

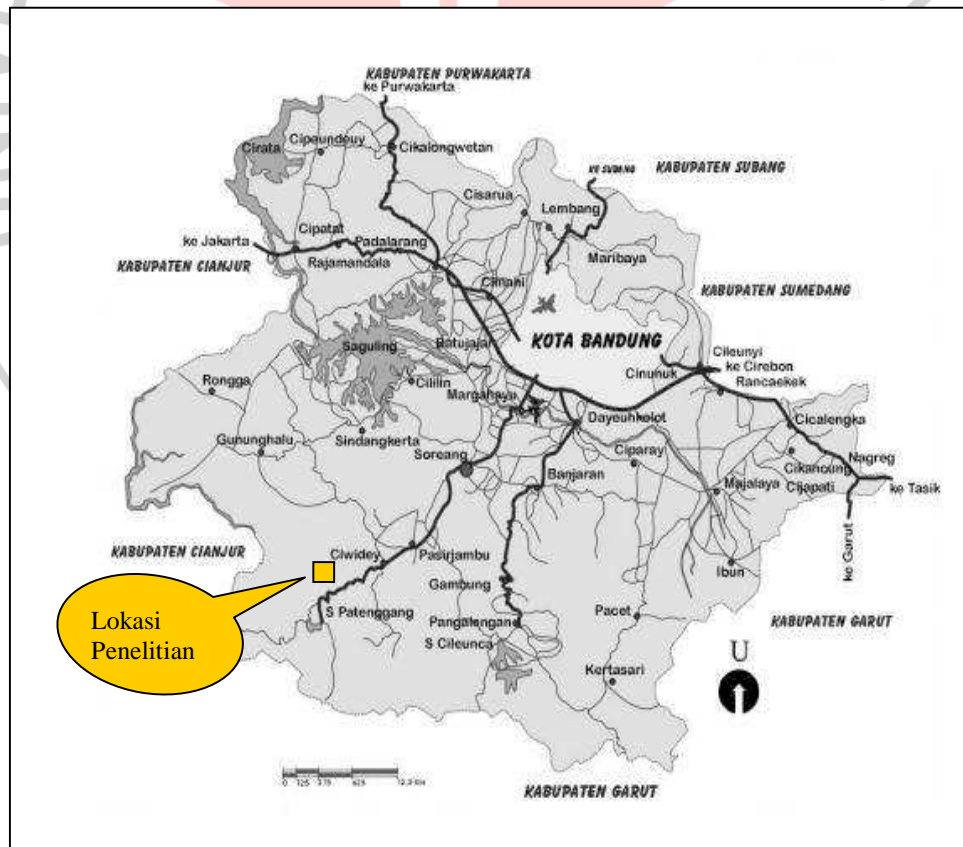
**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

**A Lokasi & Waktu Penelitian**

**1. Lokasi**

Lokasi yang menjadi penelitian adalah Kawasan Kawasan Wisata Ciwalini, Kampung Rancawalini, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung Selatan.

**Gambar 3.1**  
**Peta Kabupaten Bandung**



## 2. Waktu

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pada pertengahan bulan Maret dan diharapkan selesai pada bulan Juni.

### B. Desain Penelitian

Menurut G. Kartasaputra dan R.G. Widyaningsih (1982 : 24) mengemukakan pendapatnya bahwa :

*”metode deskriptif ialah suatu penggambaran yang nyata-nyatanya atau setidaknya sesuai atau mendekati kesesuaian dengan senyatanya dikarenakan metode ini merupakan catatan dari masalah yang diteliti.”*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada saat sekarang (aktual) dengan memberikan gambaran tentang pengembangan atraksi guna meningkatkan kunjungan wisatawan di Kawasan Wisata Air Panas Ciwalini. Metode deskriptif ini lebih menekankan pada suatu studi untuk memperoleh informasi mengenai gejala yang muncul pada saat penelitian berlangsung. Seperti yang dikemukakan oleh Moh. Nazir (2003:54) bahwa:

*“Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena”*

Winarno Surakhmad (1998:140) juga mengemukakan ciri-ciri dari metode deskriptif sebagai berikut:

- 1) Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang dihadapi pada masa sekarang, masalah-masalah aktual.
- 2) Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dianalisis.
- 3) Metode deskripsi adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai hakekat gejala atau pertanyaan mengenai apa itu, atau mendeskriptifkan apa itu.

