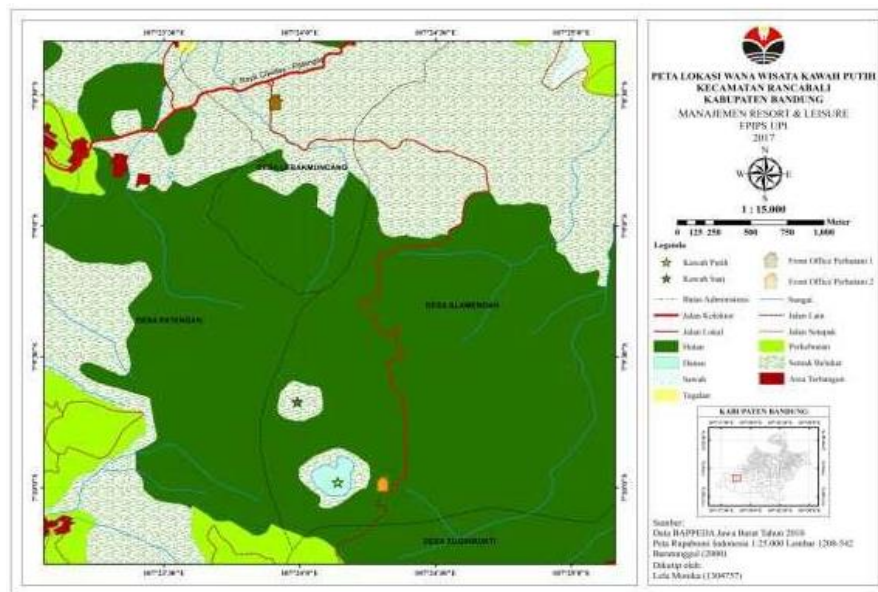


BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kawasan Wana Wisata Kawah Putih yang terletak di Kaki Gunung Patuha tepatnya di desa Alamendah, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung Jawa Barat. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan Wana Wisata Kawah Putih merupakan salah satu destinasi wisata konservasi yang memiliki potensi wisata alam yang unik.



Sumber : Lela Monika , 2017

Gambar 3.1 Peta Wana Wisata Kawah Putih

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan atas filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2006:14). Penelitian survei merupakan penelitian yang

mengambil sampel dari suatu populasi dan memakai kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2001).

Penelitian ini dilakukan dengan merumuskan terlebih dahulu masalah atau topik yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian. Penelitian ini mengadopsi terinspirasi dari penelitian yang dilakukan oleh Yaiza Lopez-Sanchez (2016) yang berjudul *Factors Influencing The Willingness to Pay For Sustainable Tourism : Case a Mass Tourism Destinations* didapatkan dari *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* yang terbit pada tahun 2017. Jurnal tersebut membahas mengenai persepsi wisatawan terhadap pariwisata berkelanjutan di destinasi yang mereka kunjungi dan melihat bagaimana tingkat kesadaran mereka terhadap masalah lingkungan di destinasi tersebut serta keinginan mereka untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan yaitu dengan cara melakukan WTP. Yang kedua, peneliti juga mengadopsi penelitian penelitian Fang Han (2010) yang berjudul *Estimating willingness to pay for environment conservation: a contingent valuation study of Kanas Nature Reserve, Xinjiang, China.* didapatkan dari jurnal *Environmental Monitoring and Assessment* yang terbit pada tahun 2011. Jurnal tersebut membahas mengenai faktor faktor yang mempengaruhi kesediaan wisatawan untuk membayar Willingness to pay dan besaran nilai WTP yang hendak dibayar oleh wisatawan.

Setelah mempelajari artikel penelitian tersebut, peneliti mengadopsi dan memodifikasi metode penelitian yang dilakukan oleh penelitian tersebut, seperti teknik pengambilan data, pengolahan data, dan penyajian data. Kemudian, hal yang dilakukan selanjutnya adalah observasi objek yang diteliti. Setelah itu, membuat instrumen penelitian. Selanjutnya adalah penyebaran kuesioner dan pencarian data-data pendukung, mengolah data, mereduksi data, menganalisis data, menyajikan data, dan penarikan kesimpulan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan sifat khas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2002). Dalam penelitian ini, yang dijadikan populasi adalah populasi terbatas dimana populasi memiliki sumber data yang jelas batasannya secara kuantitatif. Populasi tersebut meliputi pengunjung yang pernah berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih maksimal 3 tahun terakhir.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. (Sugiyono, 2002). Pada metode penelitian kuantitatif, sampel disebut dengan narasumber atau informan atau partisipan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Teknik *Nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2014) yaitu tidak adanya kesempatan atau peluang yang sama pada setiap unsur dalam populasi dipilih menjadi sampel. *Purposive Sampling* merupakan teknik dalam memilih sampel dimana ada ciri-ciri khusus yang sesuai penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan dalam penelitian. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahannya sebesar 8%.

