyaan terhadap responden yang bersifat logis dan berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.
4. Dokumentasi, yaitu mencari data berupa catatan, dokumen, foto, sebagai pelengkap data primer yang ditemukan di lapangan.

G. Instrumen Penelitian

Penjabaran dari variabel-variabel yang telah ditetapkan merupakan langkah selanjutnya untuk penyusunan instrumen penelitian. Instrumen penelitian akan mengarahkan penelitian sesuai dengan batasan-batasan dari penelitian. Adapun dalam penelitian mengenai persebaran pasar dan perilaku dari konsumennya akan dijabarkan pada tabel 3.3 tentang kisi-kisi instrumen penelitian.

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Sub Indikator penelitian	Jenis Instrumen	Sasaran
Sebaran	Lokasi	Analisis tetangga terdekat		
	Aksesibilitas			
Klasifikasi	Luas pasar			
	Jumlah pedagang			

Tabel lanjutan 3.3

	karakteristik			
	Jenis komoditi			
Daya dukung	Jumlah pedagang			
	Luas pasar			
Karakteristik pedagang	Asal daerah		Angket	Pedagang
	Usia			
	Sumber modal			
	Pendapatan			
	Jenis dagangan			
	Pemilikan kios			
Karakteristik konsumen	Asal daerah		Angket	Konsumen/ pembeli
	Alasan membeli di pasar			
	Pekerjaan			
Perilaku konsumen	Sosial Budaya	Kebiasaan Berbelanja	Angket	Konsumen
		Jarak/akses menuju pasar		
		Jenis barang		
		Kelompok referensi		
		Kondisi Keluarga		
		Peran dan Status Sosial		
	Personal	Usia, tahap siklus hidup		
		Pekerjaan		
		Pendapatan		
		Gaya hidup		
		Kepribadian dan konsep diri		
	Psikologis	Motivasi		
		Persepsi		
		Pembelajaran		
Sikap				

H. Teknik Pengolahan Data

Mengacu kepada pendapat tika (2005, hlm. 91) tentang tentang pengolahan data yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Editing*, data yang telah terkumpul dan tersusun ditinjau kembali sehingga menghasilkan data yang relevan untuk diproses dan relevan dengan tujuan penelitian.
2. *Coding*, pengklasifikasian atau pengelompokan jawaban menurut macamnya yang bertujuan untuk mempermudah dalam analisis sehingga dapat diketahui apakah data tersebut sudah memenuhi terhadap pertanyaan peneliti.
3. *Entry*, dilakukan setelah proses pengelompokan data dimana setelah itu dimasukkan ke dalam kolom-kolom pada tabel pengolahan data.
4. Tabulasi, hasil dari *coding* dan *entry*, data-data yang sudah terkumpul pada tabel kemudian dapat menghasilkan angka-angka sehingga dapat dihitung jumlah masalah dalam berbagai kategori kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menganalisis data yang telah terhimpun sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut

1. Analisis Tetangga Terdekat

Persebaran dari suatu gejala geografis di permukaan bumi membentuk suatu pola tertentu. Metode analisis tetangga terdekat merupakan salah satu model analisa keruangan dengan memberikan ukuran yang bersifat kuantitatif. Analisis ini membutuhkan data jarak antara titik-titik sebaran gejala geografis yang satu dengan yang lainnya yang jaraknya paling dekat.

Dalam menggunakan analisis tetangga terdekat, terdapat beberapa ketentuan yang harus diperhatikan. Menurut Bintarto dan Hadisumarno (1979), langkah dalam analisis tetangga terdekat adalah sebagai berikut:

1. Tentukan batas wilayah yang akan diselidiki
2. Ubahlah suatu persebaran gejala geografis pada peta ke dalam sebuah simbol titik.

2. Analisis Daya Dukung Pasar Tradisional

Analisis daya dukung dalam penelitian ini dari segi pedagangnya. Perhitungan analisis daya dukung untuk pasar tradisional digunakan untuk mengetahui kapasitas pergerakan pedagang. Jika diasumsikan untuk 1 orang pedagang 1×1 m/pedagang. Adapun untuk menghitung daya dukung dari segi pedagang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{luas pasar (m}^2\text{)}}{\text{jumlah pedagang}}$$

3. Perhitungan Presentase

Perhitungan presentase merupakan salah satu teknik analisis untuk penelitian deskriptif. Jumlah dari setiap jenis data yang terkumpul dikalkulasikan dan di presentasikan. Setiap hasil presentase tersebut digunakan untuk pedoman mendeskripsikan data hasil temuan dari lapangan sebagai bentuk kualitatif. Perhitungan presentase menggunakan rumus sebagai berikut.

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P = presentase

f = frekuensi tiap kategori jawaban

n = jumlah keseluruhan responden/data

4. Skala Likert

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana perilaku konsumen pasar tradisional. Perilaku konsumen merujuk kepada sikap atau perilaku seseorang dalam hal memenuhi kebutuhannya di pasar tradisional. Adapun skalasikap yang akan diukur tersebut menggunakan skala likert. Menurut Riduwan dan Akdon (2013, hlm. 16) skala likert digunakan untuk “mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial”.

Dalam skala likert, variabel-variabel penelitian harus dijabarkan kedalam sub-sub variabel dan indikator yang terukur. Dari indikator-indikator tersebut dapat dijadikan acuan untuk membuat instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan

untuk responden. Setiap pertanyaan atau pernyataan tersebut harus memuat jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Alternatif Jawaban Skala Likert

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Sangat setuju (SS)	5	Sangat setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Netral (N)	3	Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Sumber: Riduwan dan Akdon (2013)

Untuk menghitung skor dalam penelitian adalah dengan cara:

Jumlah responden untuk setiap alternatif jawaban x skor jawaban

Untuk melihat presentase kelompok responden secara keseluruhan, digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Menentukan total skor maksimal : skor tertinggi x jumlah responden
- b) Menentukan total skor minimal : skor terendah x jumlah responden
- c) Presentase skor : $(\text{total skor} : \text{skor maksimal}) \times 100\%$

Hasil dari nilai presentase tersebut dapat di masukan kedalam beberapa kriteria dari skala likert pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi Skor

Angka 0% - 20%	Sangat Lemah
Angka 21% - 40%	Lemah
Angka 41% - 60%	Cukup
Angka 61% - 80%	Kuat
Angka 81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan dan Akdon (2013)