

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode

3.1.1 Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif. Metode pendekatan kualitatif adalah pengumpulan data namun bukan berupa angka, melainkan berdasarkan dari hasil wawancara, observasi, dokumen pribadi, catatan memo, atau dokumen resmi. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur riset dengan memanfaatkan data deskriptif berupa catatan tertulis, lisan, atau perilaku yang dapat diamati [16]. Tujuan penelitian menggunakan metode kualitatif adalah untuk menjelaskan dan memvisualisasikan data-data pedagang kuliner yang ada di Pasar Manis dalam sebuah Guide Map.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian atau disebut variable penelitian adalah sesuatu data yang menjadi perhatian peneliti dari semua fakta dan angka yang dijadikan sebuah bahan untuk menyusun informasi [17]. Objek penelitian dilakukan di lokasi Pasar Manis yang terdapat spot kuliner pagi dan kuliner malam.

Subjek penelitian merupakan hal yang penting dalam sebuah penelitian, subjek penelitian disusun sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal, atau orang. Subjek dalam penelitian ini yaitu Unit Pelaksana Teknis (UPT) dan Ketua Paguyuban Kuliner Pasar Manis.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

3.1.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dengan metode wawancara dan observasi kepada para narasumber. Data primer dalam penelitian ini adalah Kepala Unit Pelaksana Teknis dan Ketua Paguyuban Kuliner Pasar Manis yang mengetahui lingkungan dan data para pedagang.

3.1.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data sumber yang sudah ada, seperti buku, jurnal, dan dokumen lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal yang membahas seputar infografi, guide map, dan informasi tentang Pasar Manis.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

3.1.4.1 Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan pada objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan data yang benar atau sesuai fakta terkait objek tersebut[18]. Observasi pada penelitian ini dilakukan di lokasi Pasar Manis.

3.1.4.2 Wawancara

Wawancara adalah sebuah kegiatan tanya jawab atau percakapan secara lisan antara dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) dan terwawancara (interview) untuk mendapatkan informasi yang sedang dicari untuk kebutuhan penelitian[18]. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang ada relasinya dengan objek penelitian kepada narasumber. Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Dan Ketua Paguyuban Pasar Manis menjadi narasumber yang akan diwawancarai untuk memperoleh informasi mengenai data pedagang kuliner Pasar Manis.

3.1.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses mengumpulkan, pemilihan, penyimpanan sebuah informasi atau pengumpulan bukti berupa gambar, buku laporan, notulen rapat, catatan harian, kutipan, dan referensi lainnya[18]. Peneliti mengumpulkan data-data foto langsung ke lokasi di Pasar Manis.

3.1.4.4 Studi Literatur

Studi Literatur adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan beberapa buku, majalah yang ada berkaitan dengan penelitian. Pada penelitian ini terkumpul buku dan jurnal yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.1.4.5 Kuesioner

Kuesioner adalah mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pilihan pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner akan lebih tepat dan efektif jika jumlah responden yang besar dan tersebar lebih luas.

3.1.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini dalam menganalisis data yang diperoleh menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam sebuah proyek atau usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi dan pada akhirnya mendapatkan keunikan tersendiri atau Unique Selling Proposition.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profile UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II

3.2.1.1 Alamat

Nama : UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II

Alamat : Jl. Jend. Gatot Subroto, Pesayangan, Kedungwuluh, Kec. Purwokerto Bar., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53131

Unit Pelaksana Teknik Dinas (UPTD) Pasar Wilayah Purwokerto II merupakan dinas dibawah pemerintahan Kabupaten Banyumas yang dipimpin oleh Bapak Suparwoto, S.Sos. Adapun struktur organisasi yang terdapat di UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II sebagai berikut :



Gambar 7- Struktur Organisasi UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II

[Sumber : Dokumentasi Penulis]

