

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode adalah cara-cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang bersifat menggambarkan keadaan daerah penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, serta menganalisis hasil penelitian yang diperoleh.

Dalam penelitian ini, jenis metode penelitian deskriptif yang digunakan adalah survey. Pengertian survey menurut Tika (1997: 9) adalah:

Suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan sejumlah besar data berupa variabel, unit atau individu dalam waktu yang bersamaan. Data yang dikumpulkan melalui individu atau sampel fisik tertentu dengan tujuan agar dapat menggeneralisasikan terhadap apa yang diteliti. Variabel yang dikumpulkan dapat berupa fisik maupun sosial. Untuk penelitian sosial kemasyarakatan, survey biasanya menggunakan teknik wawancara atau questioner/angket.

Pendapat Tika tersebut diperkuat oleh pernyataan Singarimbun (1987: 3-4), yang mengemukakan survey adalah “metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.”

Survey dilakukan dengan langkah-langkah pengumpulan data, pengolahan data, membuat kesimpulan dan laporan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang faktor-faktor yang menjadi daya tarik konsumen untuk berbelanja di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi Kota Cirebon.

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi menurut Tika (1997: 32) adalah “himpunan individu atau objek yang banyaknya terbatas atau tidak terbatas.” Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi wilayah dan populasi manusia. Populasi wilayah meliputi seluruh pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi dan populasi manusia meliputi seluruh konsumen yang berbelanja ke pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.

### **2. Sampel**

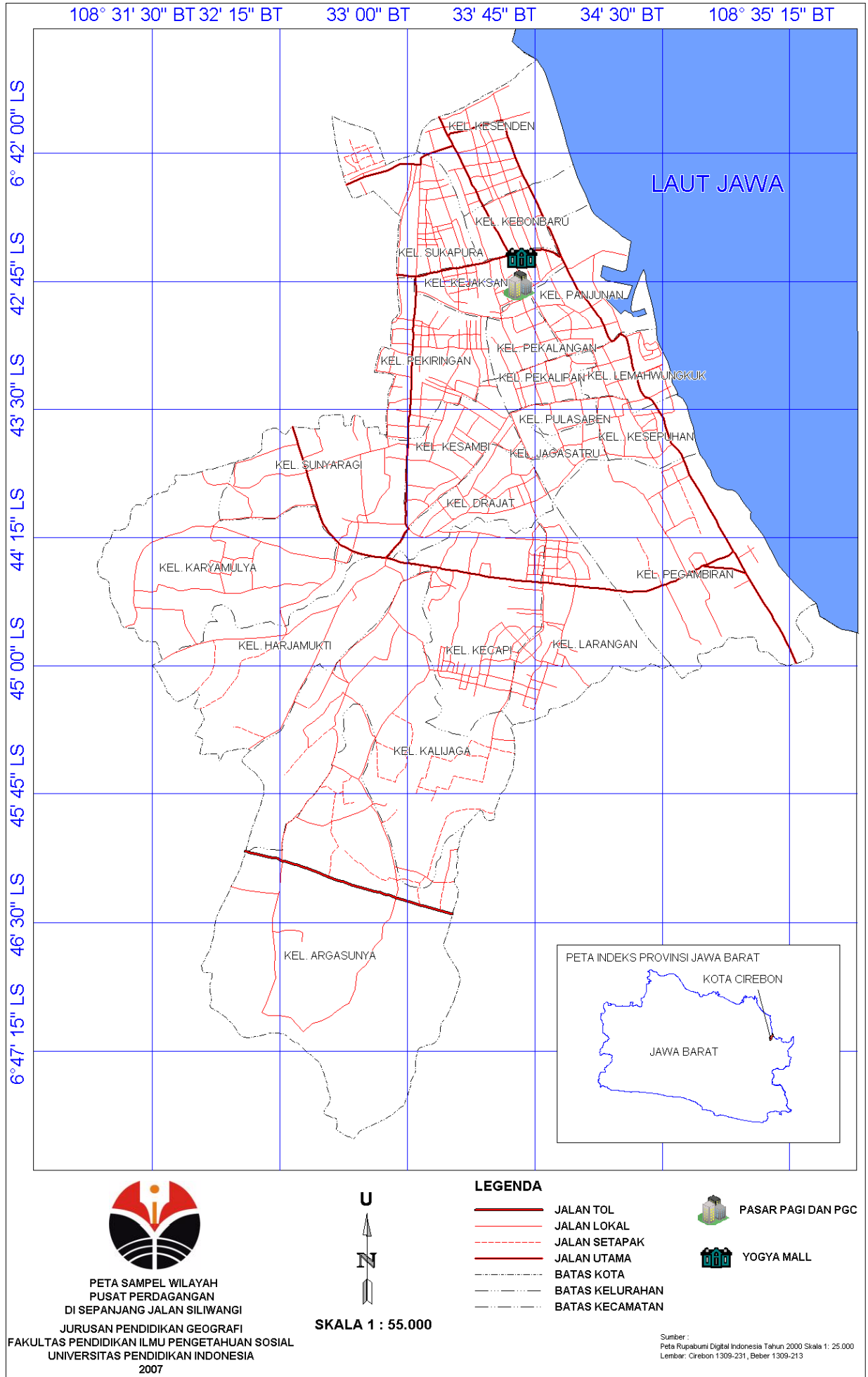
Menurut Tika (1997: 24) sampel adalah “sebagian dari objek atau individu-individu yang mewakili suatu populasi.” Kriteria sampel diambil dari keseluruhan sifat-sifat atau generalisasi dari populasi, dan untuk penarikan jumlah sampel ini tidak ada ketentuan angka yang pasti, penulis berpedoman pada pendapat yang dikemukakan oleh Tika (1997: 33) yang menyatakan bahwa:

