

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Tahapan, Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan November 2023 sampai Mei 2024 yang berlokasi di Mall Plaza Asia Kota Tasikmalaya. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *Purposive* dengan pertimbangan Plaza Asia merupakan pasar modern terbesar di Kota Tasikmalaya dan menjual beberapa produk sayuran hidroponik. Waktu penelitian dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Tahapan dan Waktu Penelitian

Kegiatan	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
Penulisan Usulan Penelitian																											
Seminar Usulan Penelitian																											
Revisi Proposal Usulan Penelitian																											
Pengumpulan Data																											
Pengolahan Data dan Analisis Data																											
Penulisan Hasil Penelitian																											
Seminar Kolokium																											
Revisi Kolokium																											
Sidang Skripsi																											
Revisi Skripsi																											

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode survei sebagai pendekatan penelitian. Metode survei adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data dari lokasi yang alamiah (bukan buatan), dan peneliti mengumpulkan data ini melalui berbagai cara, seperti mendistribusikan kuesioner, melakukan tes, melakukan wawancara terstruktur, dan lain sebagainya (Sugiyono, 2019).

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara. Wawancara adalah metode yang tujuannya untuk memperoleh keterangan atau data dengan cara tanya jawab. Tanya jawab yang dilakukan dengan cara bertemu langsung atau melakukan janji-janji ketemu dengan responden di tempat penjualan sayur hidroponik atau diluar tempat penjualan, pengambilan data dilakukan dengan mencari responden yang sesuai dengan kriteria yaitu bertemu dengan konsumen yang membeli sayur hidroponik.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

1. Data Kualitatif, data yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka, seperti pekerjaan, jenis kelamin (laki-laki atau perempuan), status pernikahan, tingkat pendidikan, dan data lainnya.
2. Data Kuantitatif, data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka, misalnya pendapatan seseorang dalam satu bulan, usia, dan lain sebagainya yang berbentuk angka.

3.3.2 Sumber Data

1. Data Primer, data yang diperoleh dari proses observasi dan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden berupa daftar pernyataan yang harus diisi sesuai dengan keadaan yang dirasakan, sehingga menghasilkan data yang akan dianalisis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.
2. Data Sekunder, data yang di dapatkan melalui literatur seperti jurnal, buku, situs web dan pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan saat memilih sumber data, untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan dari sumber tersebut dapat diandalkan dan relevan dengan tujuan penelitian di antaranya:

- a. Keandalan sumber data, yaitu apakah sumber data tersebut dapat dipercaya dan dianggap memiliki reputasi baik dalam memberikan informasi akurat.
- b. Relevansi sumber data, yaitu apakah sumber data tersebut relevan dengan topik penelitian dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.
- c. Kredibilitas sumber data, yaitu apakah sumber data tersebut diakui sebagai otoritas dalam bidang yang relevan dengan topik penelitian.

3.4 Teknik Penarikan Sampel

Elvinaro Ardianto (2010) mendefinisikan populasi sebagai seluruh elemen atau individu yang menjadi fokus pengamatan. Sementara itu, menurut Supriyati (2017), populasi adalah objek atau subjek yang terdapat dalam suatu wilayah tertentu dan memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan permasalahan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya yang jumlahnya tidak diketahui, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018).

Sampel yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari konsumen yang membeli produk sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya. Penarikan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Sesuai dengan penjelasan Notoatmodjo (2010), *accidental sampling* adalah metode di mana sampel diambil secara kebetulan dengan mengambil responden yang berada di lokasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Alasan penggunaan metode ini adalah karena jumlah responden yang tidak diketahui, sehingga metode ini tepat untuk digunakan untuk penelitian ini. Penelitian ini dilakukan ketika mengajukan pertanyaan atau pernyataan melalui pertemuan langsung atau tidak langsung mengenai kriteria yang sudah ditetapkan, kemudian jika semuanya sudah memenuhi kriteria maka dapat dijadikan sebagai responden.

Populasi yang tidak dipastikan jumlahnya menjadi kendala dalam penentuan sampel. Menurut Cohen et all (2007) semakin besar sampel dari besarnya populasi

yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel.

