

BAB III

METODE PENELITIAN

H. Rancangan Penelitian

Sebagian besar penelitian sebelumnya telah menggunakan metode kuantitatif untuk mempelajari persepsi penduduk setempat tentang pariwisata. Ini karena metode ini memberikan representasi populasi yang lebih kuat dan generalisasi yang lebih besar dari hasilnya, yang menjadikannya pilihan yang paling tepat ketika memperoleh data dari ukuran sampel yang besar atau dari banyak pengamatan (Melkert & Vos, 2010).

Metode penelitian kuantitatif memainkan peran penting dalam menilai dampak ekonomi. Mereka memungkinkan estimasi pengeluaran konsumen, akun aktif, dan jumlah pedagang di wilayah geografis tertentu, membantu dalam memprediksi hasil ekonomi dari peristiwa (Zhao 2017). Selain itu, evaluasi kuantitatif sangat penting untuk menentukan hubungan ekonomi di daerah, menawarkan penilaian komprehensif yang membantu dalam proses pengambilan keputusan yang terkait dengan pengelolaan sumber daya alam (Daniel (2001).

I. Obyek Penelitian

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang suatu penelitian, objek penelitian merupakan suatu kondisi yang menggambarkan atau menerangkan kondisi dari subjek penelitian. Supriati (2012) menyatakan bahwa variabel yang diteliti oleh peneliti adalah variabel yang ada di lokasi penelitian. Sebaliknya, Satibi (2011) menyatakan bahwa objek penelitian umumnya adalah pemetaan atau gambaran dari wilayah penelitian atau sasaran penelitian, yang mencakup karakteristik wilayah, sejarah perkembangan, struktur organisasi, tugas pokok, dan fungsi lainnya. Didasarkan pada pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian, yaitu untuk mengetahui siapa, kapan, dan di mana penelitian dilakukan.

J. Populasi dan Sampling

Dalam hal populasi, Corper, Donald R. dan Schindler, Pamela S. (2003) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan elemen yang akan digunakan untuk inferensi atau generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang akan diteliti. Dalam hal ini, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek atau subyek yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini sasaran penulis adalah 2 populasi yaitu pelaku usaha yang ada di festival musik di Java Jazz Festival yang akan

diselenggarakan pada tanggal 24 – 26 Mei 2024 menggunakan metode aksidental *sampling* dan pengunjung Java Jazz Festival yang ditargetkan 110.000 pengunjung yang hadir tahun ini menggunakan kuota *sampling*.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden sasaran peneliti adalah pelaku usaha yang ada di sekitar *venue* BNI Java Jazz Festival yang berada di JiExpo Kemayoran, Jakarta pada tanggal 24 – 26 Mei 2024. Yang berfokus pada *Retail Impact* pada *Economic – Impact Evaluation Model*.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* untuk penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu Pengambilan sampel aksidental adalah metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa perencanaan sebelumnya . Saat penelitian berlangsung, sampel dipilih berdasarkan seberapa mudah dan tersedia mereka (Sugiyono 2019). Karena jumlah bisnis di sekitar lokasi akan bertambah dari hari biasa, penelitian ini sangat cocok untuk digunakan.

Dan yang kedua menggunakan sampel *Simple Random Sampling* dikarenakan metode pengambilan sampel *probability* ini anggota populasi dipilih secara acak dan murni kebetulan dan setiap anggota memiliki peluang yang sama untuk dipilih ke dalam sampel sehingga kualitas sampel tidak terpengaruh (Bhardwaj, 2019). untuk pengunjung pada festival BNI Java Jazz

a. Langkah-langkah pengambilan sampel:

$$S = \frac{X^2 \cdot N \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2 \cdot (N - 1) + X^2 \cdot P \cdot (1 - P)}$$

S = Ukuran sampel yang diperlukan

X = Nilai chi-square tabel pada tingkat kepercayaan tertentu (biasanya 3.841 untuk tingkat kepercayaan 95%)

N = Ukuran populasi

P = Proporsi populasi (biasanya 0.5 digunakan untuk memberikan ukuran sampel maksimum)

d = Tingkat kesalahan (margin of error yang diinginkan, misalnya 0.05 untuk 5%)

$$S = \frac{3.841 \cdot 110,000 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{0.05^2 \cdot (110,000 - 1) + 3.841 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$

Hitung langkah demi langkah:

1. Hitung bagian atas (numerator):

$$3.841 \cdot 110,000 \cdot 0.5 \cdot 0.5 = 3.841 \cdot 110,000 \cdot 0.25 = 3.841 \cdot 27,500 = 105,627.5$$

$$3.841 \cdot 110,000 \cdot 0.5 \cdot 0.5 = 3.841 \cdot 110,000 \cdot 0.25 = 3.841 \cdot 27,500 = 105,627.5$$