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance), dimana $e = 0.08$

Pengambilan angka untuk ukuran populasi diambil dari rata-rata jumlah pengunjung yang datang berkunjung ke Wana Wisata Kawah putih tahun 2017-2019

$$n = 1299497 / 1 + 12994,97 \times (0,08)^2$$

$$n = 156,231$$

$$n \approx 157$$

Berdasarkan perhitungan tersebut sampel penelitian ini adalah 156,231 orang jika dibulatkan menjadi 157 orang. Maka penulis harus memberikan kuesioner kepada 157 responden yang pernah berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih.

3.4 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2008) variabel penelitian merupakan segala sesuatu dalam yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh jawaban mengenai hal tersebut agar kemudian dapat diambil kesimpulannya. Indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini dalam dapat dilihat pada tabel 3.1 dalam bentuk operasional variabel.

**Tabel 3.1 Operasional Variabel Analisis Logistik Biner
(Faktor Faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar)**

Variabel	Variabel deskripsi	Kategori	Nomor Item	Skala
Variabel Dependen (Y)				
WTP	Kesiediaan untuk membayar WTP	Ya	1	Nominal
		Tidak	0	
Variabel Independen (X)				
Jenis Kelamin (X1)	Jenis Kelamin	Perempuan	1	Nominal
		Laki-laki	0	
Usia (X2)	Usia	17-25	1	Rasio
		26-35	2	
		36-45	3	
		46-55	4	
		56-65	5	
Pendidikan (X3)	Status Pendidikan	Pendidikan dasar (SD)	1	Ordinal
		Pendidikan menengah (SMP)	2	
		Pendidikan menengah atas (SMA/SMK)	3	
		Diploma 3	4	
		Pendidikan tinggi. (D4/S1)	5	
		Pascasarjana (S2)	6	
Pendapatan (X4)	Pendapatan pribadi	< Rp1.500.000	1	Rasio
		Rp1.500.000 - Rp.3.500.000	2	
		Rp.3.500.001 – Rp.4.500.000	3	
		Rp4.500.001 – Rp. 6.000.000	4	
		> 6.000.000	5	

Lokasi (X5)	Domisili	Dalam Kabupaten Bandung	1	Nominal
		Luar Kabupaten Bandung	0	
Impression (X6)	Kesan terhadap Wisata Kawah Putih	Buruk	1	Ordinal
		Netral	2	
		Baik	3	
Attitude (X7)	Sikap terhadap pelestarian lingkungan	Negatif	1	Ordinal
		Netral	2	
		Positif	3	
Pengetahuan pariwisata berkelanjutan (X8)	Mengetahui pariwisata berkelanjutan	Mengetahui	1	Nominal
		Tidak Mengetahui	0	

Tabel 3.2 Operasional Variabel Analisis Contingent Valuation Method (Menentukan Besaran Nilai Willingness to Pay)

Variabel	Variabel Deskripsi	Keterangan
Persepsi Pariwisata berkelanjutan	Mengetahui Sustainable tourism / Pariwisata berkelanjutan?	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak
	Persepsi mengenai destinasi wisata yang sustainable/berkelanjutan	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan alamnya terjaga • Meningkatnya jumlah turis setiap tahun • Mensejahterakan masyarakat sekitar kawasan wisata • Destinasi yang dapat memenuhi segala kebutuhan wisatawan • Destinasi yang terus tumbuh (meningkatnya jumlah akomodasi) • Jawaban lainnya.
	Penting tidaknya suatu destinasi wisata menjadi berkelanjutan.	<ul style="list-style-type: none"> • Ya , karena agar terus tumbuh dan menciptakan lapangan pekerjaan • Ya, agar keluarga saya bisa terus berlibur di destinasi tersebut

