

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi Museum Sri Baduga yang dijadikan tempat penelitian, yaitu terletak di Jalan BKR Nomor 185 Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Museum Sri Baduga merupakan Museum Pemerintah Propinsi Jawa Barat yang berdomisili di Ibukota Bandung. Dari sisi geografis kota ini terletak diantara 107° 36' Bujur Timur dan 6° 55' Lintang selatan. Yang memiliki posisi geografis yang sangat strategis baik dari sisi komunikasi, perekonomian, dan transportasi. Dapat dilihat pada gambar 3.1, sebagai berikut :

Gambar 3.1 Peta Lokasi Museum Sri Baduga



Sumber: Google.com

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian kali ini yaitu dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif yaitu dapat mendeskripsikan, memperoleh gambaran dan memaparkan secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antara fenomena yang ada di lokasi penelitian.

Menurut Winarno Surakhmad (1992: 139), mengatakan bahwa penelitian dengan deskriptif bertujuan pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang. Pelaksanaan metode deskriptif tidak hanya sampai pada pengumpulan data, akan tetapi meliputi analisis dan interpretasi tentang data itu. Juga menetapkan hubungan dan kedudukan untuk unsur-unsur lainnya.

Penelitian deskriptif mempunyai karakteristik-karakteristik seperti yang dikemukakan oleh Furchan (2004: 113), yaitu :

1. Penelitian deskriptif cenderung menggambarkan suatu fenomena apa adanya dengan cara menelaah secara teratur dan ketat, menggunakan obyektivitas, dan dilakukan secara cermat.
2. Tidak adanya perlakuan yang diberikan atau dikendalikan.
3. Tidak adanya uji hipotesis.

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

1. Memilih dan merumuskan masalah.
2. Menentukan tujuan dari penelitian yang akan dikerjakan.
3. Memberi batasan dari area penelitian.
4. Merumuskan kerangka teori atau kerangka berpikir.
5. Menelusuri sumber-sumber kepustakaan.
6. Melakukan kerja lapangan untuk mengumpulkan data.
7. Memberikan interpretasi analisis statistik.
8. Memberikan rekomendasi-rekomendasi yang di dapat dari penelitian.
9. Membuat laporan penelitian dengan cara ilmiah.

Jogi Morrison, 2013

Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Budaya Dalam Upaya Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Di Museum Sri Baduga

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

C. Tehnik Pengumpulan Data

Untuk mendukung penelitian yang dilakukan, maka perlu tehnik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data agar data yang didapat sesuai dengan yang diinginkan. Adapaun tehnik-tehnik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi Lapangan

Tehnik observasi lapangan atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemutusan terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh indra. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengamati kondisi kawasan dan lingkungannya, dan potensi-potensi apa saja yang dapat dikembangkan. Serta hal-hal yang berpengaruh dalam upaya menarik minat wisatawan berkunjung di Museum Sri Baduga.

2. Wawancara

Sugiyono (2009) mengemukakan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Tehnik wawancara adalah tehnik pengumpulan data dengan cara menanyakan secara langsung data yang dibutuhkan kepada seseorang yang berwenang. Dalam penelitian kali ini yang menjadi responden wawancara adalah pegawai Unit Pengelola Museum Sri Baduga.

3. Studi Dokumentasi

Tehnik studi dokumentasi merupakan tehnik pengumpulan data dengan melihat, membaca, mempelajari, kemudian mencatat data yang ada hubungannya dengan obyek penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berbentuk gambar, dan karya-karya dari seseorang (Sugiyono, 2009). Yang menjadi data dokumentasi dalam penelitian ini adalah membaca dan mempelajari dokumen yang terkait dengan pengembangan potensi atraksi wisata budaya di Museum Sri Baduga, serta data dan gambar yang ada.

Jogi Morrison, 2013

Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Budaya Dalam Upaya Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Di Museum Sri Baduga

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

4. Angket/kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pernyataan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan (respons) atas menjawab pernyataan-pernyataan yang diajukan. Dalam penelitian kali ini yang menjadi responden adalah wisatawan yang datang berkunjung ke Museum Sri Baduga. Penyebaran angket atau kuesioner dilakukan dengan cara memberikan angket kepada setiap wisatawan yang ditemui sampai memenuhi jumlah responden yang telah ditentukan sebelumnya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2007: 49) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian kali ini yang akan diambil adalah wisatawan yang berkunjung ke Museum Sri Baduga.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah himpunan atau bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dapat menggambarkan populasinya. Untuk menentukan berapa besar jumlah sampel sebagai wakil populasi, peneliti menggunakan Rumus Slovin. Slovin menentukan ukuran sampel sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan, maka $e = 0.15$