Sampai saat ini belum ada keputusan yang jelas tentang batas minimal besarnya sampel yang dapat diambil dan dapat mewakili suatu populasi yang akan diteliti, namun dalam teori sampling dikatakan bahwa yang terkecil dan dapat mewakili distribusi normal adalah 30.

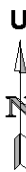
Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampel wilayah dan sampel manusia.

#### **a. Sampel Wilayah**

Sampel wilayah dalam penelitian ini adalah Pasar Pagi, *Yogya Departement Store* dan Pusat Grosir Cirebon yang berada di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.



PETA SAMPEL WILAYAH  
 PUSAT PERDAGANGAN  
 DI SEPANJANG JALAN SILIWANGI  
 JURUSAN PENDIDIKAN GEOGRAFI  
 FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
 UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
 2007



SKALA 1 : 55.000

**LEGENDA**

- JALAN TOL
- JALAN LOKAL
- JALAN SETAPAK
- JALAN UTAMA
- BATAS KOTA
- BATAS KELURAHAN
- BATAS KECAMATAN



PASAR PAGI DAN PGC



YOGYA MALL

Sumber :  
 Peta Rupabumi Digital Indonesia Tahun 2000 Skala 1: 25.000  
 Lembar: Cirebon 1309-231, Beber 1309-213

**GAMBAR 3.1**  
**PETA SAMPEL WILAYAH**

Dikutip oleh : F. R. LAHURENSHA (NIM : 022404)

b. Sampel Manusia

Meliputi konsumen yang berbelanja di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi. Untuk sampel konsumen diambil dengan cara aksidental sebanyak 100 orang. Menurut Sugiyono (2003: 60) yang dimaksud dengan aksidental yaitu “teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”