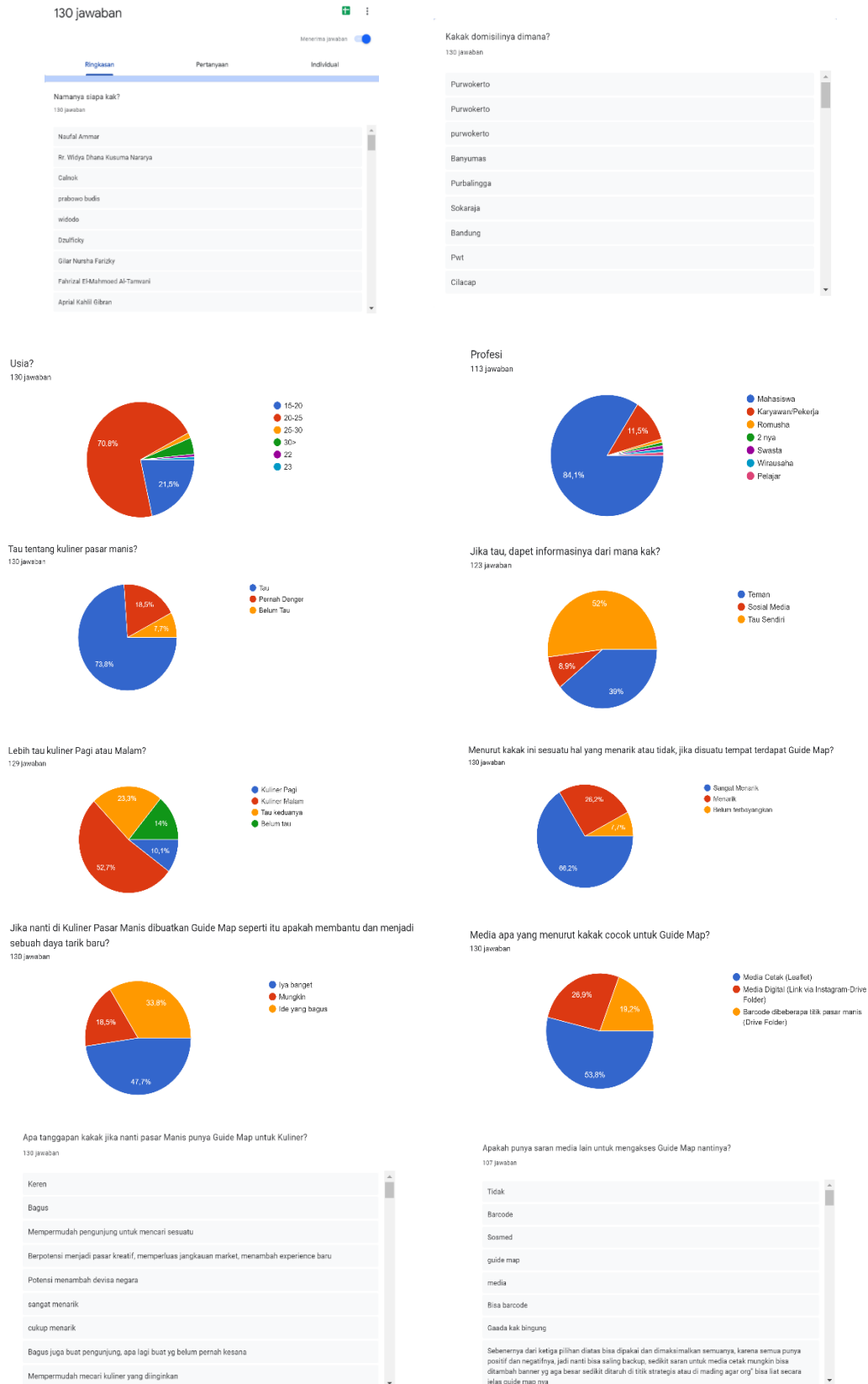
3.2.2 Promosi yang pernah dilakukan

Pada umumnya pasar tidak terlalu memperhatikan promosi secara online atau media sosial, karena ekosistem pasar sudah terbentuk dan massanya sudah ada. Namun di Pasar Manis selama ini telah melakukan promosi melalui Instagram @pasarmanispurwokerto, meskipun jika dilihat tidak rutin membagikan kegiatan-kegiatan atau kondisi pasar melalui akun tersebut.