Jogi Morrison, 2013

Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Budaya Dalam Upaya Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Di Museum Sri Baduga

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

berdasarkan rumus diatas dengan populasi sebanyak 107.525 orang, dengan nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan 0.15 maka jumlah sampel yang diperoleh sebagi berikut :

$$n = \frac{107.525}{1 + 107.525(0,15 \times 0,15)}$$

$$n = \frac{107.525}{1 + 107.525(0,0225)}$$

$$n = \frac{107.525}{107.526 \times 0,0225}$$

$$n = \frac{107.525}{2419,335}$$

$$n = 44,44 \text{ (45) orang}$$

Sehingga dari perhitungan diatas, menghasilkan sebanyak 45 orang responden yang berkunjung ke Museum Sri Baduga untuk dijadikan sampel dalm penelitian kali ini.

3. Tehnik pengambilan Sampel

a. *Probability Sampling*

Menurut Sugiyono (2006: 91) *Probability sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Probability sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan peluang. Cara pengambilannya dilakukan menggunakan *simple random sampling* atau secara acak.

Tehnik pengambilan sampel menggunakan *Probability sampling*, yaitu pemilihan sampel untuk menjadi responden adalah setiap orang (wisatawan) yang berhasil dijumpai di Museum Sri Baduga, dan sampel tersebut dipandang cocok sebagai sumber data. Dengan usia 17 tahun ke atas, karena dianggap telah bias mengambil keputusan yang rasional

E. Teknik Pengolahan Data

1. 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 dimaksud agar peneliti dapat mengetahui bagaimana respon yang diberikan oleh wisatawan yang selanjutnya akan diambil langkah-langkah untuk menyikapinya.

Apabila form kuesioner telah tersebar, terkumpul, dan terisi, selanjutnya dianalisis dengan menyajikan data dalam bentuk tabel (tabulasi data) dengan menggunakan rumus persentase. Yang merupakan teknik statistik sederhana yang digunakan untuk melihat seberapa banyak kecenderungan frekuensi jawaban yang responden.

Adapun rumus persentase yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

P = Presentase

F = Frekuensi

N = jumlah Sampel

100% = Konstanta

Setelah dilakukan perhitungan-perhitungan, maka menurut Santoso (2001: 57) hasil persentase tersebut ditafsirkan dengan kategori sebagai berikut:

Table 3.1 Kategori Persentase

Persentase	Kategori
0 %	Tidak seorangpun
1 % - 24 %	Sebagian kecil
25 % - 49 %	Hamper setengahnya
50 %	Setengahnya
51 % - 74 %	Sebagian besar
75 % - 99 %	Hamper seluruhnya
100 %	Seluruhnya

Sumber : Santoso, 2001

Pada penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2009:132) skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item akan diberikan 5 pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan. Pilihan terhadap masing-masing jawaban untuk tanggapan responden diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Nilai	Jawaban
5	Sangat Baik
4	Baik
3	Cukup
2	Kurang Baik
1	Tidak Baik

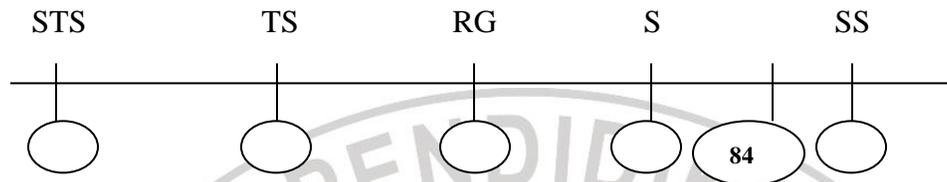
Sumber: Sugiyono, 2004

Dengan teknik pengumpulan data kuesioner/angket, maka instrumen tersebut akan diberikan secara acak. Setelah mendapatkan jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item, hasilnya akan digambarkan pada garis kontinum seperti berikut:

Jogi Morrison, 2013

Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Budaya Dalam Upaya Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Di Museum Sri Baduga

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



Gambar 3.2 Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2009)

Berdasarkan garis kontinum tersebut, maka rata-rata tanggapan responden berada di level 84% yang artinya terletak pada daerah setuju. Alasan penelitian menggunakan skala Likert 1-5 yaitu untuk memberikan jawaban yang lebih variatif, sehingga responden dapat lebih mudah menentukan jawabannya sesuai dengan apa yang responden rasakan.