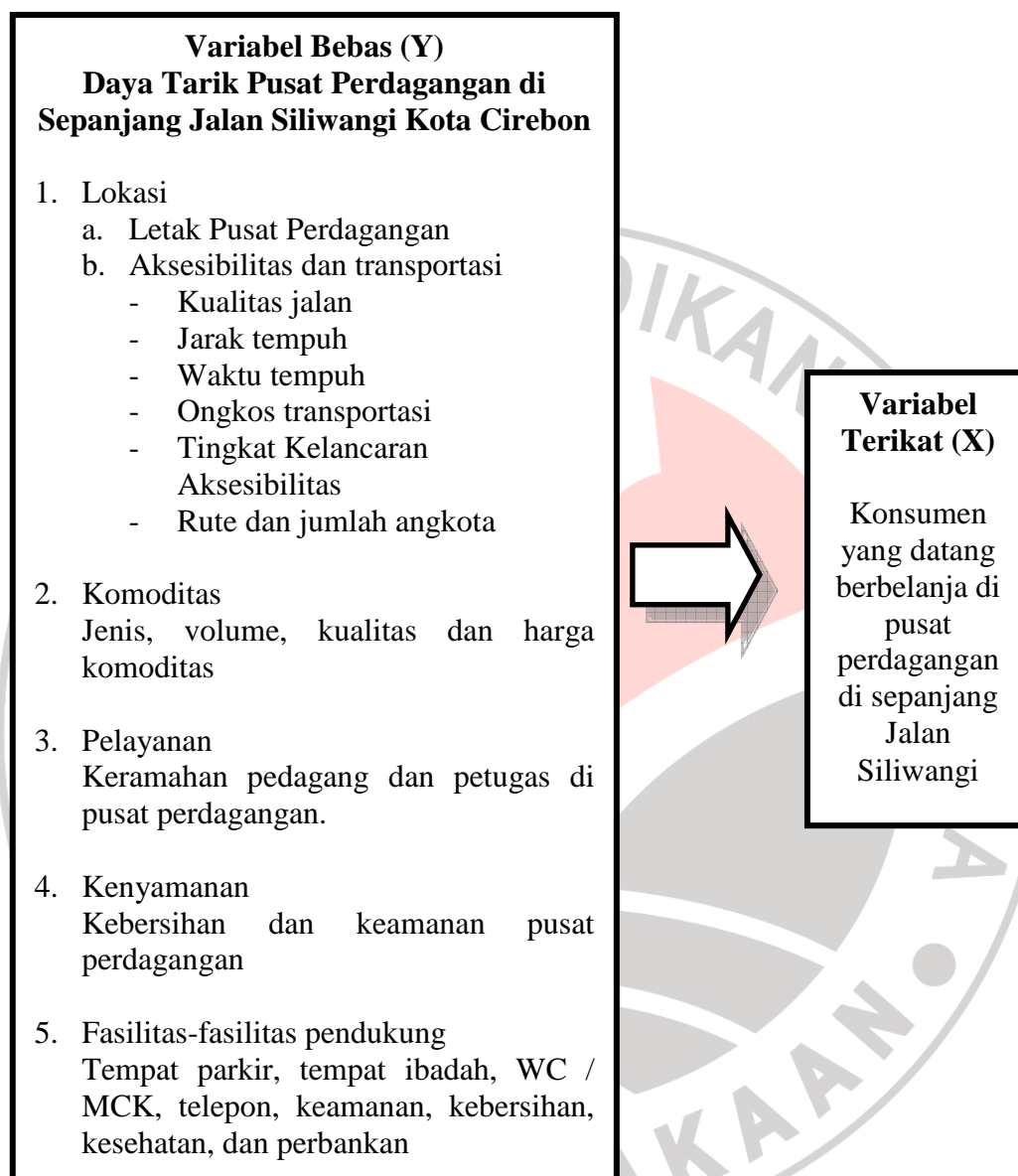
**C. Variabel Penelitian**

Variabel menurut Sudjana (1987: 23) adalah “atribut dari suatu individu, objek, gejala dan peristiwa tertentu yang dapat diukur secara kualitatif dan kuantitatif.”

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang menunjukkan adanya gejala atau peristiwa sehingga diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat, sedangkan variabel terikat merupakan hasil yang terjadi karena pengaruh variabel bebas.

