

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena atau subjek penelitian. Penelitian kualitatif menggunakan metode seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, untuk menggali persepsi, pengalaman, atau proses sosial.

3.2 Lokasi dan Informan

3.2.1 Lokasi

Penelitian ini akan berlokasi di Jatinangor National Park yang terletak di Desa Cileles, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Alasan utama Pemilihan Jatinangor National Park sebagai lokasi penelitian adalah karena destinasi ini merupakan destinasi baru yang ada di kabupaten Sumedang dan dalam waktu kurang dari 3 tahun sudah menerima ribuan hingga puluhan ribu wisatawan.

3.2.2 Informan

Dalam penelitian ini, teknik pemilihan narasumber dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang mendalam, relevan, dan sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti memilih dua orang pengelola Jatinangor National Park sebagai informan utama karena mereka memiliki keterlibatan langsung dalam proses perencanaan, pengelolaan, serta pengembangan destinasi.

Informasi yang diberikan oleh pengelola ini dinilai kredibel dan substantif, mengingat posisi mereka sebagai pelaku utama yang memahami

secara detail kondisi aktual, potensi, serta tantangan yang dihadapi destinasi. Penggunaan purposive sampling dalam penelitian kualitatif bertujuan bukan untuk generalisasi, melainkan untuk menggali kedalaman makna dan mendapatkan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini yang berjudul “Analisis Potensi Pengembangan Destinasi Jatinangor National Park Kabupaten Sumedang”, peneliti memilih dua informan yang merupakan pengelola dari destinasi wisata Jatinangor National Park. Alasan dipilih nya kedua informan tersebut karena memenuhi kriteria, yaitu sudah bekerja lebih dari dua tahun di destinasi dan juga memiliki pengalaman dibidang nya.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

Inisial	Posisi
FNF	Marketing
MJ	Multimedia

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

a. FNF (Pengelola Destinasi Jatinangor National Park Bidang Marketing)

FNF merupakan salah satu pengelola Destinasi Wisata Jatinangor National Park yang bertugas di bidang marketing. Informan ini memiliki tanggung jawab utama dalam merancang strategi pemasaran, melakukan promosi melalui berbagai media, menjalin kerjasama dengan pihak eksternal, serta memastikan program promosi dapat menarik minat pengunjung. Wawancara dengan FNF dilakukan di ruang tamu Jatinangor National Park pada hari Jumat tanggal 16 Mei 2025.

Berdasarkan hasil wawancara, FNF telah bekerja di Jatinangor National Park sejak destinasi wisata tersebut pertama berdiri kurang lebih tiga tahun sehingga memiliki pengalaman mendalam terkait pola kunjungan wisatawan,

Kantata Alif Pradharana, 2025

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA JATINANGOR NATIONAL PARK
KABUPATEN

Sumedang Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perilaku konsumen, serta efektifitas media promosi yang digunakan. Informan ini menjadi sumber data penting dalam penelitian karena memiliki pengetahuan praktis tentang bagaimana strategi pemasaran dikembangkan dan diterapkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

b. MJ (Pengelola Destinasi Jatinangor National Park Bidang Multimedia)

MJ adalah pengelola destinasi wisata Jatinangor National Park yang bertanggung jawab di bagian multimedia. Tugas utamanya meliputi pembuatan, pengelolaan, dan pengembangan konten digital seperti foto, video promosi, desain publikasi, dan materi visual lain yang digunakan dalam pemasaran destinasi wisata. Sama dengan FNF wawancara dengan MJ juga dilakukan di ruang tamu Jatinangor National Park pada hari Jumat tanggal 16 Mei 2025.

Informan MJ telah bekerja selama dua tahun di posisi tersebut dan memiliki kompetensi profesional di bidang desain grafis serta produksi konten visual. Dalam penelitian ini, MJ memberikan data yang relevan mengenai proses pembuatan konten promosi, preferensi media sosial yang digunakan, serta jenis konten visual yang paling efektif dalam menarik perhatian audiens.

3.3 Instrumen Penelitian

Menurut Denzin dan Lincoln (2019), instrumen seperti wawancara mendalam, observasi, memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang kaya dan kontekstual.

