

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena meneliti peran dan pengaruh dari perspektif tertentu. Dasar pemikiran di balik penggunaan metodologi ini adalah bahwa penelitian kualitatif, sebagaimana didefinisikan oleh Creswell (A. Fauzi & dkk, 2022) merupakan cara untuk menyelidiki dan memahami signifikansi individu atau kelompok dalam kaitannya dengan isu sosial atau kemanusiaan. Dalam penelitian ini, peneliti menyelidiki dan memahami signifikansi suatu peristiwa atau kegiatan tertentu.

Pendekatan studi yang digunakan dalam desain penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang mendalam tentang individu, satu kelompok, satu organisasi, satu program kegiatan, dan sebagainya dalam waktu tertentu dengan tujuan untuk memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas dengan menghasilkan data yang selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data studi kasus diperoleh dari wawancara dan studi dokumentasi (Abdussamad, 2022). Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk menganalisis secara mendalam model pemasaran wisata olahraga arung jeram yang diterapkan di Parakan Kondang, dengan fokus pada interaksi berbagai elemen pemasaran dalam konteks spesifik lokasi tersebut, alih-alih menggunakan fenomenologi yang lebih berfokus pada pengalaman subjektif wisatawan terhadap arung jeram. Berkenaan dengan bagaimana sesuatu dilihat sebagai objek, peristiwa, atau kasus. Untuk mengetahui model pemasaran arung jeram selama ini, peneliti dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami model pemasaran di Parakan Kondang Sumedang.

3.2 Subjek dan Partisipan Penelitian

Subjek Penelitian yang akan saya teliti di Parakan Kondang terdiri dari, Disparbudpora, pemilik usaha arung jeram, dan mahasiswi *part time*. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling, dengan persyaratan: 1) Informan dianggap menguasai materi dan kesulitan yang ada; 2) Terlibat dalam pelaksanaan kegiatan; dan

3) Dapat diandalkan sebagai sumber data yang dapat diandalkan. 4) Berperan sebagai pengelola kelompok kerja untuk penyadaran pariwisata.

Tabel 3. 1 Data Narasumber

Inisial Partisipan	Nama	Jabatan	Kategori
N1	Riski Renaldi	Analisis Objek Wisata	Informan Pendukung
N2	Rudiadi	Pemilik Usaha	Informan Kunci
N3	Alya	Mahasiswi <i>Part time</i>	Informan Utama

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.1 untuk kategori dalam data narasumber terdapat informan utama, pendukung, dan kunci. Untuk informan kunci ditentukan kepada pemilik usaha atau penyewaan pada wisata arung jeram. Berdasarkan narasumber tersebut dalam penelitian ini pemilik usaha memberikan informasi mengenai tantangan yang dihadapi dalam pemasaran, pengalaman wisata, dan dampak ekonomi dari kegiatan tersebut. Sementara itu untuk kategori informan utama, dipilih dari narasumber mahasiswa magang mereka dapat memberikan informasi tentang kebijakan yang mendukung atau menghambat perkembangan wisata arung jeram. Selanjutnya untuk informan pendukung dipilih yaitu analisis objek wisata sebagai informasi atas umpan balik pengalaman atau kepuasan narasumber.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini akan dilaksanakan di daerah Parakan Kondang Kabupaten Sumedang dan dilakukan wawancara terhadap 3 orang informan diantaranya Analisis objek wisata yang bekerja di Disparbudpora, Pemilik usaha Arung Jeram di Parakan kondang, dan Mahasiswi *Part time* di Arung Jeram Parakan Kondang.

3.4 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian kualitatif didesain secara longgar, hal ini karena bisa terjadi atau berubah sesuai dengan rencana (Hanggraito dkk., 2021). Terdapat 3 tahapan prosedur penelitian yaitu:

3.4.1 Tahap Pendahuluan

Dengan mempertimbangkan kebaruan, peneliti memilih topik penelitian yang muncul di lapangan atau di dunia nyata. Selain itu, peneliti melakukan telaah pustaka. Setelah itu, judul penelitian dikembangkan dan didiskusikan dengan pembimbing. Metode dan desain penelitian juga direncanakan pada tahap ini, dan penentuan pengambilan sampel.