2. Hitung bagian bawah (denominator):

$$0.05^2 \cdot (110,000 - 1) + 3.841 \cdot 0.5 \cdot 0.5 = 0.0025 \cdot 109,999 + 3.841 \cdot 0.25$$

$$0.0025 \cdot (110,000 - 1) + 3.841 \cdot 0.5 \cdot 0.5 = 0.0025 \cdot 109,999 + 3.841 \cdot 0.25$$

$$0.0025 \cdot 109,999 = 274.9975 \quad 0.0025 \cdot 109,999 = 274.9975$$

$$3.841 \cdot 0.25 = 0.96025 \quad 3.841 \cdot 0.25 = 0.96025$$

$$274.9975 + 0.96025 = 275.95775 \quad 274.9975 + 0.96025 = 275.95775$$

3. Bagi numerator dengan denominator:

$$S = 105,627.5 / 275.95775 \approx 382.78 \quad S = 105,627.5 / 275.95775 \approx 382.78$$

Jadi, ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 383 (dibulatkan ke atas). Dengan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan untuk populasi sebesar 110,000, ukuran sampel yang diperlukan untuk mencapai tingkat kepercayaan 95% dengan margin of error 5% adalah sekitar 383 responden.

K. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data adalah bagian terpenting dari penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data. Sumber data primer dan sekunder berbeda.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data utama yang dikumpulkan secara langsung oleh pengumpul data, menurut Sugiyono (2013). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui kuesioner. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan termasuk:

- **Survei**

Priyono (2016) menyatakan bahwa kuesioner adalah alat penelitian yang digunakan dalam metode pengumpulan data survei. Karena kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang terstruktur, peneliti tidak dapat mengubah data yang mereka peroleh. Penulis melakukan penelitian survei dengan menyebarkan kuesioner ke berbagai subjek.

- **Wawancara**

Wawancara adalah jenis komunikasi verbal tatap muka antara penulis dan sumber data, biasanya dalam bentuk tanya jawab (Gulö, 2002). Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara sesuai dengan pedoman yang telah mereka buat untuk panitia pelaksana.

2. Alat Pengumpul Data

a. Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah pertanyaan yang diajukan kepada responden oleh penulis untuk mengumpulkan data faktual atau pendapat berdasarkan pengalaman mereka. Kuesioner terdiri dari kalimat tanya, sedangkan angket terdiri dari kalimat tanya tetapi dengan opsi jawaban (Gulö, 2002). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner untuk mengetahui apa yang dipikirkan penonton atau orang-orang yang mendukung pengendalian massa yang digunakan penyelenggaran.

L. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian kuantitatif adalah komponen penting dalam studi penelitian, mewakili informasi yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu. Variabel-variabel ini diklasifikasikan menjadi variabel independen, dependen, universal, dan pengganggu, membantu dalam mengonseptualisasikan hubungan di antara mereka Paula, dkk (2020). Variabel dalam penelitian kuantitatif biasanya diukur pada empat skala: nominal

kualitatif, ordinal kualitatif, kisaran kuantitatif, atau rasio kuantitatif, dengan unit pengukuran yang jelas ditentukan untuk setiap variabel (Sugiono.)

Untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan menghasilkan prediksi dari hasil yang diharapkan Creswell (2017), variabel harus berhubungan satu sama lain. Oleh karena itu, variabel harus merujuk ke konsep, dimensi, indikator, instrumen, dan skala penelitian. Penelitian ini merujuk pada 4 sub-variabel diantaranya : (1) *Retail Impact Indikator* (REII), (2) *Tourism Impact Indikator* (TOII), (3) *Cultural Impact Indikator* (CUII) , (4) *Transport Impact Indikator* (TRII).

1. Indikator Dampak Retail (*Retail Impact Indikator/REII*)

Indikator ini mengukur dampak ekonomi acara terhadap sektor retail di wilayah yang bersangkutan. Hal ini dilakukan dengan menghitung:

- Peningkatan Pengeluaran Retail
- Peningkatan Penjualan Retail:
- Penciptaan Lapangan Pekerjaan Retail
- Perubahan Perilaku Konsumen

2. Indikator Dampak Pariwisata (*Tourism Impact Indikator/TOII*)

Indikator ini mengukur dampak ekonomi acara terhadap sektor pariwisata di wilayah yang bersangkutan. Hal ini dilakukan dengan menghitung:

- Peningkatan Pengeluaran Wisatawan
- Peningkatan Tingkat Hunian Hotel
- Penciptaan Lapangan Pekerjaan Pariwisata