3.2.3 Hasil Pengumpulan Data

Setelah melakukan pengumpulan data pada tanggal 24 November 2022 melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Terkumpul beberapa data mengenai Pasar Manis diantaranya sebagai berikut :

3.2.3.1 Data Kuisoner 130 Responden Pasar dengan



3.2.3.2 **Pengelolaan terbaik se-Indonesia**

Wilayah Purwokerto II terdapat beberapa pasar diantaranya ada Pasar Manis, Pasar Pahing, Pasar Kober, Pasar Pon, Pasar Pratistha, Pasar Cikebrok, dan Pasar Mina Restu. Dan jika disebutkan secara keseluruhan yang ada di wilayah Purwokerto sangat banyak. Dari banyaknya pasar yang ada di Purwokerto pada 19 Mei 2016, Pasar Manis diresmikan oleh Bapak Presiden Joko Widodo. Setelah itu Pasar Manis mendapat penghargaan sebagai Pasar dengan pengelolaan terbaik se-Indonesia, penilaian tersebut dilihat dari fasilitas yang terdapat di pasar, lalu adanya area kuliner, jam operasional pedagang pasar yang baik, pengelolaan kebersihan dengan program pengolahan sampah organik dan keamanan, penyusunan 18 Standar Operasional Prosedur (SOP) pengelolaan pasar, penerapan zonasi yang mengacu pada kriteria pasar sehat, dan pengaturan hak dan kewajiban antara UPT pasar Manis dengan para pedagang. Dan menjadi unggulan dari pasar Manis selain dari pengelolaan adalah lokasinya yang strategis, karena berada di tengah-tengah kota dan dekat dengan pusat pemerintahan.

3.2.3.3 **Data-data pasar**

Pasar Manis secara keseluruhan terdapat kurang lebih 487 pedagang yang terbagi menjadi 2 sektor yaitu, 320 pedagang sayuran dan 147 pedagang yang ada di kios (termasuk kuliner yang terdapat di dalam pasar). Dari banyaknya pedagang yang ada di pasar Manis, terdapat pegawai yang menjalankan tugas dan mengelola pasar Manis. Jika dijumlahkan total ada 29 pegawai yang terdapat di pasar Manis. Pegawai berangkat dari hari senin hingga sabtu.

Layaknya seperti pasar pada umumnya, sistem penarikan untuk sewa lapak mulai dari Rp. 400-Rp. 500. Namun kelebihan dari pasar Manis, untuk penarikan sudah menggunakan penerikan secara elektronik atau menggunakan QRIS. Untuk melakukan publikasi kegiatan pasar, pengelola menggunakan sosial media khususnya Instagram sebagai media publikasi hingga saat ini. Instagram yang digunakan adalah dengan nama akun @pasamanispurwokerto.

Jika dilihat dari fokus peneliti yaitu pembuatan Guide Map pasar Manis yang tersektor pada Kuliner Pagi dan Malam, maka penulis mendapatkan nama data-data penjual atau kuliner yang ada di pasar Manis, datanya sebagai berikut :

| Kuliner Pagi | Kuliner Malam |
|----------------------------|--------------------------------|
| 1. Jamu Mbah Mangun | 1. Nasi Bebek Madura Dua |
| 2. Mie Ayam Lingkar Indah | Saudara |
| 3. Soto Ayam Pak Kartoyo | 2. Seafood Bang Jafra Ala |
| 4. Bubur Ayam Pak Amin | 3. Soto Lamongan Mbah Bejo |
| 5. Baso Pak Gimam | 4. Lumpia Boom Kremes & |
| 6. Es Degan Duren | Seblak Mbakyounne |
| 7. Soto Betawi Bu Atik | 5. Nasi Goreng Yu Titi |
| 8. Nasi Rames dan Gorengan | 6. Mie Ayam Lingkar Indah |
| Bu Tuti | 7. Pondok Lele Cak Ucon |
| 9. Sate ayam Madura Pasar | 8. Moo Milk Susu Sapi Murni |
| Manis | 9. Sop Kaki Kambing & Sapi |
| 10. Aneka Jus Mba Puji | Khas Tanah Abang 999 Bang |
| 11. Peyek Mba Rini | Fathur |
| 12. Nasi Rames & Gorengan | 10. Ayam & Bebek Mul |
| Bu Tuti | 11. Bubur Kacang Hijau & Ketan |
| 13. Bubur Ayam Bandung | Hitam |
| 14. Gudeg Mas Moko | 12. Warung Pecel Nusantara |
| 15. Ayam Goreng Bu Asih | 13. Warung Tahu Mba N'dut |
| 16. Nasi Rames & Gorengan | 14. Roti Bakar Mba N'dut |
| Bu Ina | 15. Oemah Kebab Burger |
| 17. Nasi Rames & Gorengan | 16. Ayam Kremes Banyumas |
| Bu Tar | 17. Sego Penek & Soto Betawi |
| 18. Nasi Rames & Gorengan | 18. Teokpokking Rajanya |
| Mba Upi | Teokbokki PWT |
| | 19. Mie Lampung |