Metode deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan informasi atas fenomena menurut keadaan di lapangan atau situasi sekarang pada objek yang dituju yaitu kawasan wisata ciwalini.

Langkah-langkah yang penulis lakukan dalam melaksanakan penelitian deskriptif, (Moh. Nazir, 2003:73) yaitu:

- 1) Memilih dan merumuskan masalah
- 2) Menentukan tujuan dari penelitian yang akan dikerjakan
- 3) Memberikan batasan dari area penelitian
- 4) Perumusan kerangka teori atau kerangka berpikir
- 5) Menelusuri sumber-sumber kepustakaan
- 6) Melakukan kerja lapangan untuk mengumpulkan data
- 7) Memberikan *interpretasi* analisa statistik.

- 8) Memberikan rekomendasi-rekomendasi yang di dapat dari penelitian
- 9) Membuat laporan penelitian dengan cara ilmiah.

### **C. Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merupakan keseluruhan gejala individu, kasus dan masalah yang diteliti yang ada di daerah penelitian yang menjadi objek penelitian (Sumaatmadja, 1988; 112).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke ciwalini

#### **2. Sampel**

Sampel menurut Singarimbun & Effendi (1989 : 3) adalah penelitian yang mengambil sampel dan populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili populasi yang bersangkutan (Sumaatmadja, 1988; 112). Sampel yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari sampel pengunjung dan responden yang diwawancarai di Kawasan Wisata Pemandian Air Panas Ciwalini.

Sampel dalam penelitian ini adalah 15 % dari jumlah atau banyaknya wisatawan yang datang ke Ciwalini pada bulan terakhir.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Goode (1952 : 22), terdapat dua syarat yang harus dipenuhi dalam prosedur pengambilan sampel, yaitu :

1. Sampel harus mewakili (representatife).
2. Besarnya sampel harus memadai.

Dalam pengambilan sampel, terdapat dua tehnik sampling (Irawan, 2005 : 60), salah satunya adalah :

1. *Probability sampling* (Pengambilan sampel berdasarkan peluang) adalah metode pemilihan sample dari suatu populasi dengan menggunakan kaidah-kaidah probabiliti. Terdapat empat cara sampling dalam Probability Sampling, salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini adalah sample random sampling:

1. *Simple random sampling*

Proses pengambilan sampel dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel.

2. Non Probability sampling (pengambilan sampel tidak berdasarkan peluang) adalah metode pemilihan sampel dari suatu populasi tidak menggunakan kaidah-kaidah probability. Dalam non probability sampling terdapat empat cara pengambilan sampling, salah satunya yang dgunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling:

1. *Accidental sampling*

Sampel diambil atas dasar seandainya saja, tanpa direncanakan lebih dahulu. Juga jumlah sampel yang dikehendaki tidak berdasarkan pertimbangan yang dapat dipertanggung jawabkan, asal memenuhi keperluan saja.

Pengumpulan data dimulai dari beberapa orang yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel, kemudian menjadi sumber informasi tentang orang-orang lain yang juga dapat dijadikan anggota sampel.

Dalam pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu pemilihan sampel untuk menjadi responden adalah setiap orang (wisatawan) yang berhasil dijumpai di Ciwalini, dengan usia 17 tahun ke atas karena dianggap telah bisa mengambil keputusan yang rasional, serta pernah berkunjung ke kawasan wisata atau objek wisata lain.

Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus slovin (Umar, 2004 : 108), sebagai berikut :

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

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian (presesi) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan di gunakan adalah :

$N = 142.177$  (jumlah pengunjung tahun 2009)

$$n = \frac{142.177}{1 + 142.177 (15\%)^2}$$

$$n = \frac{142.177}{1 + 3200}$$

$$n = 44,4 \text{ (44)}$$

Maka sampel tamu yang akan dijadikan responden dalam pengisian angket sebanyak 44 orang.

#### **D. Teknik Pengumpul Data**

Untuk mendukung penelitian yang dilakukan, maka diperlukan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data agar data yang didapat sesuai dengan yang diinginkan. Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan dua cara yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni yang asli. Informasi dari tangan pertama atau responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara :

a. Observasi lapangan

Dengan observasi lapangan peneliti secara langsung akan mendapatkan data primer dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi verbal dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang penting yang diinginkan. Apabila kita melakukan kegiatan wawancara maka akan terjadi hubungan antara dua orang atau lebih, dimana keduanya berperilaku sesuai dengan status dan peranan masing-masing.