3.4.2 Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan akan dilaksanakan melalui suatu observasi dan wawancara ke 3 informan dengan cara satu persatu sampai suatu data penelitian tercukupi. Pelaksanaannya akan lebih memfokuskan kepada 3 informan di Sumedang yang mengetahui seputar wisata olahraga arung jeram.

3.4.3 Tahap Pengolahan Data

Pada tahap akhir ini data yang didapat akan diolah dan dianalisis sehingga dari data sudut pandang ke 3 informan tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan, dan diakhir akan disusun menjadi suatu laporan penelitian.

3.5 Instrumen Penelitian

Peneliti memilih dan menggunakan instrumen pengumpulan data untuk mengefisienkan dan mensistematisasi proses pengumpulan data (Firdaus, 2010). Wawancara, observasi, dan dokumentasi merupakan metode yang digunakan dalam pengumpulan data. Melalui wawancara, perspektif pengusaha arung jeram di Parakan Kondang Sumedang akan ada beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan model pemasaran arung jeram. Dokumentasi untuk menunjukkan dan mendukung telah dikunjungi. Suatu alat digunakan untuk mengukur subjek berdasarkan suatu variabel itu merupakan instrumen pengumpulan data Muslihin dkk, (2022). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara, juga dokumentasi.

Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian

Sumber	Aspek	Parameter	Petanyaan Penelitian
(Priatmoko, 2019)	Pemasaran	A. Pengembangan Produk Wisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adakah target khusus yang ingin dicapai dalam pengembangan wisata arung jeram ini, seperti peningkatan jumlah wisatawan atau pendapatan daerah? 2. Strategi apa yang diterapkan untuk mempromosikan wisata arung jeram Parakan Kondang, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional? 3. Bagaimana peran media sosial dalam promosi wisata arung jeram ini? 4. Apakah ada kerjasama dengan pihak lain (misalnya travel agent, influencer) untuk meningkatkan promosi? 5. Fasilitas apa saja yang dianggap masih perlu ditingkatkan untuk mendukung wisata arung jeram di Parakan Kondang? 6. Apa saja paket wisata arung jeram yang ditawarkan dan apa yang menjadi keunggulan masing-masing paket? 7. Bagaimana cara Anda menjaga kualitas layanan dan keselamatan para wisatawan? 8. Apakah ada inovasi produk atau layanan baru yang sedang dikembangkan? 9. Strategi pemasaran apa yang Anda gunakan untuk menarik wisatawan?

			<p>10. Bagaimana Anda memanfaatkan media sosial untuk promosi?</p> <p>11. Apakah Anda bekerja sama dengan pihak lain (misalnya hotel, restoran) untuk menawarkan paket kombo?</p> <p>12. Bagaimana upaya untuk meningkatkan kualitas produk wisata arung jeram agar lebih menarik bagi wisatawan?</p>
		B. Model Promosi	<p>13. Model promosi apa yang paling sering digunakan untuk mempromosikan wisata arung jeram di Parakan Kondang? Mengapa?</p> <p>14. Inovasi apa yang telah dilakukan dalam promosi wisata arung jeram?</p> <p>15. Bagaimana kolaborasi antara Disparbudpora dan pelaku usaha dalam mempromosikan wisata arung jeram? Apakah ada sinergi yang baik?</p>
		C. Sistem Informasi Wisata	<p>16. Sistem informasi wisata apa saja yang saat ini sudah dimiliki untuk mempromosikan wisata arung jeram di Parakan Kondang?</p> <p>17. Teknologi apa yang paling banyak digunakan dalam sistem informasi wisata yang ada, seperti website, aplikasi mobile, media sosial, atau lainnya?</p> <p>18. Seberapa efektif sistem informasi wisata yang ada dalam mempromosikan wisata arung jeram Parakan Kondang? Apakah ada peningkatan jumlah</p>