3.3.1 Wawancara

Tujuan digunakan metode wawancara ini adalah untuk menggali informasi mendalam dan seakurat mungkin untuk menjawab rumusan masalah yang diteliti. Secara umum, instrumen wawancara digunakan sebagai panduan bagi penulis untuk melakukan wawancara dengan narasumber, membantu memastikan bahwa topik-topik yang relevan dibahas dalam wawancara. Wawancara terdiri dari dua jenis: wawancara terstruktur dan wawancara tidak

terstruktur. Wawancara terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang sistematis, dengan pertanyaan yang disusun berdasarkan analisis SWOT dan VRIO, sehingga proses wawancara lebih terkontrol, sistematis, dan akurat (Kajian, I., Ilmu, R., & Kiies, N. 2024).

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator wawancara yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1) Daya Tarik Wisata

- Apa keunikan atau ciri khas dari Jatinangor National Park?
- Apa saja atraksi utama yang diminati pengunjung?
- Bagaimana keberadaan elemen alam (pemandangan, flora/fauna) dan buatan (wahana, arsitektur)?

2) Aksesibilitas

- Bagaimana kondisi akses jalan menuju destinasi?
- Seberapa mudah destinasi dijangkau dengan kendaraan umum atau pribadi?
- Apakah tersedia fasilitas penunjang transportasi (parkir, halte, petunjuk arah)?

3) Amenitas dan Fasilitas

- Fasilitas apa saja yang tersedia untuk mendukung kenyamanan wisatawan?
- Apakah fasilitas kebersihan, keamanan, dan kesehatan telah memadai?
- Bagaimana dengan akomodasi, tempat makan, dan fasilitas penunjang lainnya?

4) Sumber Daya Manusia dan Pengelolaan

- Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaan Jatinangor National Park?
- Bagaimana kompetensi, pelatihan, dan kesiapan SDM pengelola?
- Apakah struktur organisasi pengelolaan berjalan efektif?

5) Promosi dan Informasi

- Strategi promosi apa yang digunakan oleh pengelola destinasi?
- Apakah media sosial atau platform digital dimanfaatkan dengan optimal?
- Seberapa besar partisipasi media lokal/nasional dalam promosi?

6) Keterlibatan Stakeholder

- Apakah ada kerja sama dengan pemerintah daerah, komunitas, atau perguruan tinggi?
- Bagaimana bentuk kolaborasi dengan masyarakat lokal?
- Apakah pelaku UMKM lokal terlibat dalam kegiatan pariwisata?

7) Peluang dan Inovasi Pengembangan

- Potensi apa yang bisa dikembangkan lebih lanjut?
- Inovasi atau program baru apa yang sedang atau akan dirancang?
- Apakah ada upaya integrasi dengan destinasi wisata lain?

8) Tantangan dan Ancaman

- Apa saja kendala utama dalam mengembangkan destinasi ini?

- Apakah ada faktor regulasi, ekonomi, sosial, atau lingkungan yang menghambat?
- Bagaimana pengelola mengantisipasi perubahan tren wisata?

3.3.2 Observasi

Observasi merupakan alat penting dalam mengumpulkan data kualitatif. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap subjek, yang memungkinkan penulis untuk memahami konteks dan perilaku secara mendalam. Metode ini melibatkan beberapa tahapan, termasuk persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan refleksi dari hasil observasi. Observasi dapat bersifat terstruktur atau tidak terstruktur, tergantung pada tujuan penelitian dan variabel yang ingin diteliti (Arikunto, Suharsimi. 2018).