Sesuai dengan pendapat diatas, Roscoe dalam Sugiyono (2018) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (misalnya korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sampelnya $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan pendapat Cohen et.al (2007) dan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2018) maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 30 sampel dengan alasan untuk penyesuaian dengan tingkat kemampuan, tenaga, dan waktu yang terbatas.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Operasionalisasi variabel berfungsi untuk mengarahkan variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian ini ke indikator-indikatornya secara konkrit, yang berguna dalam penelitian ini (Sugiyono, 2016).

Berikut definisi dan operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. *Willingness To Pay* adalah kesediaan konsumen untuk mengeluarkan biaya atau membayar pada jumlah harga tertentu untuk memperoleh sayuran hidroponik di Pasar Modern Kota Tasikmalaya, satuan Rupiah/bungkus.
2. Sayuran hidroponik merupakan sayuran yang tidak menggunakan bahan kimia dalam proses budidayanya yang dipasarkan di Pasar Modern Kota Tasikmalaya.
3. Konsumen adalah setiap orang yang melakukan pembelian sayuran hidroponik di Pasar Modern Kota Tasikmalaya.
4. Pasar modern adalah jenis pasar yang pengelolaannya dilakukan secara modern, terpadu, serta menyediakan fasilitas untuk mempermudah konsumen saat berbelanja.
5. Karakteristik konsumen adalah karakteristik yang membentuk konsumen dalam mendapatkan dan menggunakan sayuran hidroponik di Pasar Modern Kota Tasikmalaya.
6. Pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh responden dalam satu periode, yang di ukur dengan Rupiah/bulan.
7. Pendidikan adalah kegiatan pendidikan formal yang telah atau sudah ditempuh seseorang, pengukuran dilakukan dengan satuan tahun.
8. Anggota keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang terdapat dalam satu rumah yang menjadi tanggungan keluarga. Seperti istri, anak, serta orang lain yang tinggal bersama dalam satu rumah, pengukuran dilakukan dengan orang.
9. Lama mengkonsumsi adalah jangka waktu responden dalam mengkonsumsi sayuran hidroponik, yang diukur dalam satuan tahun.
10. Umur adalah masa hidup yang telah dilalui responden sejak lahir sampai sekarang, diukur dalam satuan tahun.
11. Jarak adalah suatu ukuran yang menentukan seberapa jauh posisi tempat tinggal responden ke tempat pasar modern, yang di ukur dengan Kilometer.

3.6 Kerangka Analisis

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif untuk menjawab permasalahan karakteristik konsumen, *Contingen Valuation Method* untuk menjawab permasalahan berapa besar kesediaan membayar konsumen dan regresi linier berganda untuk

menjawab permasalahan faktor-faktor yang mempengaruhi. Untuk lebih jelasnya, metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Karakteristik Konsumen

Analisis karakteristik konsumen menggunakan statistik deskriptif berdasarkan klasifikasi variabel, karakteristik konsumen diantaranya yaitu pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, lama mengkonsumsi, umur, dan jarak. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.6.2 Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*)

Analisis kesiediaan membayar untuk sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya diterapkan melalui metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Tujuan dari CVM adalah untuk menghitung nilai atau penawaran yang mendekati dari barang-barang lingkungan jika pasar dari barang-barang tersebut benar-benar ada. Oleh karena itu, pasar hipotetik (kuisisioner dan responden) harus sebisa mungkin mendekati kondisi pasar yang sebenarnya (Subagiana, 2017).

Langkah-langkah praktis yang diterapkan dalam proses mendapatkan nilai *Willingness to pay*, yaitu sebagai berikut:

1. Membangun pasar hipotetik

Langkah awal dalam penerapan CVM adalah membangun pasar hipotetik dan mengajukan pertanyaan seputar penilaian atas barang atau jasa lingkungan. Pasar hipotetik tersebut berfungsi sebagai gambaran yang mengilustrasikan bagaimana situasi masa depan akan terbentuk jika terjadi perubahan dalam lingkungan. Penelitian ini dibentuk pasar hipotetik atas kesehatan pangan yaitu pasar penyediaan sayuran hidroponik sebagai makanan yang mempunyai kelebihan dari segi manfaat untuk kesehatan tubuh dan lingkungan dibandingkan dengan sayuran konvensional.