| | |
|---|--|
| <p>19. Bakmi & Nasi Goreng Bu Nunung</p> <p>20. Nasi Rames & Gorengan Bu Tri</p> <p>21. Gorengan & Wedangan Bu Kasmirah</p> <p>22. Sate Ayam Kalimantan</p> <p>23. Kamir Yu Tini</p> <p>24. Nasi Rames & Gorengan Bu Yayu</p> <p>25. Fried Chicken Bu Harni</p> <p>26. Soto Rempah Bu Ning</p> <p>27. Gorengan & wedangan Bu Tar Beji</p> <p>28. Kwetiau Mba Yuyun</p> <p>29. Gudeg Bu Yus</p> <p>30. Soto Ayam Bu Turyati</p> <p>31. Siomay Somad</p> <p>32. Es teh POCI</p> | <p>20. Kue Dongkal Kang Yeye</p> <p>21. Warung Tenda Sejahtera</p> <p>22. Pempek Palembang Almeera</p> |
|---|--|

Tabel 1-Data Pedagang

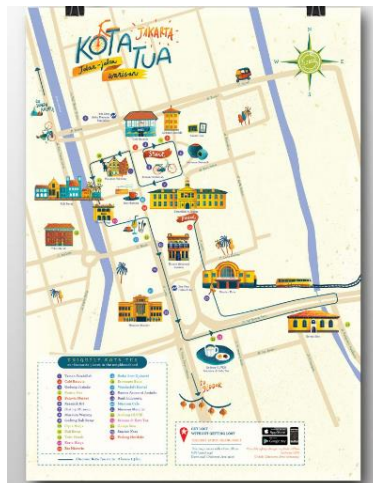
3.2.3.4 Data Visual



3.2.4 Studi Komparasi

3.2.4.1 Jakarta Kota Tua Guide Map

Pada sebuah proyek desain guide map Jakarta Kota Tua yang dibuat oleh Astrid Prasetianti desainer lokal dari daerah tersebut memvisualisasikan lokasi-lokasi yang menjadi rekomendasi para wisatawan Ketika berkunjung ke Kota Tua pada sebuah Desain Guide Map. Dilihat dari website idiscover.com, Guide Map ini dirilis tahun 2018. Guide Map ini berisikan spot-spot terbaik yang wajib dikunjungi Ketika pergi ke Kota Tua contohnya ada Taman Fatahillah, Café Batavia, Kantor Pos, History Museum dan lainnya. Desain dan ilustrasi dibuat sederhana mulai dari pemilihan warna ikon-ikon tempat dibuat mirip namun tidak terlalu detail, keterbacaan informasi terbilang sudah cukup, dan penataan setiap elemen visual terlihat simetris sehingga dapat dipahami dan nyaman dilihat. Lalu pada guide map ini memiliki jalur rekomendasi dari mana pengunjung memulai perjalanan dan dimana untuk mengakhiri perjalanannya.



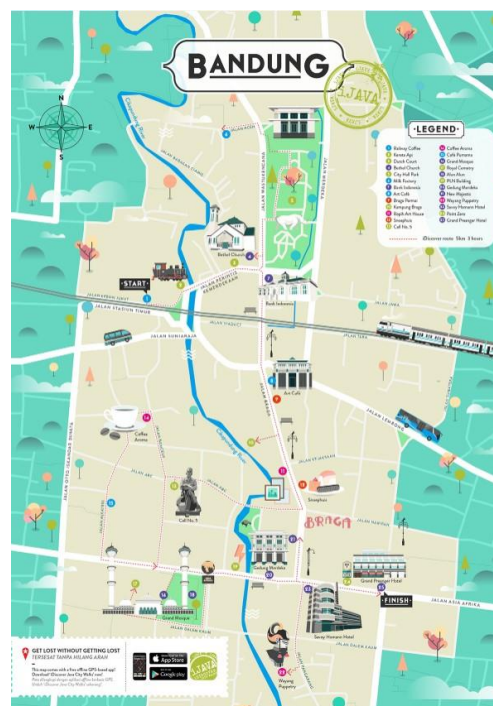
Gambar 8-Jakarta Kota Tua

[Sumber : <https://i-discoverasia.com/product/jakarta-old-town-map/>]

