

1. Sebelah barat kota Bandung berbatasan dengan kota Cimahi dan Kecamatan Cisarua, Kab Bandung.
2. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Cisarua, Kecamatan Lembang
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Cilengkrang, Kab Bandung
4. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Buah Batu, Kecamatan Margaasih, Margahayu, dan Kecamatan Dayeuhkolot, Kab Bandung.

B. Desain Penelitian

1. Metode penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (*Creswell, 1998:15*). (*Moleong, 2007:3*) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci.

Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan.

2. Tahapan Pengolahan data

Dalam Penelitian ilmiah ini melalui tiga tahapan data yang secara sistematis terdiri dari tahap masukan, yaitu tahap pengumpulan data dari berbagai sumber dalam tahap ini data dibagi menjadi dua jenis data pertama data primer dan yang kedua data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari studi lapangan atau observasi, sedangkan data sekunder adalah data yang di dapat dari studi literatur.

Setelah melalui tahap pengumpulan data kemudian data tersebut melalui proses analisis. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah alat analisis SWOT. Dalam tahap ini informasi-informasi yang didapat diidentifikasi faktor-faktor yang bisa mempengaruhi terhadap pengembangan wisata heritage di Bandung. analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

Faktor-faktor ini kemudian diberikan rating dan dibuatkan matrik TOWS untuk menganalisis strategi-strategi untuk mendukung pengembangan wisata heritage

C. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah semua produk warisan budaya yang terdapat di kota Bandung. Produk warisan budaya ini dikategorikan menjadi dua bagian yaitu produk warisan budaya yang bersifat abstrak dan konkrit (tangible and intangible) dari sistem simbol yang bersifat umum (general symbol system) yang berlaku pada suatu kelompok sosial. Heritage yang bersifat konkrit (material cultural heritage) merujuk pada bukti-bukti fisik kreativitas dan aktivitas manusia, termasuk didalamnya artefak, bangunan bersejarah, streetscapes, lansekap, dan tempat-tempat bersejarah. Sedangkan produk heritage yang bersifat abstrak dapat di temukan pada cerita-cerita rakyat (folklores), bahasa, tradisi, sejarah, dan nilai-nilai suatu kelompok individu

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis memakai beberapa teknik pengumpulan data seperti :

1. Observasi Lapangan

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis melalui pengamatan dan ingatan (Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, 2004:139).

2. Focus Group Discussion

Melakukan uji penilaian pada data-data yang telah di dapat selama penelitian kepada para ahli melalui suatu diskusi.

3. Wawancara

Tehnik ini biasanya dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dari orang-orang yang terlibat langsung dengan permasalahan yang akan diteliti

4. Studi Dokumentasi

Tehnik pengumpulan data yang dilakukan kepada instansi-instansi yang terkait langsung dengan masalah penelitian, dengan mempelajari berbagai dokumen-dokumen yang berhubungan langsung terhadap penelitian yang dilakukan.

5. Studi Pustaka

Studi literatur merupakan metode mencari, membaca, mempelajari literatur yang berhubungan dengan pokok masalah. Data ini disebut data sekunder.

E. Alat Pengumpul Data

1. Kamera

Digunakan sebagai media visual untuk melihat kondisi lokasi penelitian.

2. Checklist

Digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai uji penilaian dari para ahli

3. Surat Penelitian

Digunakan sebagai perizinan untuk memperoleh informasi dan data kepada lembaga atau instansi yang terkait dalam proses penelitian ini.

4. Pedoman wawancara

Pedoman pertanyaan yang akan digunakan dalam wawancara dan ditujukan kepada seseorang yang dianggap bisa memberikan informasi mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Husaini dkk dalam Metodologi Penelitian Sosial (2006:43) Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Sedangkan Sugiyono (2002:73) menjelaskan "Bila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada maka peneliti dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi tersebut".

Dari pengertian di atas populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bangunan-bangunan bersejarah yang berada di kota Bandung. Dimana jumlah bangunan bersejarah yang dimiliki oleh kota Bandung berdasarkan penelitian tahun 2008 sebanyak 200 bangunan.