Variabel penelitian yang akan dihitung dalam analisis skoring dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Hubungan antar Variabel Penelitian**



#### **D. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Dalam penelitian mengenai daya tarik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi ini, instrumen yang digunakan untuk pengambilan data adalah sebagai berikut:

### **1. Kuesioner/Angket**

Nawawi dalam Tika (1997: 82), mengemukakan bahwa angket/kuesioner adalah 'usaha untuk mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis.' Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan yang diajukan sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Kuesioner/angket yang disebar diisi oleh 100 orang konsumen yang tersebar di Pasar pagi, Yogya *Departement Store*, dan Pusat Grosir Cirebon.

### **2. Pedoman wawancara**

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi pewawancara yang merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan dalam wawancara. Dalam penelitian ini yang akan diwawancara adalah pengelola pasar serta aparat lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini seperti Perusahaan Daerah Pasar Kota Cirebon, BAPPEDA Cirebon, Kantor Kecamatan Kejaksan, BPS Kota Cirebon, Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kota Cirebon, dan lain sebagainya.

### **3. Ceklist**

Berisi sebuah daftar jenis kegiatan yang mungkin timbul dan akan diamati, dapat juga berupa variabel yang akan diamati. Dalam penelitian ini yang akan diamati menyangkut kondisi aksesibilitas dan transportasi dari dan menuju pusat perdagangan, komoditas dan ketersediaan berbagai fasilitas yang terdapat di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### **1. Observasi Lapangan**

Menurut Tika (1997: 68) observasi lapangan adalah “teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang terdapat di lokasi penelitian. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data yang aktual dan langsung di tempat penelitian.” Adapun hal-hal yang diobservasi dalam penelitian ini berkaitan dengan jumlah pedagang, barang dagangan, lokasi pusat perdagangan, sarana dan prasarana transportasi, fasilitas-fasilitas pelayanan seperti bank, telepon umum, mushola, toilet, pos keamanan, tempat parkir, dan sebagainya.

### **2. Studi Dokumentasi**

Cara pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mempelajari arsip, laporan-laporan, brosur-brosur, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya untuk melengkapi data yang berkaitan dengan masalah penelitian mengenai daya tarik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi Kota Cirebon.

### **3. Wawancara**

Wawancara menurut Nasution (Tika, 1997: 75) adalah ‘suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.’ Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap pengelola pasar serta aparat

lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini seperti Perusahaan Daerah Pasar Kota Cirebon, BAPPEDA Cirebon, Kantor Kecamatan Kejaksan, BPS Kota Cirebon, Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kota Cirebon, dan lain sebagainya.

#### **4. Teknik Kuesioner**

Peneliti menyebar kuesioner/angket berupa daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini mengenai daya tarik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan sejumlah fakta dari responden. Kuesioner yang berupa instrumen berisi sejumlah pertanyaan ini diserahkan kepada sejumlah responden yang dipilih sebagai sampel yaitu konsumen yang berbelanja di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dan dikumpulkan dari lapangan kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik pengolahan data yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### **1. Analisis deskriptif**

Yaitu teknik analisis dengan maksud untuk mendeskriptifkan gejala yang nampak di daerah penelitian.



## 2. Pengharkatan (*scoring*) dan Pembobotan (*weighting*)

Pengharkatan (*scoring*) dan pembobotan (*weighting*) merupakan teknik analisis data kuantitatif yang digunakan untuk memberikan nilai pada masing-masing karakteristik parameter dari sub-sub variabel agar dapat dihitung nilainya.

Parameter dari variabel yang dinilai pada penelitian ini meliputi aksesibilitas dan transportasi, komoditas, pelayanan, kenyamanan dan fasilitas pendukung. Peringkat masing-masing parameter dari sub variabel diurutkan ke dalam beberapa kategori, yaitu:

- a. Harkat nilai tertinggi untuk parameter yang memenuhi semua kriteria yang dijadikan indikator.
- b. Harkat nilai terendah untuk parameter yang kurang memenuhi kriteria.

