

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, menurut Sugiyono (2006) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena sosial/alam secara sistematis, faktual dan akurat. Penelitian deskriptif dapat bersifat komparatif dengan membandingkan persamaan dan perbedaan fenomena tertentu.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang dilakukan mengalami dua tahapan. Tahapan yang pertama dilakukan adalah analisis data kunjungan wisatawan yang berasal dari berbagai sumber yaitu BPW, *direct booking* dan *walk in guest*. Tahapan kedua yang dilakukan dalam penelitian adalah analisis menggunakan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) dan didukung oleh data hasil wawancara kepada pihak pengelola.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pulau Umang Resort and SPA, yang berlokasi di Desa Sumur, Kabupaten Pandeglang, Banten. Pulau Umang Resort and SPA Secara geografis Kabupaten Pandeglang terletak pada 60 21' - 70 10' LS dan 1040 48'-106011'BT. Terletak di paling barat Pulau Jawa dan masuk kedalam propinsi Banten. Sedangkan secara geografis Pulau Umang berbatasan langsung dengan :

1. Utara; berbatasan dengan Tanjung lesung

2. Selatan; berbatasan dengan Ujung Kulon

C. Populasi dan Sampel

“Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi yang akan diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan.” (Santoso&Tjiptono,2002), Dalam penelitian ini, populasinya adalah Biro Perjalanan Wisata yang bekerja sama dengan Pulau Umang Resort and SPA yaitu sebanyak 45 buah.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Digunakannya sampel dalam penelitian adalah untuk mereduksi obyek penelitian dan melakukan generalisasi hasil penelitian, sehingga dapat ditarik kesimpulan umum. Teknik penentuan sampel (teknik *sampling*) adalah cara menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif.

Untuk menentukan berapa besar jumlah sampel sebagai wakil populasi, peneliti menggunakan pedoman Rumus Slovin (dalam Cunsuelo G. Savella, 1993). Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel adalah :

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan

Berdasarkan rumus (1) di atas dengan populasi sebanyak 45 BPW, dengan nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan 15%, maka jumlah sampel yang

$$\text{diperoleh adalah: } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{45}{1 + 45(0,15)^2} = 22 \text{ BPW}$$

Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

D. Variabel Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (1998:99), variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa saja yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sedangkan menurut Sutrisni Hadi (1982:437), variabel adalah semua keadaan, faktor, kondisi, perlakuan atau tindakan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Dalam penelitian ini, yang variabelnya adalah :

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
1. Sistem penyampaian informasi	1. cara penyampaian informasi kepada <i>customer</i> yaitu secara aktif atau pasif 2. Penggunaan <i>website</i>
2. Rekanan BPW	1. Jumlah hotel atau resort yang menjadi rekanan 2. Hotel atau resort yang paling banyak dipilih <i>customer</i>
3. Intensitas kunjungan wisatawan	Banyaknya wisatawan yang datang ke Pulau Umang Resort and SPA melalui BPW
4. Kebijakan	1. Pembagian komisi 2. <i>Reward</i> atau <i>Punishment</i> 3. Jangka waktu kerjasama

Variabel	Indikator
5. Media informasi	Ketersediaan Alat-alat yang dipergunakan untuk menunjang pemberian informasi kepada <i>customer</i> .

E. Alat pengumpul Data

Instrumen atau alat pengumpul data merupakan alat yang digunakan dalam menjangkau atau mengumpulkan data dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, instrument penelitiannya berupa kamera dan alat perekam untuk wawancara.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi lapangan, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi.

1. Pengumpulan data dengan observasi

Menurut Sugiyono (2006:162), observasi lapangan adalah pengumpulan data yang menggunakan mata dan pertolongan alat standar lainnya untuk keperluan tersebut. Pengumpulan data dengan metode ini dilakukan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan variabel penelitian. Penulis melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian yaitu dengan melakukan pengamatan dan penilaian terhadap kondisi aktual dari Pulau Umang Resort and SPA.

2. Pengumpulan data dengan wawancara

Wawancara merupakan cara interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dan narasumber. Wawancara dapat diartikan sebagai cara mengumpulkan data langsung yang diperoleh dari narasumber baik dengan

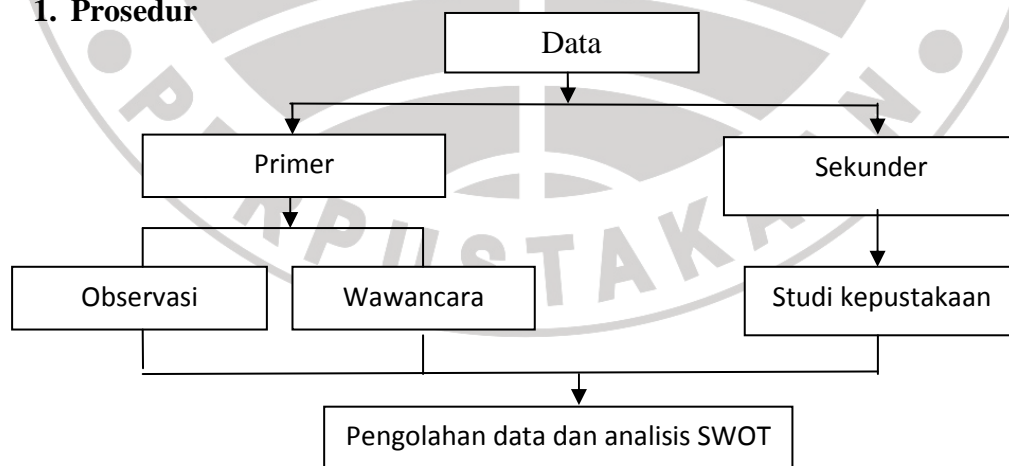
cara dicatat maupun direkam menggunakan alat perekam. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak pengelola dan pihak-pihak terkait lainnya untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara mencatat langsung hasil wawancara tersebut (Sugiyono 2006:154).