			<p>wisatawan setelah penerapan sistem ini?</p> <p>19. Fitur apa saja yang masih kurang atau perlu dikembangkan dalam sistem informasi wisata ini untuk lebih mendukung promosi wisata arung jeram?</p> <p>20. Bagaimana cara Disparbudpora melibatkan pelaku usaha arung jeram dalam pengembangan sistem informasi wisata ini?</p> <p>21. Bagaimana cara pelaku usaha melibatkan Disparbudpora arung jeram dalam pengembangan sistem informasi wisata ini?</p>
		D. Distribusi Pemasaran	<p>22. Bagaimana peran Disparbudpora dalam memfasilitasi distribusi produk wisata arung jeram?</p> <p>23. Saluran distribusi baru apa yang potensial dikembangkan untuk meningkatkan jumlah wisatawan arung jeram?</p> <p>24. Bagaimana anda mengelola saluran distribusi yang ada?</p> <p>25. Bagaimana kerjasama antara pelaku usaha dengan Disparbudpora dalam hal distribusi pemasaran?</p>

Berdasarkan Tabel 3.2 instrumen wawancara bersumber dari Priatmoko (2019) menggunakan aspek pemasaran dengan empat parameter diantaranya pengembangan produk wisata olahraga, model promosi, sistem informasi wisata olahraga, dan distribusi pemasaran.

3.6 Analisis Data

Untuk menentukan bentuk penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dilakukan analisis data (Hanggraito dkk., 2021). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan menggunakan Nvivo 15. Menurut Ruhansih (2017) deskriptif kualitatif merupakan istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk studi deskriptif. Metode ini akan melibatkan deskripsi dan analisis beberapa kondisi lapangan. Setelah selesai melakukan wawancara, data ini akan dikumpulkan. Kemudian akan diolah dan dideskripsikan untuk setiap indikasi. Akan ada pula penjelasan menyeluruh tentang hasil wawancara yang relevan beserta poin-poin indikator tambahan. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan dan memvalidasi kesimpulan yang diambil dari data wawancara. NVivo adalah proses pengolahan dan interpretasi data kualitatif yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak NVivo.

NVivo memungkinkan peneliti untuk mengorganisir, mengelola, dan menganalisis data dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Dengan NVivo, peneliti dapat melakukan koding data, yang merupakan langkah penting dalam analisis kualitatif, mana data yang dirangkum dan diorganisir berdasarkan tema atau pola yang muncul. Selain itu, NVivo menyediakan berbagai alat untuk visualisasi hasil analisis, seperti diagram, grafik, dan bagan, yang membantu peneliti dalam menyajikan temuan secara efektif (Priyatni dkk., 2020).

3.7 Validitas Data

Validasi data adalah proses yang digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah akurat, konsisten, dan dapat dipercaya. Dalam penelitian kualitatif, validasi data melibatkan teknik-teknik seperti triangulasi, member check, dan audit trail untuk meningkatkan kredibilitas dan keandalan hasil penelitian. Proses ini penting untuk memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan mencerminkan pengalaman dan perspektif partisipan dengan tepat, serta untuk mengurangi bias dalam analisis data (Nowell dkk., 2017). Validitas yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pendekatan triangulasi

dapat digunakan untuk membandingkan temuan dari sumber yang berbeda. Triangulasi dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan konsistensi data dengan menggabungkan berbagai metode, sumber, atau perspektif dalam pengumpulan dan analisis data. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti dan mengurangi bias yang mungkin muncul dari penggunaan satu metode atau sumber data saja. Triangulasi yang bertujuan untuk memperkuat hasil penelitian (Priyatni dkk., 2020).

3.7.1 Triangulasi Sumber Data

Data dari pengelola wisata dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan pihak pengelola akan menggali informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, target pasar yang dijangkau, anggaran pemasaran, saluran distribusi informasi, serta evaluasi efektivitas upaya pemasaran yang telah dilakukan. Data dari mahasiswa *part time* dilakukan wawancara singkat data mengenai bagaimana mereka mengetahui informasi tentang wisata ini, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung, persepsi mereka terhadap upaya pemasaran yang ada, serta kepuasan mereka secara keseluruhan. Data dari Dinas Pariwisata dilakukan dengan wawancara perwakilan dinas pariwisata setempat, atau pelaku usaha lain di sekitar lokasi wisata dapat memberikan perspektif tambahan mengenai dampak pemasaran wisata arung jeram terhadap wilayah sekitar dan potensi kolaborasi pemasaran.

3.7.2 Triangulasi Metode Pengumpulan Data

Wawancara digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai perspektif, pengalaman, dan opini dari pengelola, wisatawan, dan stakeholder terkait mengenai model pemasaran yang ada. Analisis dokumen dieleah terhadap materi promosi (brosur dan media sosial).