Pada setiap parameter ditentukan berdasarkan pada peranan penting parameter tersebut terhadap suatu peruntukkan. Pemberian nilai (*scoring*) ditujukan untuk menilai beberapa parameter keberadaan daya tarik dari sebuah pusat perdagangan. Nilai tiap kriteria dalam penelitian ini ditetapkan dengan skor dan bobot. Untuk lebih jelasnya, nilai dari tiap kriteria disajikan pada tabel 3.2 berikut.

**Tabel 3.2**

### **Harkat kelas dan kriteria daya tarik pusat perdagangan**

No	Jenis kriteria	Bobot terendah	Bobot tertinggi
1	Aksesibilitas dan transportasi	600	1800
2	Komoditas	400	1200
3	Pelayanan	400	1200
4	Kenyamanan	400	1200
5	Fasilitas pendukung	700	2100

*Sumber: Diadaptasi dari berbagai sumber*

Dari Tabel 3.2 diatas diketahui bahwa kriteria aksesibilitas dan transportasi mempunyai bobot terendah 600 dan bobot tertingginya adalah 1800. Kriteria komoditas, pelayanan dan kenyamanan bobot terendahnya adalah 400 dan bobot tertingginya adalah 1200, sedangkan untuk kriteria fasilitas pendukung bobot terendahnya adalah 700 dan bobot tertingginya adalah 2100.

Nilai untuk skor berkisar antara 1 sampai 3, besarnya nilai masing-masing kriteria merupakan jumlah dari keseluruhan nilai tiap-tiap unsur atau sub unsur yang berkaitan. Dalam perhitungan nilai keseluruhan dari masing-masing daya tarik yang dinilai merupakan jumlah dari keseluruhan nilai setiap kriteria dikalikan dengan bobot dikalikan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Untuk kriteria pengharkatan dan pembobotan setiap unsur dapat dilihat pada tabel-tebel berikut.

**Tabel 3.3**

**Harkat kelas dan kriteria Aksesibilitas dan Transportasi**

No	Unsur/Sub - unsur	Nilai		
		Baik	Cukup	Rusak
1	Kualitas jalan	3	2	1
		3	2	1
2	Jarak tempuh	$\leq 5$ Km	5,1 – 9,9 Km	$\geq 10$ Km
		3	2	1
3	Waktu tempuh	$\leq 15$ menit	16 – 29 menit	$\geq 30$ menit
		3	2	1
4	Ongkos transportasi	Murah	Cukup	Mahal
		3	2	1
5	Tingkat Kelancaran Aksesibilitas	Lancar	Cukup lancar	Tidak lancar
		3	2	1
6	Rute & jumlah angkutan perkotaan	$\geq 3$ trayek	$\leq 2$ trayek	Tidak ada
		3	2	1

**Tabel 3.4**  
**Harkat kelas dan kriteria Komoditas**

No	Unsur/Sub - unsur	Nilai		
		Lengkap	Cukup lengkap	Tidak lengkap
1	Jenis komoditas	3	2	1
		Lengkap	Cukup lengkap	Tidak lengkap
2	Volume komoditas	3	2	1
		Banyak	Cukup banyak	Sedikit
3	Kualitas komoditas	3	2	1
		Baik	Cukup baik	Jelek
4	Harga komoditas	3	2	1
		Murah	Cukup	Mahal

**Tabel 3.5**  
**Harkat kelas dan kriteria Pelayanan**

No	Unsur/Sub - unsur	Nilai		
		Ramah	Cukup ramah	Tidak ramah
1	Keramahan pedagang	3	2	1
		Ramah	Cukup ramah	Tidak ramah
2	Keramahan petugas parkir	3	2	1
		Ramah	Cukup ramah	Tidak ramah
3	Keramahan petugas toilet	3	2	1
		Ramah	Cukup ramah	Tidak ramah
4	Keramahan petugas keamanan	3	2	1
		Ramah	Cukup ramah	Tidak ramah