		<ul style="list-style-type: none"> • Ya, agar masyarakat sekitar hidup sejahtera • Ya, agar destinasi wisata tidak punah mengingat banyaknya destinasi wisata lokal lainnya • Tidak, menurut saya "sustainability" hanyalah konsep pemasaran • Tidak, karena destinasi yang sudah bagus tidak memerlukan pengembangan • Tidak, karena menurut saya akan susah untuk dikendalikan • Jawaban lainnya
	Penanggung jawab dalam upaya pelestarian lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelola • Pengunjung • Pemerintah • masyarakat
	Persetujuan kesediaan membayar	<ul style="list-style-type: none"> • Setuju • Tidak setuju
	Penting tidaknya membayar untuk upaya pelestarian lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> • Ya, untuk menjaga sumber daya tetap ada • Ya, untuk pemeliharaan lingkungan agar ada peluang penggunaan di masa depan • Ya, untuk memperkenalkan warisan alam kepada keturunan di masa depan • Tidak, dana harus disediakan oleh Pengelola • Tidak, Saya ingin berkontribusi tetapi saya tidak memiliki banyak uang • Tidak, Saya khawatir dana itu tidak digunakan untuk pelestarian • Hal itu tidak penting bagi saya

		• Jawaban lainnya
Pasar Hipotetik	Skenario yang singkat, padat dan jelas sehingga responden paham mengapa mereka rela membayar.	<p><i>“Wana Wisata Kawah Putih merupakan suatu destinasi wisata alam yang memiliki potensi wisata yang besar baik dari segi keindahan pemandangan alamnya terutama keindahan kawahnya, hutan serta flora dan fauna yang harus dijaga kelestariannya. Hal ini dapat dikatakan bahwa kondisi lingkungan mengalami penurunan kualitas lingkungan seperti sampah disekitar kawah karena padatnya pengunjung, kebakaran hutan yang pernah terjadi disekitar kawah yang dapat mengancam keberlanjutan. Maka dari itu dibutuhkan suatu upaya pelestarian lingkungan dengan melakukan pemeliharaan dan pemantauan serta pencegahan terhadap penurunan kualitas lingkungannya lainnya dengan partisipasi masyarakat seperti berupa willingness to pay untuk mendukung terwujudnya upaya pelestarian lingkungan”</i></p>
Mencari nilai WTP	Berapa besaran nominal yang hendak dibayarkan.	<i>Open ended question</i>

3.5 Jenis Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan melalui pihak utama dengan wawancara, kuesioner dan lain sebagainya (Arikunto, 2010:22). Data primer dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner secara daring lewat media sosial Instagram dan Twitter menggunakan tautan yang diunggah pada *Instagram story* dan lini masa media sosial tersebut. Peneliti melakukan penelitian dengan cara mengamati objek atau fenomena di Wana Wisata Kawah Putih.

3.5.2 Data Sekunder

Menurut Arikunto (2010) data sekunder merupakan data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang akan mendukung data primer. Dalam penelitian ini diperoleh hasil observasi serta studi pustaka oleh peneliti. Data sekunder yang didapatkan berupa data mengenai gambaran umum lokasi penelitian, yaitu profil Wana Wisata Kawah Putih dan upaya pelestarian dalam bentuk berupa dokumen, foto, maupun laporan yang diperoleh dari kantor administrasi Wana Wisata Kawah Putih. Sedangkan untuk pengumpulan data daring peneliti memilih mengambil dari situs resmi atau dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk membantu jalannya penelitian. Menurut Sugiyono (2009:148) Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur fenomena yang sedang diamati, baik itu fenomena alam maupun sosial yang dapat membantu dalam pendataan informasi pada penelitian. Berikut adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2014:137) wawancara digunakan untuk menemukan jawaban dari permasalahan yang harus diteliti terutama pada hal yang lebih intensif dan jumlah informan yang sedikit. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada Manajer Wana Wisata Kawah Putih.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014:142) kuesioner atau angket merupakan rangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis yang diserahkan kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner pada penelitian ini dibuat dengan *Google Forms*, yaitu alat untuk mengumpulkan jawaban atau informasi yang telah didapat dari responden melalui survei atau kuis yang dipersonalisasi. Informasi tersebut kemudian terkumpul secara otomatis dan terhubung ke *spreadsheet*. *Spreadsheet* diisi dengan hasil survei (Google, 2016). Kuesioner penelitian disebar oleh peneliti melalui media sosial Twitter dan Instagram.

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2014:145) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang jelas dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara pada pengelola dan mengambil dokumentasi di Wana Wisata Kawah Putih .

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2011:326) dokumen merupakan catatan peristiwa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang yang merupakan pendukung dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian dengan mengumpulkan hasil dokumentasi pribadi maupun dari pengelola Wana Wisata Kawah Putih.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mendapatkan gambaran umum tentang berbagai karakteristik dari populasi atau masalah yang dipunya. Analisis ini biasanya ditampilkan dengan berbagai ringkasan statistik dalam angka seperti rata-rata, median, modus dan deviasi standar. Disamping itu, biasanya digunakan berbagai penggambaran seperti gambar, diagram dan grafik (Asra, 2014).