3.2.4.2 Bandung (Explore-Discover-Give Back)

Pada proyek desain guide map Bandung (Explore-Discover-Give Back) yang dibuat oleh desainer lokal dari daerah tersebut yaitu Abiyasa Adiguna Legawa

memvisualisasikan tempat-tempat yang mempunyai nilai sejarah atau bangunan-bangunan lama yang menjadi ikonik di Kota Bandung yang nantinya pengunjung bisa tahu alur dan dimana saja tempat-tempat tersebut. Guide Map ini dirilis tahun 2018 yang dipublikasikan oleh website idiscover.com. Guide Map dirancang dan dibuat dengan desain yang simpel dengan gaya ilustrasi flat, dan pemilihan warna bisa dibilang hampir mendekati dengan warna yang menjadi identitas di Bandung yaitu biru. Ikon-ikon tempat dibuat mirip supaya pengunjung bisa membayangkan bentuk dari tempat tersebut seperti apa, dan pada setiap proyek idiscover.com selalu memberikan alur yang menjadi rekomendasi dari mana wisatawan harus memulai perjalanan, dan dimana mengakhiri perjalanannya.



Gambar 9-Bandung (Explore-Discover-Give Back)

[Sumber : <https://i-discoverasia.com/product/bandung-map/>]

3.2.5 Analisis SWOT, USP, dan Positioning

3.2.5.1 Analisis SWOT

| ANALISIS SWOT | PERANCANGAN GUIDE MAP PASAR MANIS | GUIDE MAP JAKARTA KOTA TUA | GUIDE MAP BANDUNG |
|-----------------|---|---|---|
| Strenght | <ul style="list-style-type: none"> - Inovasi membuat pengalaman lebih Ketika berkunjung ke pasar di bekal guide map - Guide Map di desain semenarik mungkin agar menjadi sebuah daya Tarik baru | <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas wisata khususnya di Kota Tua - Cakupan objek luas, sehingga informasi tentang Kota Tua bisa dilihat melalui Guide Map - Desain guide map menarik namun tetap bisa di pahami | <ul style="list-style-type: none"> - Media baru yang bisa membantu wisatawan yang berkunjung ke Bandung - Desain menarik dan pemilihan objek pun menarik - Tidak terlalu bertele-tele dalam menyampaikan informasi |
| Weakness | <ul style="list-style-type: none"> - Tidak tersedia sign system dilokasi pasar | <ul style="list-style-type: none"> - Cakupan luas namun tidak mencantumkan alternatif transportasi untuk menuju tempat tersebut | <ul style="list-style-type: none"> - Cakupan luas namun tidak mencantumkan alternatif transportasi untuk menuju tempat tersebut |

| | | | |
|----------------------|--|---|---|
| Opportunities | <ul style="list-style-type: none"> - Menjadi pelopor tempat di Purwokerto yang mempunyai guide map khusus nya pasar - Menambah minat masyarakat untuk bekunjung ke pasar | <ul style="list-style-type: none"> - Acuan utama Ketika bekunjung ke Kota Tua - Promosi terhadap objek tersebut | <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan pengetahuan mengenai bangunan-bangunan bersejarah di Bandung - Kerja sama dengan badan atau komunitas yang mempunyai program pelestarian cagar budaya |
| Treats | <ul style="list-style-type: none"> - Posisi pedagang suatu saat berpindah | <ul style="list-style-type: none"> - Adanya kecanggihan teknologi Google Maps yang bisa memberikan rute terbaik | <ul style="list-style-type: none"> - Adanya kecanggihan teknologi Google Maps yang bisa memberikan rute terbaik |