2. Penentuan besarnya nilai WTP

Sebelum menentukan nilai *Willingness to pay* (WTP), langkah awalnya adalah memahami nilai tawaran produk tersebut, untuk mendapatkan nilai tawaran ini

kuisisioner yang telah disiapkan dapat digunakan. Tujuan dari mengetahui nilai tawaran adalah untuk meraih nilai WTP maksimum dari responden terhadap produk sayuran hidroponik. Proses ini melibatkan teknik penyusunan pertanyaan terbuka yang akan menghasilkan nilai WTP puncak.

Dalam upaya untuk mengidentifikasi nilai WTP maksimum, dalam penelitian ini digunakan metode *Open-ended Question*, yaitu responden diminta untuk menjawab pertanyaan terbuka mengenai jumlah maksimum yang bersedia mereka bayarkan. Penting dicatat bahwa dalam proses ini, tidak ada nilai tawaran lain yang disediakan kepada responden, sehingga mereka memiliki kebebasan untuk menyatakan jumlah yang mereka anggap cocok.

3. Menghitung dugaan rata-rata WTP (*Estimating Mean WTP*)

Nilai ini dihitung berdasarkan nilai tawaran yang diperoleh selama tahap penentuan *Willingness to pay*. Perhitungan ini umumnya mengacu pada nilai rata-rata (mean) dan nilai tengah (median). Dengan memperkirakan nilai rata-rata yang bersedia dibayarkan oleh responden, perhitungan ini dapat dilakukan menggunakan rumus berikut:

$$WTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Keterangan:

WTP	= Rata-rata nilai WTP responden
W _i	= Besar WTP yang bersedia dibayarkan
i	= Responden yang bersedia membayar
N	= Jumlah responden

3.6.3 Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Sayuran Hidroponik

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness To Pay* dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda, yaitu model regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Pada penelitian ini variabel terikat adalah kesiediaan membayar (*Willingness To Pay*) konsumen sayuran hidroponik. Variabel bebas terdiri dari pendapatan (X1),

pendidikan (X2), anggota keluarga (X3), lama mengkonsumsi sayuran hidroponik (X4), umur (X5), jarak (X6). Secara matematis dapat dijabarkan dengan persamaan:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan: Y = Kesiediaan membayar konsumen (Rp/Bungkus)

a = Konstanta

X1 = Pendapatan (Rp/Bulan)

X2 = Pendidikan (Tahun)

X3 = Anggota keluarga (Orang)

X4 = Lama mengkonsumsi sayuran hidroponik (Tahun)

X5 = Umur (Tahun)

X6 = Jarak (Km)

e = Tetapan e

Data pada variabel terikat dan variabel-variabel bebas akan dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Pada prinsipnya model regresi linier berganda sebaiknya tidak menyimpang dari asumsi BLUE (*Best, Linier, Unbiased, dan Estimator*). Seluruh uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas sudah memenuhi kriteria untuk di analisis lebih lanjut.

Setelah model yang digunakan lolos uji asumsi klasik, maka dapat dilakukan analisis selanjutnya. Berikut adalah uji kesesuaian model atau interpretasi data avariabel dalam regresi linier berganda:

a. Uji F

Uji F adalah uji secara serempak (simultan) signifikansi pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat, artinya parameter variabel bebas bersamaan diuji apakah signifikan atau tidak (Firdaus, 2011). Kriteria pengujian adalah jika $\text{sig. } F \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika $\text{sig. } F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jika H_0 ditolak, maka variabel bebas secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Jika H_0 diterima, maka variabel bebas secara serempak tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 adalah suatu nilai statistik yang dihitung dari data sampel. Koefisien ini menunjukkan persentase variasi seluruh variabel terikat (Y) yang dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas (X). Koefisien ini merupakan suatu ukuran sejauh mana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara $0 < R^2 < 1$, dengan kriteria pengujiannya adalah R^2 yang semakin tinggi (mendekati 1) menunjukkan model yang terbentuk mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat, demikian pula sebaliknya (Firdaus, 2011).

c. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat, taraf signifikansi (α) yang digunakan adalah jika $\text{sig. } t \leq 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika $\text{sig. } t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jika H_0 ditolak artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Jika H_0 diterima artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat (Firdaus, 2011).