Pada penelitian ini Analisis deskriptif digunakan untuk menerangkan banyaknya pengunjung yang bersedia dan tidak untuk membayar *Willingness to pay*. karakteristik demografi pengunjung Wana Wisata Kawah Putih seperti Umur, Jenis Kelamin, Pekerjaan, Pendapatan dan pendidikan yang menjadi gambaran faktor-faktor

yang berpengaruh terhadap kesediaan membayar (WTP) sebagai upaya pelestarian alam dan lingkungan Wana Wisata Kawah Putih. Begitu pula dengan karakteristik pengunjung dianalisis secara deskriptif.

3.7.2 Analisis Regresi Logistik Biner

Analisis Regresi Logistik Biner (*Binary logistic regression*) digunakan untuk menganalisis data kuantitatif yang mempresentasikan dua pilihan (biner) yang bertujuan untuk menguji apakah probabilitas/pejuang terjadinya variabel terikat (Y) dapat diprediksi dengan variabel bebasnya (X) (Ghozali, 2011:71). Biner/dikotomi adalah variabel yang hanya mempunyai dua pilihan untuk menyatakan sukses (Y=1) dan gagal (Y=0).

Dalam penelitian ini Regresi Logistik Biner digunakan untuk menganalisis kesediaan/ Faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung untuk melakukan Willingness to pay dengan melakukan beberapa pengujian parameter sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Parameter

Menurut Hosmer dan Lemeshow, Uji signifikansi parameter adalah suatu rasio kemungkinan maksimum yang digunakan untuk menguji variabel dependen secara serentak yang hasilnya dilihat pada tabel *Omnibus Tests of Model Coefficients* (Yavanica, 2009). Hasil dinyatakan mempengaruhi secara keseluruhan dilihat dari nilai signifikansi kurang dari 0,05.

2. Uji Signifikansi Parsial

Uji signifikansi parsial atau biasa disebut Uji Wald digunakan untuk uji nyata parsial bagi masing-masing koefisien variabel (Hosmer dan Lemeshow dalam Yavanica 2009). Uji ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dinyatakan berpengaruh apabila signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen kurang dari 0,05.

3. Uji Goodness of Fit

Uji goodness of fit test (GoF), yaitu uji yang dilakukan untuk memutuskan apakah model yang dibentuk sudah tepat atau tidak (Hosmer dan

Lemeshow dalam Yavanica 2009). Dikatakan tepat apabila tidak ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya. Syarat tepat atau tidaknya dilihat dari nilai signifikansi yaitu ($> 0,05$) sehingga gagal tolak H_0 , yang memperlihatkan bahwa model fit dapat diterima dan pengujian hipotesis dapat dilakukan.

4. *Odds Ratio*

Menurut Firdaus dan Afendi (2005), *Odds ratio* merupakan peluang kejadian sukses tidaknya variabel independen. Koefisien dinyatakan sukses apabila bertanda positif dilihat dari nilai *odds ratio* lebih besar dari satu, sehingga berpeluang kejadian sukses. Sebaliknya, yang bertanda negatif menandakan kejadian tidak sukses lebih besar.

Dalam penelitian ini, terdapat 8 variabel independen (X) yang diduga akan mempengaruhi kesediaan membayar WTP (Y) yaitu jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pendapatan, domisili, kesan daya tarik, Sikap perlindungan lingkungan dan Pengetahuan tentang pariwisata berkelanjutan. Variabel – variabel tersebut dipilih berdasarkan beberapa teori dan penelitian sebelumnya.

Persamaan logistik kesediaan dalam membayar pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \dots \beta_i + \epsilon_i$$

Keterangan :

Y	= Kesediaan WTP responden
β_0	= Intersep
β_1, \dots, β_9	= Koefisien Regresi
VU	= Faktor Usia
GD	= Gender
TP	= Pendidikan
PD	= Pendapatan (Rp)
DO	= Domisili
IM	= Kesan terhadap Kawasan Wisata
AT	= Sikap terhadap Perlindungan Lingkungan
PS	= Pengetahuan Pariwisata berkelanjutan
i	= Responden Ke-1

ε = Galat atau Error

3.7.3 Analisis *Contingent Valuation Method* (CVM)

a. Konsep *Contingent Valuation Method*

Contingent Valuation Method (CVM) merupakan teknik survei yang bertujuan untuk menanyakan mengenai nilai atau harga yang ingin diberikan individu pada komoditi yang tidak mempunyai harga pasar (Yakin, 1997). Tujuan dari CVM adalah untuk memberikan nilai ekonomi pada lingkungan dan sumber daya. Yang dimaksud dengan nilai ekonomi adalah jumlah maksimum yang ingin diberikan seseorang dalam memperoleh suatu barang atau jasa lainnya. Dalam penelitian ini, CVM digunakan untuk mencari tahu bagaimana kemampuan setiap individu atau masyarakat untuk membayar atau menentukan besaran nilai uang yang ingin dikeluarkan dalam rangka merawat dan memperbaiki kondisi lingkungan sebagai bentuk upaya pariwisata berkelanjutan yang diwujudkan dalam bentuk WTP menggunakan kuesioner yang disebar secara daring.

