

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Daya Tarik Wisata Linggarjati Indah terletak di lereng Gunung Ciremai desa Linggarjati kecamatan Cilimus, jarak dari kota Kuningan ± 14 km ke arah utara atau ± 26 km dari arah kota Cirebon kearah selatan. Dari ODTW Gedung naskah Linggarjati ± 100 meter tempat ini luasnya $\pm 11,5$ ha.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Moh. Nazir PH. Di dalam bukunya metode Penelitian (1999:63) “ Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey merupakan suatu metode untuk memperoleh data yang ada pada saat penelitian dilakukan. Metode survey dapat berupa survey deskriptif yaitu untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antar dua gejala atau lebih. Sementara itu, teknik dalam pengambilan data dilakukan melalui obseravsi lapangan, wawancara, kuesioner, studi literatur, dan studi dokumentasi.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:215): Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke kawasan objek wisata Linggarjati selama tahun 2011 yakni sebanyak 51.765 wisatawan.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:215), “sampel adalah sebagian dari populasi”. Menurut Suharsini Arikunto (2006:109), yang dimaksud dengan “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Berdasarkan pengertian sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Berdasarkan populasi yang diperoleh, maka penelitian ini hanya meneliti sebagian jumlah populasi penelitian. Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Sampel slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dengan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

Ne^2 = Prsentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir. ($e = 0,1$)

$$n = \frac{51.765}{1 + 51.765 \times 0,1^2}$$

$$n = 99,998 \approx 100$$

Sampel responden diambil dari wisatawan yang datang mengunjungi Objek Wisata Linggarjati dengan menggunakan rumus diatas yakni sebanyak 100 wisatawan, yang dalam penelitian ini diambil secara random dimana tiap titik, garis atau bidang dipilih secara random/acak bila tiap unsur yang terdapat dalam populasi tersebut memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih (*simple random sampling*). Sedangkan teknik penentuan sampel dilakukan dengan teknik aksidental. Menurut Sugiyono (2003:60), teknik aksidental adalah suatu teknik penentuan sampel berdasarkan ketidaksengajaan, yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai data.

D. Alat Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara (Questioner) yang digunakan untuk mengambil contoh sampel dalam penelitian, *camera digital* untuk mengambil kondisi aktual dan juga kuesioner yang disebar di sekitar lokasi objek wisata Linggarjati.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi ini dilakukan dengan penelitian dengan bertujuan melihat kondisi nyata dari kawasan yang akan dikembangkan. Peneliti dapat melihat dan mengamati kondisi berupa vegetasi, view/alam, satwa, dan masyarakat.

b. Wawancara

Dalam sebuah wawancara penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jawaban dari pertanyaan yang kita utarakan secara langsung kepada pihak-pihak terkait dan sekiranya dapat membantu penelitian.

c. Dokumentasi

Dalam media dokumentasi peneliti dapat mengambil gambar sebagai perbandingan dan pengolahan suatu perencanaan antara sebelum dan sesudah direncanakan.

d. Kuesioner

Kuesioner adalah alat dalam penelitian berupa kumpulan pertanyaan-pertanyaan tentang kebutuhan dari penelitian yang ingin ditanyakan beberapa pengunjung dari rata-rata keseluruhan pengunjung yang datang, kuesioner ini dilakukan agar peneliti dapat mengetahui frekuensi persepsi pengunjung dan dapat ditarik kesimpulan.

F. Alat Analisis

Dasar alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *SWOT analysis*. Teknik ini dinilai representatif dan sesuai dengan tujuan utama melakukan penelitian potensi, membuat konsep dan strategi, dan memberikan rekomendasi perencanaan Objek Wisata Linggarjati.

1. Teknik Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode yang berusaha mempertemukan aspek-aspek kekuatan, kelemahan (faktor internal) peluang dan ancaman (faktor eksternal) yang terdapat disuatu kawasan, sehingga dapat disusun strategi-strategi yang diharapkan dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki seoptimal mungkin dan meminimalisasi kelemahan dan ancaman yang ada. Dengan analisis SWOT (Strength/Kekuatan, Weaknesses/Kelemahan, Opportunities/Peluang dan Threat/Ancaman) dapat diambil analisis menyeluruh mengenai kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perencanaan Objek Wisata Linggarjati.

Matrik Matching Stage

	Strength	Weaknes
Opportinities	SO	WO
Threats	ST	WT

Gambar 3.1

Berikut dijelaskan tahapan kerja dalam analisis SWOT:

- a. Membuat *critical success factors* (faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha)
- b. Menentukan bobot dari *critical success factors* dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot adalah 1,0. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan *judgment* yang diberikan.

Pemberian bobot (nilai) terhadap tiap unsur SWOT/faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan pengembangan kawasan wisata (*critical success factors*) berdasarkan

tingkat kepentingan dan kondisi kawasan. Bobot (nilai) ditentukan dengan jenjang antara 0,5 – 0,20. Artinya setiap nilai tersebut memiliki parameter tersendiri, dimana ditafsirkan dengan kategori sebagai berikut:

0,5 : dibawah rata-rata

0.10 : rata-rata

0.15 : diatas rata-rata

0.20 : sangat kuat

- c. Menentukan rating setiap *critical success factors* antara 1 sampai 4, dimana:

1 = sangat lemah

2 = tidak begitu lemah

3 = cukup kuat

4 = sangat kuat

- d. Mengalikan nilai bobot dengan nilai ratingnya untuk mendapatkan skor semua *critical success factors*.

- e. Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi perencanaan Objek Wisata Linggarjati yang dinilai. Skor total 4,0 mengindikasikan bahwa dalam perencanaan Objek Wisata Linggarjati respon dengan cara yang luar biasa terhadap peluang-peluang dan menghindari ancaman-ancaman yang ada (segi eksternal).

Kemudian bagi segi internal, nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal, Objek Wisata Linggarjati

lemah untuk dikembangkan; sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

2. Matrik SWOT

Martiks *Threats-Opportunity-Weaknes-Sternngts (Tows)* merupakan matching tool yang penting untuk membantu para manager mengembangkan 4 tipe srategi. Keempat tipe srategi yang dimaksud adalah:

1. Skenario I (Strategi SO)
2. Skenario II (Strategi WO)
3. Skenario III(Strategi ST)
4. Skenario IV (Strategi WT)

Setelah itu membuat bagan untuk menyesuaikan srategi tersebut, sehingga menghasilkan srategi yang baru.

Gambar 3.3 Format Matriks SWOT/ TOWS

	Internal	Strenght	Weakness
Eksternal			
Opportunity		SO strategies	WO strategies
Treaths		ST strategies	WT strategies

Keterangan Matriks SWOT tersebut sebagai berikut:

- 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*).

- 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).
- 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.
- WT strategies: ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, sehingga perusahaan harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.