Tabel 2-SWOT

3.2.5.2 Unique Selling Proposition

Unique Selling Proposition (USP) adalah faktor yang membedakan antara produk satu dengan produk yang lainnya, jadi ada hal yang tidak dimiliki oleh pesaing atau kompetitor dari sebuah produk atau bisnis. Pada perancangan ini

merupakan sebuah bentuk inovasi yang biasanya guide map dipergunakan pada sebuah objek wisata atau memperkenalkan sebuah kota, kali ini dipergunakan atau ditujukan untuk pasar. Disini peneliti berusaha untuk membuat guide map sebagai media kreatif dalam menginformasikan spot-spot tempat dan dirancang melalui tahapan desain yang nantinya bisa menjadi sebuah daya Tarik baru, vibes baru, dan memberikan pengalaman baru ketika berkunjung ke pasar terkhusus untuk memperkenalkan dan memperkuat adanya kuliner pagi dan malam di pasar Manis yang menjadi keunikan dan keunggulan dari pasar-pasar yang ada di Purwokerto. Dengan title sebagai pasar dengan pengelolaan terbaik se-Indonesia dan ditambah dengan adanya media informasi dalam bentuk guide map akan menjadi sebuah kekuatan baru dimana bukan hanya soal pengelolaan pasar yang baik, namun memperhatikan juga tentang visual yang menjadi bagian penting dalam kebutuhan dan perkembangan pasar untuk mempromosikan adanya wilayah kuliner yang ada di pasar Manis.

3.2.5.3 Positioning

Positioning adalah segala sesuatu yang diharapkan atau diinginkan supaya dapat dipikirkan, dirasakan, dan dapat dipercaya oleh khalayak tentang produk yang disampaikan oleh desainer atau orang yang mempunyai rancangan terhadap produk untuk sebuah promosi. Oleh karena itu pada perancangan guide map ini ingin memposisikan pasar Manis bukan hanya sekedar tempat jual beli bahan pokok atau kebutuhan dapur, namun ingin juga mengangkat kuliner pagi dengan konsep nostalgianya dan kuliner malam dengan konsep kekiniannya, yang dikemas dengan visual menarik dan informatif melalui desain Guide Map. Pemilihan gaya desain, pertimbangan warna, dan jenis font menjadi perhatian utama agar hasil desain bisa diterima diberbagai kalangan usia. Besar harapan bisa membuat daya Tarik baru dan menjadi acuan atau media informasi bagi masyarakat Purwokerto dan bahkan wisatawan luar kota. Dan ini bisa menjadi pelopor pasar yang mempunyai guide map pertama di Purwokerto.

3.2.6 Target Audiens

Dalam perancangan Guide Map Pasar Manis perlu memperhatikan beberapa aspek untuk menentukan dan mengarahkan kemana hasil karya perancangan ini akan ditujukan. Oleh sebab itu salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah target audiens. Target audiens pada perancangan Guide Map ini sebagai berikut :

3.2.6.1 Geografis

Secara geografis Purwokerto ada pada posisi yang sangat strategis, dimana lokasinya dekat dengan provinsi Jawa Barat dan dekat dengan kota-kota besar seperti Jogja, Magelang, Tegal, Pemalang, dan Cilacap. Untuk moda transportasi sangat bervariasi mulai dari kereta, bus, dan jenis transportasi lainnya. Sehingga ini menjadi potensi karena memudahkan orang-orang yang ingin berkunjung ke Purwokerto bisa mengakses dengan berbagai alternatif transportasi. Ditambah banyak tempat wisata yang ada di Purwokerto, hal tersebut menjadi peluang untuk pasar Manis yang memiliki berbagai macam kuliner dan posisi strategis di tengah-tengah kota yang nantinya bisa terpromosikan lewat guide map yang bisa di sebar melalui sosial media.