2. Sampel

Sampel adalah sejumlah kasus yang dapat mewakili populasi atau sebagian dari populasi yang dianggap representatif. Sampel adalah bagian

dari populasi (cuplikan, contoh) yang dapat mewakili populasi yang bersangkutan (Sumaatmadja,1998:112).

Pengambilan jumlah sampel untuk mendapatkan data yang mewakili populasi sampai saat ini belum ada ketentuan yang mutlak, sebab keabsahan sampel terletak pada sifat dan karakteristiknya mendekati populasi atau tidak, bukan pada besar atau banyaknya.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Ida Bagus Mantra dan Kasto (Wardiyanta :2006), dengan mengutip Pendapat Teken, menyebutkan bahwa suatu metode pengambilan sampel yang ideal mempunyai sifat-sifat berikut :

- a. Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti.
- b. Dapat menentukan penyimpangan baku dan taksiran yang diperoleh.
- c. Sederhana sehingga mudah untuk dilaksanakan.
- d. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya serendah-rendahnya.

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan besarnya sampel untuk sebuah penelitian (Wardiyanta:2006), yakni :

- a. Derajat keseragaman populasi. Semakin seragam populasi, semakin sedikit sampel yang diambil.

- b. Rencana analisis. Kebetulan analisis sering mempengaruhi jumlah sampel yang diambil. Adakalanya besar sampel sudah cukup, sudah sesuai dengan yang dikehendaki, tetapi karena kebutuhan analisis maka jumlah sampel yang sudah ada perlu di tambah lagi.
- c. Tenaga, biaya dan waktu. Ketiga hal itu sangat berpengaruh dalam penelitian, termasuk dalam pengambilan sampel. Namun demikian, yang tetap perlu menjadi perhatian peneliti adalah jangan sampai karena keterbatasan tenaga, biaya, dan waktu, sampel yang diambil menjadi tidak representatif.

Dengan berdasarkan penjelasan di atas peneliti menentukan sampel dengan metode purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan berdasar pada pertimbangan tertentu. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas peneliti mengambil 10 sampel gedung bangunan bersejarah sebagai berikut :

1. Gedung Sate
2. Gedung Kologdam (Jaar Beurs)
3. Gedung Merdeka
4. Hotel Preanger
5. Hotel Savoy Homman
6. Museum KAA
7. Museum geologi

8. Gedung Dwidarma
9. Gedung ITB
10. Rektorat UPI Villa Isola

G. Prosedur dan Teknik Pengolahan Data

Dalam evaluasi faktor strategis yang digunakan pada penelitian ini adalah model Matrik Faktor Strategis Eksternal dan Matrik Faktor Strategi Internal.

1. Matrik Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness perusahaan.

Untuk membuat matrik faktor strategi internal tersebut, terlebih dahulu harus melalui beberapa tahapan. Adapun tahapan pembuatan matrik faktor strategis internal adalah sebagai berikut :

- Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0.

- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.
- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk

membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategis Eksternal (EFAS).

- Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Misalnya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).

- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama

3. Matrik SWOT

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Dalam hal ini digunakan model matrik TOWS atau matrik SWOT

Matriks SWOT menampilkan delapan kotak, yaitu dua kotak sebelah kiri menampilkan faktor eksternal (peluang dan ancaman), dua kotak paling atas menampilkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan empat kotak lainnya merupakan isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil pertemuan antara factor eksternal dan internal. Menurut Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah (1999), berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat empat alternatif strategi yang tersedia yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Matriks SWOT digambarkan sebagai berikut:

Faktor Internal	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
Faktor Eksternal		

Peluang (Opportunities)	Strengths-Opportunities (SO)	Weaknesses-Opportunities (WO)
Ancaman (Threats)	Strengths-Threats (ST)	Weaknesses-Threats (WT)

1. 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 strategy*).
2. 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).
3. 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.
4. WT strategies: ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, sehingga perusahaan harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