Terdapat beberapa indikator yang digunakan dalam menentukan apa saja yang diobservasi dalam penelitian ini, berikut adalah indikator tersebut:

1. Daya Tarik Wisata (Attractions)
 - Keunikan visual dan estetika lingkungan (taman, lanskap, ikon bangunan)
 - Keberadaan dan kondisi atraksi buatan (wahana permainan, taman bunga, titik swafoto)
 - Potensi atraksi alami (pemandangan, vegetasi, topografi, udara)
2. Aksesibilitas
 - Kondisi dan lebar jalan menuju lokasi
 - Ketersediaan papan petunjuk arah
 - Kemudahan akses kendaraan umum atau pribadi
 - Jarak dari pusat kota, tol, dan fasilitas transportasi lainnya
3. Amenitas (Fasilitas Pendukung Wisata)
 - Jumlah dan kondisi toilet, mushola, ruang laktasi
 - Ketersediaan area parkir, tempat duduk, foodcourt
 - Fasilitas bagi difabel (kursi roda, jalan ramah akses)

- Penataan dan kebersihan fasilitas umum
4. Aktivitas Wisatawan
 - Jenis kegiatan wisatawan di lokasi (edukatif, rekreatif, sosial)
 - Tingkat keterlibatan pengunjung (misal: interaksi dengan wahana atau taman)
 - Pola kunjungan (kelompok keluarga, pelajar, mahasiswa)
 5. Kondisi Lingkungan dan Lanskap
 - Penataan taman, kebersihan, dan pemeliharaan area hijau
 - Pengelolaan sampah dan sanitasi
 - Penyesuaian tanaman dengan musim (indikasi sistem rotasi bunga)
 6. Manajemen dan Pengelolaan
 - Struktur manajemen lapangan (ada tidaknya petugas atau koordinator area)
 - Interaksi staf dengan wisatawan (sikap, pelayanan, ketersediaan informasi)
 - Alur pelayanan pengunjung (pembelian tiket, antrian wahana, prosedur keamanan)
 7. Kegiatan Edukasi dan Inovasi Wisata
 - Kehadiran elemen edukatif (papan informasi tanaman, paket edukasi anak)
 - Aktivitas inovatif yang mendukung pembelajaran wisata (misal: workshop)
 - Bukti adaptasi terhadap tren wisata (tanaman berganti, tema musiman)
 8. Interaksi Sosial dan Partisipasi Masyarakat
 - Keterlibatan masyarakat lokal (penjual, staf, pemandu lokal)
 - Keberadaan produk lokal atau UMKM di sekitar lokasi
 - Kegiatan sosial yang diselenggarakan di area destinasi

9. Teknologi dan Promosi

- Kehadiran QR code, papan informasi digital, atau media interaktif
- Informasi promosi yang terlihat di lokasi (banner, brosur, spanduk)
- Branding destinasi melalui visual di lokasi

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode utama. Pertama, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan 2 narasumber yang merupakan pihak pengelola dari Jatinarang National Park, yang bertujuan untuk menggali pemahaman, persepsi, dan pengalaman terkait topik yang diteliti. Wawancara dilakukan secara terstruktur agar wawancara lebih terkontrol dan sistematis, serta data yang didapat jauh lebih akurat. Kedua, observasi partisipatif, dimana penulis terlibat langsung atau mengamati interaksi sosial dalam lingkungan alami subjek penelitian untuk mendapatkan data kontekstual yang kaya.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan 3 teknik, yaitu Analisis SWOT, VRIO, dan Tematik. Metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti, sesuai dengan konteks yang ada (Creswell & John. 2018).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). SWOT adalah singkatan dari

lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti 2008, 19)

Analisis VRIO adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi sumber daya dan kapabilitas suatu organisasi dalam konteks daya saing di pasar (Utama, 2024). Konsep VRIO terdiri dari empat elemen kunci: *Value* (nilai), *Rarity* (kelangkaan), *Imitability* (imitabilitas), dan *Organization* (organisasi). Dengan menganalisis keempat aspek ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan kompetitif yang dimiliki serta menentukan strategi yang tepat untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi pasar mereka.