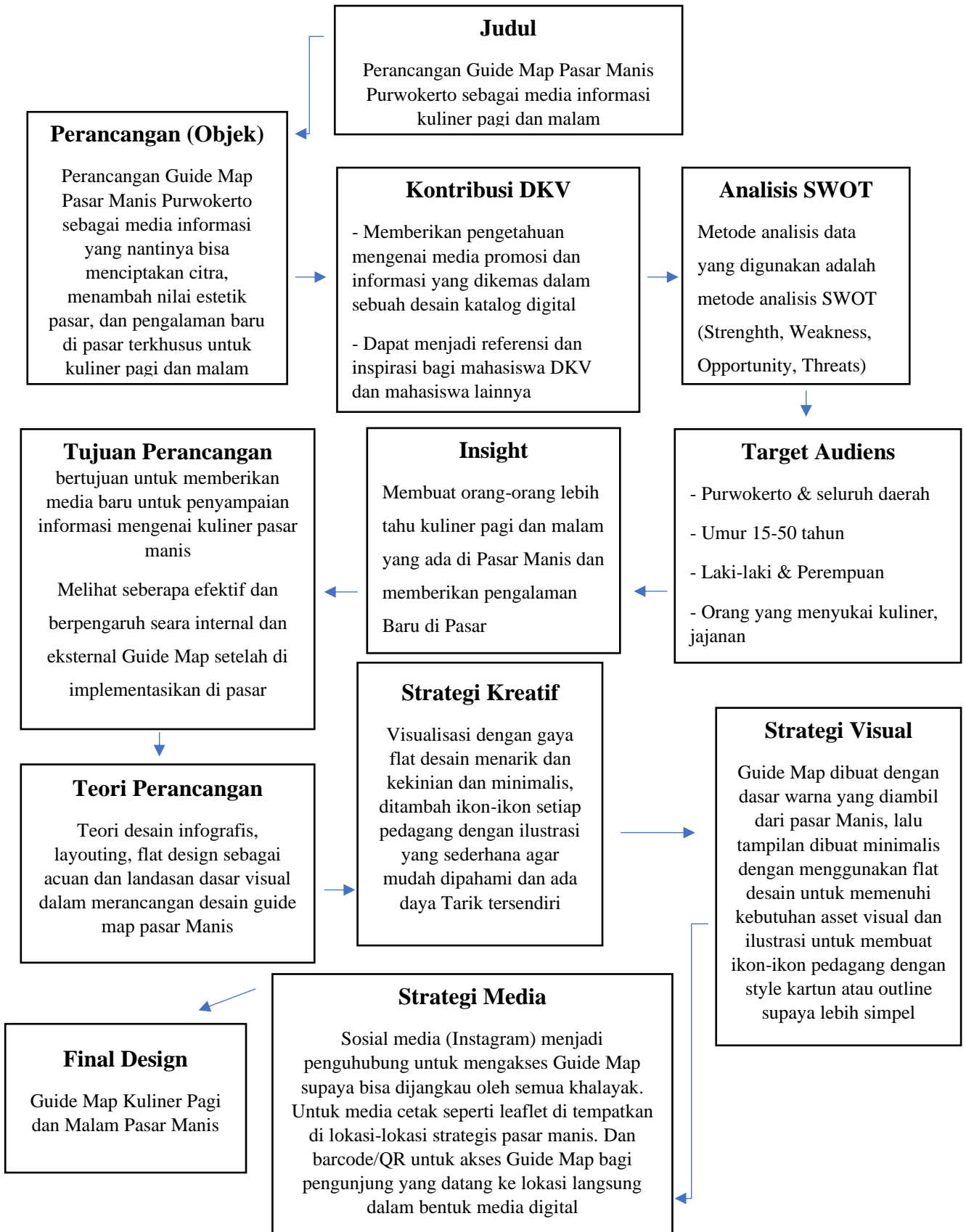
3.2.6.2 Demografis

- Usia : 15 – 50 tahun
- Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Pekerjaan : Pelajar dan Mahasiswa, Pegawai Kantoran, Food Vlogger, Youtuber, Traveller

3.2.6.3 Psikografis

Orang yang menyukai kuliner, backpacker, jajanan, penggiat sosial media, suka nongkrong, suka suasana pasar

3.2.7 Kerangka Penelitian



3.2.8 Jadwal Kegiatan

Adapun jadwal kegiatan sebagai berikut.

| No. | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | |
|--------------|----------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | Sep | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun |
| Pra Produksi | | | | | | | | | | | |
| 1 | Penentuan Objek Penelitian | | | | | | | | | | |
| 2 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | | |
| 3 | Penulisan BAB 1 | | | | | | | | | | |
| 4 | Penulisan BAB 2 | | | | | | | | | | |
| 3 | Penulisan BAB 3 | | | | | | | | | | |
| 4 | Sidang Seminar Proposal | | | | | | | | | | |
| 5 | Revisi Proposal | | | | | | | | | | |
| 6 | Ide Perancangan | | | | | | | | | | |
| 7 | Visualisasi Karya | | | | | | | | | | |
| 8 | Pameran TA | | | | | | | | | | |

Tabel 3-Jadwal Kegiatan