b. Tahapan CVM

Tahapan CVM menurut Hanley dan Spash (1993) sebagai berikut :

1. Membuat Pasar Hipotetik (*Setting Up the Hypothetical Market*)

Hipotesis atau biasa disebut skenario pasar adalah narasi yang dibuat dengan tujuan agar pengunjung dapat berpartisipasi untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Wana Wisata Kawah Putih dengan menggambarkan kondisi wana wisata kawah putih saat ini secara singkat padat dan jelas.

2. Mendapatkan Penawaran Nilai WTP (*Obtaining Bids*)

Untuk mendapatkan nilai WTP dapat dilakukan beberapa metode pendekatan yaitu *Bidding game* (tawar menawar), *Close-ended question*, *Payment card* dan *Open-ended question*. Dalam penelitian ini penulis memilih metode *Open-ended question*. Metode ini untuk melihat

kemampuan pengunjung dalam membayar WTP sehingga pengelola mengetahui perkiraan nilai yang dapat dijangkau masyarakat luas.

3. Memperkirakan Nilai Rata-Rata WTP (*Calculating Average WTP*)

Sebelum menghitung nilai rata-rata WTP perlu memperhatikan terlebih dahulu ada tidaknya nilai yang sangat menyimpang dari rata-rata (outlier). Jika ada, rata-rata nilai WTP dapat didasarkan dari nilai median tengah. Jika tidak ada maka gunakan nilai mean (rata-rata) rumus berikut:

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Keterangan :

EWTP = Rata-rata WTP
 W_i = WTP responden ke i
 n = Jumlah Responden
 i = Responden ke i

4. Menduga Kurva WTP

Pendugaan Kurva WTP menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai WTP. Kurva ini menggambarkan tingkat nilai WTP yang hendak dibayarkan dengan jumlah responden yang bersedia membayar pada tingkat WTP tersebut.

5. Menjumlahkan Nilai Total WTP

Penjumlahan data merupakan rata-rata yang dikonversikan terhadap total populasi. Estimasi nilai total WTP dapat diperoleh dengan rumus berikut:

$$TWTP = \sum_{i=1}^n W_i \left(\frac{n_i}{N} \right) P$$

Keterangan :

TWTP = Total WTP
 W_i = WTP responden ke i
 n = Jumlah sampel ke- i yang bersedia membayar
 N = Jumlah sampel

- P = Jumlah Populasi
 i = responden ke i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, 3, \dots$)

c. Kelemahan Contingent Valuation Method (CVM)

Dalam penggunaannya, metode CVM ini memiliki kelemahan yang sering terjadi karena adanya faktor pengganggu dalam pengambilan keputusan atau biasa disebut dengan bias. Bias dalam CVM menurut Hanley dan Spash dalam Amanda (2009) terdiri dari :

1. Terjadinya Bias Strategi yaitu kesalahan strategi dalam mengungkapkan informasi sehingga responden kurang tepat dalam menjawab pertanyaan yang diajukan.
2. Terjadinya Bias Rancangan yaitu Kesalahan responden terhadap jenis tawaran yang diberikan oleh peneliti.
3. Terjadinya Bias Mental *Account* yaitu kesalahan responden dalam memilih keputusan untuk jumlah harga yang ingin dikeluarkannya.
4. Terjadinya Bias Hipotesis Pasar yaitu kesalahan yang disebabkan oleh responden tidak pernah atau bahkan belum pernah merasakan apa yang ditanyakan peneliti dan yang kedua yaitu responden tidak serius dalam menjawab pertanyaan.

d. Kelebihan Contingent Valuation Method (CVM)

Metode CVM ini memiliki kelebihan dalam memperkirakan menurut penelitian Majid (2008) sebagai berikut :

1. Teknik yang bertujuan memprediksi manfaat, serta dapat diaplikasikan pada konteks kebijakan lingkungan.
2. Dapat digunakan untuk berbagai jenis penilaian barang lingkungan.
3. Dapat mengukur utilitas seseorang terhadap penggunaan barang lingkungan bahkan jika tidak digunakan secara langsung.
4. Hasil dari penelitian dengan menggunakan metode ini tidak sulit untuk dianalisis.