Metode analisis tematik berdasarkan pendekatan Braun & Clarke (2006) untuk mengolah dan memahami data wawancara secara sistematis. Analisis tematik dipilih karena mampu mengidentifikasi pola-pola bermakna (*themes*) yang muncul dari narasi informan terkait potensi dan tantangan pengembangan destinasi Jatinangor National Park Kabupaten Sumedang. Proses analisis dilakukan melalui enam tahapan utama, yaitu:

Tahap 1: Familiarisasi dengan Data

Pada tahap ini, peneliti membaca seluruh transkrip hasil wawancara secara berulang untuk memahami isi dan konteks narasi secara mendalam. Catatan penting ditulis untuk menangkap informasi awal yang potensial menjadi bahan analisis lebih lanjut. Beberapa informasi yang menonjol pada tahap ini antara lain: keunikan arsitektur kastil dan taman bunga, kualitas fasilitas yang lengkap, pelatihan SDM, hambatan regulasi, serta kerja sama dengan masyarakat dan stakeholder eksternal. Proses ini menjadi dasar bagi peneliti untuk memahami struktur naratif dan membangun pemahaman awal terhadap konteks pengembangan destinasi wisata Janspark.

Tahap 2: Menghasilkan Kode Awal (*Generating Initial Codes*)

Selanjutnya, peneliti mengidentifikasi elemen data penting dalam kutipan wawancara dan memberikan kode awal yang merepresentasikan makna dari setiap potongan informasi. Proses coding dilakukan secara sistematis dan konsisten untuk mengorganisasi data yang tersebar menjadi satuan-satuan informasi tematik. Contoh kode yang dihasilkan antara lain:

Kantata Alif Pradharana, 2025

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA JATINANGOR NATIONAL PARK KABUPATEN

Sumedang Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

"konsep_unik_destinasi", "fasilitas_lengkap", "pelatihan_sdm", "kendala_regulasi", "kolaborasi_stakeholder", dan "promosi_digital". Setiap kode mewakili pola makna yang muncul dari narasi dan membantu dalam proses pengelompokan tema.

Kutipan Data	Kode awal
"Bangunan ikonik berupa istana warna-warni dan taman bunga yang tidak ada tandingannya di Sumedang"	Konsep_unik_destinasi
"Fasilitas kami mencakup parkir yang luas, bilik toilet yang banyak dan bersih, ruang ibadah, area food court, ruang laktasi, peminjaman kursi roda gratis, dan ruang tunggu supir"	Fasilitas_lengkap
"SDM kami mendapatkan pelatihan setahun sekali, termasuk CHSE dan pelayanan wisatawan"	Pelatihan_SDM
"Kerja sama erat dengan masyarakat dan dinas pendidikan, termasuk santunan dan perekrutan warga lokal"	Kolaborasi_stakeholder
"Larangan study tour dari Pemprov Jabar membuat kunjungan pelajar menurun drastis"	Kendala_regulasi
"Kami aktif di Instagram dan juga pernah tayang di TV nasional"	Promosi_digital

Tabel 3.2
Tabel *Generating Initial Code*

Tahap 3: Mencari Tema (*Searching for Themes*)

Pada tahap ini, peneliti mulai mengelompokkan kode-kode yang saling berkaitan ke dalam tema-tema awal yang lebih luas. Tema-tema ini merupakan pengelompokan dari beberapa kode yang memiliki makna kontekstual yang sama. Misalnya, kode "konsep_unik_destinasi" dan "daya_tarik_floral_spesifik" dikelompokkan ke dalam tema "Keunikan dan Diferensiasi Daya Tarik Wisata". Tema lainnya seperti "Kualitas Infrastruktur dan Layanan", "Kolaborasi dan Dampak Sosial", "Tantangan Regulasi dan Kebutuhan Inovasi", serta "Adaptasi Digital dan Tren Wisata" juga dibentuk dari hasil pengelompokan berbagai kode awal tersebut.