2. Analisis SWOT

Analisis pengolahan data dilakukan dengan metode analisis SWOT, analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Menurut Rangkuti (2006) analisis SWOT dimaksudkan untuk mengidentifikasi faktor internal yaitu Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses) dan faktor eksternal yaitu Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats). Sehingga strategi kebijakan dapat dirumuskan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan dan ancaman.

- a. Kekuatan (Strengths), yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki oleh obyek tempat penelitian.

Jogi Morrison, 2013

Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Budaya Dalam Upaya Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Di Museum Sri Baduga

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

- b. Kelemahan (Weaknesses), yaitu segala faktor yang kurang baik untuk dijadikan tumpuan pengembangan di obyek penelitian.
- c. Peluang (Oppurtunities), yaitu semua peluang yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian nasional atau global yang dianggap memberi peluang bagi pariwisata untuk tumbuh berkembang di masa yang akan datang.
- d. Ancaman (Threats), yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi perusahaan.

A. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor – faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi, dan produksi/operasi.

Tahap Kerja :

1. Buatlah daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak peting bagi aspek internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan.
2. Tentukan bobot dari faktor-faktor yang telah ditentukan dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus 1,0 nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya.
3. Menentukan rating dari critical success factor antara 1 sampai 4 yang masing-masing 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. Jumlah skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Nilai rata-rata adalah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan apabila nilainya diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Jumlah faktor-faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena ia selalu berjumlah 1,0. Contoh tabel matriks IFE dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3 Matriks IFE

Key Internal Factor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
-			
-			
Kelemahan			
-			
-			
Total	1,00		

Sumber, Rangkuti 2006

B. Matriks External Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal menyangkut persoalan ekonomi, sosial budaya, demografi, lingkungan dan politik, pemerintah, hukum, teknologi, persaingan pasar industri dimana perusahaan berada, serta data eksternal relevan lainnya. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan.

Tahap Kerja :

1. Membuat daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak peting bagi kesuksesan dan kegagalan untuk faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman.
2. Tentukan bobot dari faktor-faktor yang telah ditentukan dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus 1,0 nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya.
3. Menentukan rating dari critical success factor antara 1 sampai 4 yang masing-masing memiliki nilai :
 - 1 = dibawah rata-rata
 - 2 = rata-rata
 - 3 = diatas rata-rata
 - 4 = sangat bagus.
4. Mengalikan bobot dengan ratingnya untuk mendapat skor semua faktor-faktor tadi.
5. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Skor total 4,0 mengidentifikasi bahwa perusahaan merespon dengan cara yang luar biasa terhadap peluang-peluang yang ada dan , dan menghindari ancaman-ancaman yang ada di pasar industrinya. Skot total sebesar 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang yang ada atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal. Contoh Matriks EFE dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.4 Matriks EFE

Key External Factor	Bobot	rating	Skor
Peluang			
-			
-			
Ancaman			
-			
-			
Total	1,00		

Sumber, Rangkti 2006

C. Matriks SWOT / TOWS

Matriks SWOT / TWOS adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategi organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki organisasi, dapat disesuaikan dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi tersebut. Matriks ini memiliki 4 (empat) buah strategi :

1. Strategi S – O (Strengths – Oppurtunities)

Strategi S – O adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk dapat menarik keuntungan dari peluang eksternal. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dengan dan mengubahnya menjadi kekuatan. Kemudian sebuah perusahaan dihadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

2. Strategi W – O (Weaknesses – Opportunities)

Strategi W – O adalah bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

3. Strategi S – T (Strengths – Threats)

Strategi S – T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal sebagai sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan bahwa perusahaan yang kuat harus selalu menghadapi ancaman.

4. Strategi W – T (Weaknesses – Threat)

Strategi W – T adalah berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi ini meruokan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada pada dalam posisi yang berbahaya.

Untuk lebih jelas, berikut ini adalah 8 (delapan) tahap bagaimana penentuan strategi dibangun melalui matriks TOWS / SWOT. Tahap yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Membuat daftar kekuatan internal perusahaan.
2. Membuat daftar kelemahan internal perusahaan.
3. Membuat daftar peluang eksternal perusahaan.
4. Membuat daftar ancaman eksternal perusahaan.
5. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel Strategi S – O
6. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel Strategi W – O

Jogi Morrison, 2013

Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Budaya Dalam Upaya Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Di Museum Sri Baduga

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

7. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel Strategi S – T
8. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel Strategi W – T. Bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.5 Matrik Analisis SWOT

IFE → Kosong (Leave Blank)	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
EFE ↓		
Peluang (Opportunities)	Strategi S – O	Strategi W – O
Ancaman (Threats)	Strategi S – T	Strategi W – T

Sumber, Rangkuti 2006