Teknik wawancara merupakan teknik pengumpulan data primer yang membantu dan melengkapi pengumpulan data yang tidak dapat diungkapkan oleh teknik observasi, teknik ini dilakukan dengan cara mewawancarai pengelola pemandian air panas Ciwalini.

Menurut Margono ( 1997:166 ) mengemukakan syarat-syarat penting dalam melakukan wawancara:

1. menghindari kata-kata yang bermakna ganda
2. menghindari pertanyaan panjang
3. mengajukan pertanyaan sekonkret mungkin



4. mengajukan pertanyaan dalam pengalaman konkret interviewee
5. menyebutkan semua alternatif jawaban
6. menghindari kata-kata canggung yang membuat rasa malu *interviewee*
7. menetralkan gaya bahasa bertanya
8. memproyeksikan gaya pertanyaan yang menyangkut *interviewee*
9. menanyakan hal-hal positif dan negatif dalam menilai orang ketiga

c. Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan menyerahkan form isian kepada wisatawan yang berisikan tentang karakteristik pengunjung, karakteristik perjalanan wisata, obyek wisata, dan preferensi pengunjung. Penyebaran kuesioner dilakukan selama beberapa hari yaitu pada hari biasa (*weekdays*) dan pada hari Sabtu dan Minggu (*weekends*).

**2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga atau dalam penelitian ini adalah pihak pengelola dari Ciwalini. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mencari data yang diperoleh dengan cara membaca buku-buku serta literatur-literatur yang erat kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

## b. Studi Dokumentasi

Dalam memperoleh data yang diperlukan, peneliti melakukan kajian melalui media gambar, peta, dan dokumen-dokumen dari dinas yang bersangkutan sehingga diketahui bagaimana keadaan objek Wisata Air Panas Ciwalini

## **E. Prosedur dan Teknik Pengolahan serta Analisis Data**

### **1. Teknik Pengolahan Data**

Tahapan cara yang akan digunakan untuk mengolah data yaitu:

#### a) Pemeriksaan data dan mengedit data

Dilakukan dengan cara meneliti kembali data yang terkumpul dari penyebaran kuesioner. Langkah tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul sudah cukup baik. Pemeriksaan data atau editing dilakukan terhadap jawaban yang telah ada dalam kuesioner dengan memperhatikan hal-hal meliputi: kelengkapan pengisian jawaban, kejelasan tulisan, kejelasan makna jawaban, serta kesesuaian antar jawaban.

### **2. Analisis data**

#### **a. Analisis Kuesioner**

Teknik pengolahan data kuesioner wisatawan yaitu dengan pengklasifikasian pertanyaan dalam kuesioner, penghitungan

data yang didapat melalui kuesioner yang telah diisi, menganalisis hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden. Isi dari kuesioner tersebut antara lain mengenai profil dari wisatawan, keinginan dan minat dari wisatawan, serta media promosi yang sering digunakan oleh wisatawan. Ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui bagaimana respon yang diberikan oleh wisatawan yang selanjutnya akan diambil langkah-langkah untuk menyikapinya.

Adapun rumus presentase yang digunakan untuk melihat seberapa banyak kecenderungan frekuensi jawaban responden:

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

Keterangan :

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah sampel

100% = Konstanta

Setelah dilakukan perhitungan perhitungan maka menurut Suharsimi (2002:57) hasil presentase tersebut ditafsirkan dengan kategori sebagai berikut:

0% = tidak seorangpun

1% - 24% = sebagian kecil

25% - 49% = hampir setengahnya

50% = setengahnya

51% - 74 % = sebagian besar

75% - 99% = hampir seluruhnya

100% = seluruhnya

### **b. Analisis SWOT**

Adapun metode analisis yang akan dipakai oleh peneliti yaitu dengan menggunakan metode SWOT. Metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths, Weakness, Opportunities, dan threats*.

Dari pengertian SWOT tersebut akan dijelaskan satu persatu (Yoeti,1996:133) yaitu:

- 1). Kekuatan (*Strength*), yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata. Dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya.
- 2). Kelemahan (*Weakness*), yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pariwisata.
- 3). Kesempatan (*Opportunities*), yaitu semua kesempatan yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian nasional atau global yang dianggap memberi peluang

bagi pariwisata untuk tumbuh dan berkembang di masa yang akan datang.

- 4). Ancaman (*Threats*), yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti bencana alam yang sering terjadi saat ini.