- Perubahan Perilaku Wisatawan

3. Indikator Dampak Budaya (*Cultural Impact Indicator/CUII*)

Indikator ini mengukur dampak ekonomi acara terhadap sektor budaya di wilayah yang bersangkutan. Hal ini dilakukan dengan menghitung:

- Peningkatan Partisipasi Budaya
- Peningkatan Penjualan Produk Budaya
- Penciptaan Lapangan Pekerjaan Budaya
- Perubahan Persepsi Budaya

4. Indikator Dampak Transportasi (*Transport Impact Indicator/TRII*)

Indikator ini mengukur dampak ekonomi acara terhadap sektor transportasi di wilayah yang bersangkutan. Hal ini dilakukan dengan menghitung:

- Peningkatan Penggunaan Transportasi
- Peningkatan Pendapatan Transportasi
- Penciptaan Lapangan Pekerjaan Transportasi
- Perubahan Infrastruktur Transportasi

Tabel 3. 1 MATRIX OPERATIONAL VARIABLE

Variabel	Dimensi	Indikator
Economic – impact Evaluation Model	<i>Indikator Dampak Retail (Retail Impact Indicator/REII)</i>	Peningkatan Pengeluaran Retail
		Peningkatan Penjualan Retail
	<i>Indikator Dampak Pariwisata (Tourism Impact Indicator/TOII)</i>	Peningkatan Pengeluaran Wisatawan
		Peningkatan Tingkat Hunian Hotel
		Penciptaan Lapangan Pekerjaan Pariwisata
	<i>Indikator Dampak Budaya (Cultural Impact Indicator/CUII)</i>	Peningkatan Partisipasi Budaya
		Peningkatan Penjualan Produk Budaya
		Penciptaan Lapangan Pekerjaan Budaya
	<i>Indikator Dampak Transportasi (Transport Impact Indicator/TRII)</i>	Peningkatan Penggunaan Transportasi
		Peningkatan Pendapatan Transportasi
		Penciptaan Lapangan Pekerjaan Transportasi

M. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:206), analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif data untuk variabel penelitian, menurut Creswell (2010:345), mencakup menunjukkan rata-rata, penyimpangan standar, dan jarak antara nilai terendah dan tertinggi. Analisis deskriptif ini akan menyajikan data dengan berbagai cara, termasuk tabel biasa dan distribusi frekuensi; grafik garis dan batang; diagram lingkaran; pictogram; dan penjelasan kelompok menggunakan modus, median, mean, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku. Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengukur dampak ekonomi dari festival musik BNI Java Jazz. Pendekatan *Analisis Money Generation Model* adalah pendekatan yang cocok untuk mengukur dampak ekonomi. Money Generation Model (MGM) dikembangkan oleh National Park Service (NPS) model untuk menghasilkan estimasi yang cepat mengenai dampak ekonomi dari pengeluaran pengunjung terhadap perekonomian wilayah tersebut. Data kunjungan, nilai pembelanjaan rata-rata per pengunjung, dan metode analisis data dengan perhitungan *Keynesian Multiplier* dimasukkan ke dalam lembar kerja sederhana dengan bantuan program aplikasi Microsoft Excell 2019 guna menghasilkan proyeksi dampak penjualan secara langsung dan total belanja pengunjung. Dampak penjualan kemudian dikonversi menjadi pendapatan dan lapangan kerja dengan menggunakan rasio pendapatan terhadap penjualan serta lapangan kerja terhadap penjualan. Model MGM dapat memberikan proyeksi dampak ekonomi

yang akurat dengan biaya minimal (Stynes, 1999). Dengan rumus tertulis sebagai berikut :

- ***Economic Impact Of Tourism Spending***

*Number Of Tourist*Average Spending*Keynesian Multiplier*

- ***Keynesian multiplier***

Keynesian Multiplier adalah *multiplier ratio* yang menunjukkan berapa besar pengeluaran pengunjung berdampak pada peningkatan pendapatan dan lapangan pekerjaan masyarakat di area *venue*. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Income\ Multiplier} = \frac{\mathbf{Total\ Income}}{\mathbf{Direct\ Sales}}$$

Keynesian Multiplier Effect memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai-nilai tersebut kurang dari atau sama dengan nol (≤ 1), maka lokasi *event* tersebut kurang memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan *event*.
2. Jika nilai-nilai tersebut lebih besar atau sama dengan satu (> 1), maka lokasi *event* tersebut telah mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan *event*.

N. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 2 JADWAL PENELITIAN

Deskripsi Kegiatan	2024					
	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Pengajuan TOR Usulan Penelitian						
Penyusunan Usulan Penelitian						
Seminar Usulan Penelitian						
Pengumpulan Data (Penyebaran Kuisoner)						
Pengolahan Data						
Penyusunan Proyek Akhir						
Seminar Proyek Akhir						