**Tabel 3.6**  
**Harkat kelas dan kriteria Kenyamanan**

No	Unsur/Sub - unsur	Nilai		
		Nyaman	Cukup nyaman	Tidak nyaman
1	Kenyamanan berbelanja	3	2	1
		Nyaman	Cukup nyaman	Tidak nyaman
2	Keamanan berbelanja	3	2	1
		Aman	Cukup aman	Tidak aman
3	Jumlah petugas keamanan	3	2	1
		Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
4	Kebersihan pusat perdagangan	3	2	1
		Bersih	Cukup bersih	Tidak bersih

**Tabel 3.7**  
**Harkat kelas dan kriteria asilitas Pendukung**

No	Unsur/Sub - unsur	Nilai		
		Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
1	Tempat parkir	Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
		3	2	1
2	Mushola	Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
		3	2	1
3	WC	Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
		3	2	1
4	Telepon	Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
		3	2	1
5	Bank/ ATM	Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
		3	2	1
6	Pos Keamanan	Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
		3	2	1
7.	Tempat sampah	Memadai	Kurang memadai	Tidak memadai
		3	2	1

Setelah dilakukan pengharkatan dan pembobotan terhadap daya tarik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Silwiangi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap daya tarik pusat perdagangan yang bersangkutan dengan berpatokan pada harkat dan bobot dari parameter-parameter yang telah ditentukan.

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat daya tarik faktor-faktor tersebut terhadap minat berbelanja konsumen di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi, dengan ketentuan kelas sebagai berikut:

- Kelas I : Daya tarik tinggi
- Kelas II : Daya tarik sedang
- Kelas III : Daya tarik rendah.

Penentuan kelas potensi daya tarik pusat perdagangan terhadap konsumen yang datang berbelanja dilakukan dengan menentukan panjang interval dari hasil pembagian jumlah skor keseluruhan dengan jumlah kriteria dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{\Sigma}{S}$$

Keterangan :  $\Sigma$  = Jumlah Skor  
 $S$  = Jumlah kriteria  
 $P$  = Panjang Interval

Berdasarkan rumusan interval tersebut kemudian ditentukan kelas-kelas dukungan potensi daya tarik dengan ketentuan seperti tercantum pada tabel 3.8.

**Tabel 3.8**

**Penilaian faktor-faktor yang menjadi daya tarik pusat perdagangan**

Kelas	Tingkat penilaian potensi	Jenjang rata-rata kelas	Kriteria
I	Tinggi	235 – 300	Suatu pusat perdagangan yang tinggi daya tariknya bagi konsumen untuk berbelanja di pusat perdagangan tersebut berdasarkan parameter-parameter yang telah ditetapkan
II	Sedang	167 – 234	Suatu pusat perdagangan yang sedang daya tariknya bagi konsumen untuk berbelanja di pusat perdagangan tersebut berdasarkan parameter-parameter yang telah ditetapkan
III	Rendah	100 – 166	Suatu pusat perdagangan yang rendah daya tariknya bagi konsumen untuk berbelanja di pusat perdagangan tersebut berdasarkan parameter-parameter yang telah ditetapkan

*Sumber: Diadaptasi dari beberapa sumber*

### 3. Analisis persentase

Digunakan untuk mengetahui seberapa banyak kecenderungan frekuensi jawaban responden, digunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Keterangan:

$P$  = Presentase.

$F$  = Frekuensi dari setiap jawaban responden yang dipilih.

$N$  = Jumlah seluruh frekuensi alternatif jawaban yang menjadi pilihan responden

Kriteria skor yang digunakan berdasarkan pada kriteria menurut Affendi dan Manning (1987: 263), yaitu:

0%	=	Tidak seorang pun
1% - 24%	=	Sebagian kecil
25% - 49%	=	Hampir setengahnya
50%	=	Setengahnya
51% - 74%	=	Sebagian besar
75% - 99%	=	Hampir seluruhnya
100%	=	Seluruhnya