3. Pengumpulan data dengan studi kepustakaan

Untuk memperoleh data sekunder, penulis melakukan studi kepustakaan yaitu dengan mencari teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan aspek-aspek dalam penelitian. Data yang diperoleh berasal dari buku-buku yang dijadikan sebagai literatur/ referensi, brosur, koran, dan data internet, serta data yang diperoleh dari pihak Pulau Umang Resort and SPA.

G. Prosedur, Teknik Pengolahan serta Analisis Data

1. Prosedur



Bagan 3.1 Prosedur Data

Adapun yang dimaksud prosedur disini yaitu tahapan yang ditempuh penulis dalam memperoleh data dari awal data itu diperoleh, diolah hingga data dianalisis. Untuk memperoleh data primer penulis melakukan observasi langsung ke objek penelitian, melakukan wawancara dengan stakeholder. Sedangkan untuk memperoleh data sekunder, penulis melakukan studi kepustakaan dan studi dokumentasi baik dari dokumen-dokumen yang diberikan oleh pihak pengelola maupun dokumentasi yang diambil penulis selama penelitian berlangsung melalui foto-foto atau gambar Pulau Umang Resort and SPA

Setelah seluruh data yang dihimpun dirasa cukup, maka penulis mulai melakukan tahap berikutnya, yaitu mengolah data yang diperoleh baik itu hasil wawancara, observasi, studi pustaka dan studi dokumentasi melalui pengolahan data dan analisis SWOT.

2. Teknik pengolahan dan analisis data

1) Teknik pengolahan data kunjungan wisatawan.

Sebelum melakukan pengolahan data penulis terlebih dahulu mengecek data yang diperoleh baik dari data jumlah kunjungan wisatawan, wawancara dan kendala yang menggunakan teknik analisis SWOT.

Tahapan cara mengolah data yaitu:

- a) Pengklasifikasian data kunjungan wisatawan
- b) Penghitungan presentase hasil dari data yang didapat.
- c) Menganalisis hasil data dan wawancara yang telah dilakukan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan.

2) Metode Analisis SWOT

Tahapan yang kedua untuk mengolah data yaitu analisis hasil perhitungan data kunjungan wisatawan dan kendala yang terdapat di Pulau Umang Resort and SPA dengan menggunakan Analisis SWOT. Analisis ini secara prinsip akan memberikan kualitas arahan, melalui sinergitas dari kekurangan dan kelebihan yang dimiliki. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpul data yang sebelumnya telah dilakukan, yaitu observasi, wawancara serta dokumentasi.

Analisis SWOT adalah salah satu analisa penyeimbang antara analisis internal perusahaan yang meliputi penilaian terhadap faktor peluang kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), dengan analisis eksternal perusahaan yang meliputi faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Cara ini adalah cara sederhana dan bersifat langsung dalam penggunaannya, tetapi dapat pula menyajikan suatu analisis yang komprehensif dan akurat tentang suatu kegiatan yang dijalankan. Selain itu, SWOT juga dapat dipakai dalam sebuah perencanaan pariwisata.

Berikut ini merupakan matriks TOWS yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis potensi, kekurangan sehingga dapat menghasilkan strategi yang bisa dilakukan.

Matrik tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Faktor internal, yaitu faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Tabel 3.2
Matriks TOWS

Faktor internal Faktor eksternal	Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>)
Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	Strategi KP	Strategi LP
Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi KA	Strategi LA

Sumber: Fred S. David (2009)

- Faktor eksternal, yaitu faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan.
- Strategi KP, yaitu situasi yang menguntungkan bagi perusahaan dimana perusahaan memiliki kekuatan internal untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif bagi perusahaan (*Growth oriented strategy*).
- Strategi LP, yaitu strategi pertemuan antara kelemahan perusahaan dengan peluang yang tersedia. Dalam strategi ini biasanya perusahaan melakukan kerjasama (*joint venture*) dengan perusahaan lain yang memiliki kompetensi sehingga dapat memberikan reaksi positif. Fokus strategi pada situasi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

- Strategi KA, yaitu strategi pertemuan antara kekuatan perusahaan dengan ancaman dari luar. Dalam hal ini, perusahaan harus mampu memanfaatkan sumber daya (kekuatan internal) untuk memperlunak ancaman, bahkan bila memungkinkan mengubahnya menjadi peluang dengan cara menerapkan strategi diversifikasi (produk/pasar).

Strategi LA, yaitu strategi hasil pertemuan ancaman dari luar yang dihadapkan pada sumber daya yang sangat lemah dari perusahaan. Dalam hal ini perusahaan berada dalam posisi yang tidak menguntungkan, hal ini harus ditempuh dengan mengendalikan kerugian tersebut.