Dengan melihat kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), kesempatan (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) maka akan dapat dilihat bagaimana pengembangan atraksi di Kawasan Wisata Air Panas Ciwalini Kab. Bandung

Adapun sistematika metode yang dipakai dalam penelitian ini antara lain :

Faktor – faktor yang mempengaruhi

- a). Faktor Internal : Kekuatan (*strenghts*) Kelemahan (*weakness*)
- b). Faktor Eksternal Peluang (*opportunities*) Ancaman (*theaths*)
- c). SO strategies: ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented stategy*).
- d). ST strategies: dalam situasi ini perusahaan menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan

kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

- e). WO strategies: dalam situasi ini perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi pada situasi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- f). WT strategies: ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, sehingga perusahaan harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Analisis SWOT dilakukan guna mendapatkan pilihan strategis terhadap semua faktor faktor yang akan berkaitan dalam pengembangan atraksi wisata di Air Panas Civalini Kab. Bandung. Adapun metode tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Matrik Analisis SWOT**

faktor internal	Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
Faktor eksternal		

Opportunity (kesempatan)	SO strategy	WO strategy
Threat (ancaman)	ST strategy	WT strategy

a. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisa hal-hal yang menyangkut persoalan eksternal relevan perusahaan. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan. Berikut ini tahapan kerja Matriks EFE :

- 1) Buat daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha untuk aspek eksternal yang mencakup peluang dan ancaman bagi perusahaan.
- 2) Tentukan bobot dari faktor-faktor tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1. Nilai bobot dinilai dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya. Berikut ini merupakan landasan tabel pembobotannya :

**Tabel 3.2**  
**Matriks Penentuan Bobot *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)**

Faktor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
Keterkaitan											a
Bobot											1

(Sumber : BAPEDA Kab. Tangerang, 2004 : 49)

Nomor 1-5 merupakan nomor untuk faktor peluang (terpengaruh) sedangkan untuk nomor 6-10 merupakan faktor ancaman (mempengaruhi). Pada setiap faktor yang terkait diberi tanda "x".

Sedangkan bagi faktor yang tidak terkait diberi tanda "0". Jumlah setiap bobot ditentukan berdasarkan total bobot (1) dibagi dengan a lalu dikali dengan jumlah nilai terkait.

3) Tentukan rating setiap faktor-faktor tadi antara 1 – 4, dimana :

1 = dibawah rata-rata

2 = rata-rata

3 = diatas rata-rata

4 = sangat bagus.



- 4) Kalikan nilai bobot dengan nilai *rating*-nya untuk mendapatkan skor semua faktor-faktor tadi.
- 5) Jumlahkan skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Skor total 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon dengan cara yang luar biasa pada peluang-peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Sementara itu, skor total sebesar 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang yang ada atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

**Tabel 3.3**  
**Matriks EFE**

<i>Key External Factors</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
Peluang			
-			
-			
Ancaman			
-			
-			
Total	1,00		

(Sumber : Fred R. David 2005:220)



9											
10											
Keterkaitan											a
Bobot											1

(Sumber : BAPEDA Kab. Tangerang, 2004:49)

Nomor 1-5 merupakan nomor untuk faktor kekuatan (terpengaruh) sedangkan untuk nomor 6-10 merupakan faktor kelemahan (mempengaruhi). Pada setiap faktor yang terkait diberi tanda “x”. Sedangkan bagi faktor yang tidak terkait diberi tanda “0”. Jumlah setiap bobot ditentukan berdasarkan total bobot (1) dibagi dengan a lalu dikali dengan jumlah nilai terkait.

- 3) Beri *rating* (nilai) 1 sampai 4 masing-masing faktor yang memiliki nilai :
  - 1 = dibawah rata-rata
  - 2 = rata-rata
  - 3 = diatas rata-rata
  - 4 = sangat bagus.
- 4) Kalikan antara bobot dengan *rating* dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.
- 5) Jumlahkan skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan adalah lemah, sedangkan apabila nilainya diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Seperti halnya pada matriks EFE, matriks IFE terdiri dari

cukup banyak faktor. Jumlah faktor-faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena ia selalu berjumlah 1,0.

**Tabel 3.5**  
**Matriks IFE**

<i>Key Internal Factors</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
Kekuatan			
-			
-			
Kelemahan			
Total	1,00		

(Sumber : Fred R. David 2005:220)