Tema Awal	Kumpulan Kode
Keunikan dan daya tarik	Konsep_unik_destinasi,
Kantata Alif Pradharana, 2025 ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA JATINANGOR NATIONAL PARK KABUPATEN Sumedang Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu perpustakaan.upi.edu	

destinasi	arsitektur kastil bunga celosia
Infrastruktur dan kualitas layanan	Fasilitas lengkap, Pelatihan_SDM, system manajemen
Kolaborasi dan dampak sosial	Kolaborasi stakeholder, pemberdayaan ekonomi, kerja sama kampus
Tantangan pengembangan dan regulasi	Kendala regulasi, kebutuhan investasi, kunjungan ulang
Strategi promosi dan adaptasi pasar	Promosi digital, ganti tanaman, diskon untuk warga sumedang

Tabel 3.3

Tabel *Searching for Themes*Tahap 4: Meninjau Tema (*Reviewing Themes*)

Setelah tema awal terbentuk, peneliti meninjau ulang masing-masing tema untuk memastikan bahwa tema tersebut benar-benar merepresentasikan data secara utuh. Proses ini juga mencakup pemisahan, penggabungan, atau penghapusan tema apabila ditemukan tumpang tindih atau ketidaksesuaian dengan data asli. Hasil peninjauan menunjukkan bahwa lima tema utama telah mencakup keseluruhan narasi dari informan dengan cukup representatif, serta memiliki konsistensi internal dan perbedaan yang jelas satu sama lain.

Tahap 5: Mendefinisikan dan Menamai Tema (*Defining and Naming Themes*)

Setiap tema yang telah disusun kemudian diberi nama dan definisi yang menjelaskan maknanya secara spesifik. Penamaan dilakukan dengan mempertimbangkan kejelasan, keterbacaan, dan kedalaman makna agar dapat merepresentasikan keseluruhan isi narasi. Lima tema utama yang dihasilkan antara lain:

Tema Final	Definisi Operasional
Daya Tarik Unik dan Diferensiasi Visual	Menggambarkan kekuatan destinasi dari segi estetika dan atmosfer yang tidak dimiliki pesaing lain di wilayah Sumedang, seperti arsitektur kastil warna-warni dan taman bunga celosia
Kualitas Infrastruktur dan Profesionalisme Layanan	Mewakili kesiapan fasilitas fisik dan kompetensi sumber daya manusia dalam menunjang kenyamanan wisatawan

Kantata Alif Pradharana, 2025

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA JATINANGOR NATIONAL PARK KABUPATEN

Sumedang Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kolaborasi Stakeholder dan Dampak Sosial	Menggambarkan hubungan aktif antara pengelola dengan pemerintah, masyarakat lokal, dan institusi pendidikan dalam mendukung pengembangan destinasi
Tantangan Inovasi	Regulasi dan Kebutuhan Menunjukkan hambatan eksternal seperti kebijakan pelarangan study tour, serta kebutuhan internal untuk menambah wahana dan mempertahankan minat wisatawan
Strategi Promosi Digital dan Adaptasi Tren Pasar	Mencerminkan pemanfaatan media sosial dan perubahan konsep visual sebagai respons terhadap preferensi wisatawan generasi baru

Tabel 3.4

Reviewing Themes

Tahap 6: Menyusun Laporan (*Producing the Report*)

Tahap terakhir adalah menyusun hasil analisis dalam bentuk narasi deskriptif tematik. Setiap tema dibahas dalam subbab tersendiri pada bagian hasil dan pembahasan, lengkap dengan kutipan naratif dari informan sebagai bukti empirik. Dalam proses ini, peneliti juga mengaitkan temuan dengan teori-teori pengembangan destinasi wisata serta kerangka SWOT dan VRIO sebagai alat analisis strategis.

Dengan menggunakan pendekatan tematik dari Braun & Clarke ini, data kualitatif dari wawancara dapat diorganisir secara logis dan menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai potensi dan tantangan pengembangan Jatinangor Flowers Park sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Sumedang. Selanjutnya, hasil tematik ini dijadikan dasar dalam membahas secara naratif pada subbab-subbab berikutnya, yang terdiri dari:

- Tema 1: Daya Tarik Unik dan Diferensiasi Visual
- Tema 2: Kualitas Infrastruktur dan Profesionalisme Layanan
- Tema 3: Kolaborasi Stakeholder dan Dampak Sosial
- Tema 4: Tantangan Regulasi dan Kebutuhan Inovasi
- Tema 5: Strategi Promosi Digital dan Adaptasi Tren Pasar

Pembahasan setiap tema akan diuraikan secara mendalam dalam kaitannya dengan kerangka konseptual dan teori yang digunakan dalam penelitian ini.