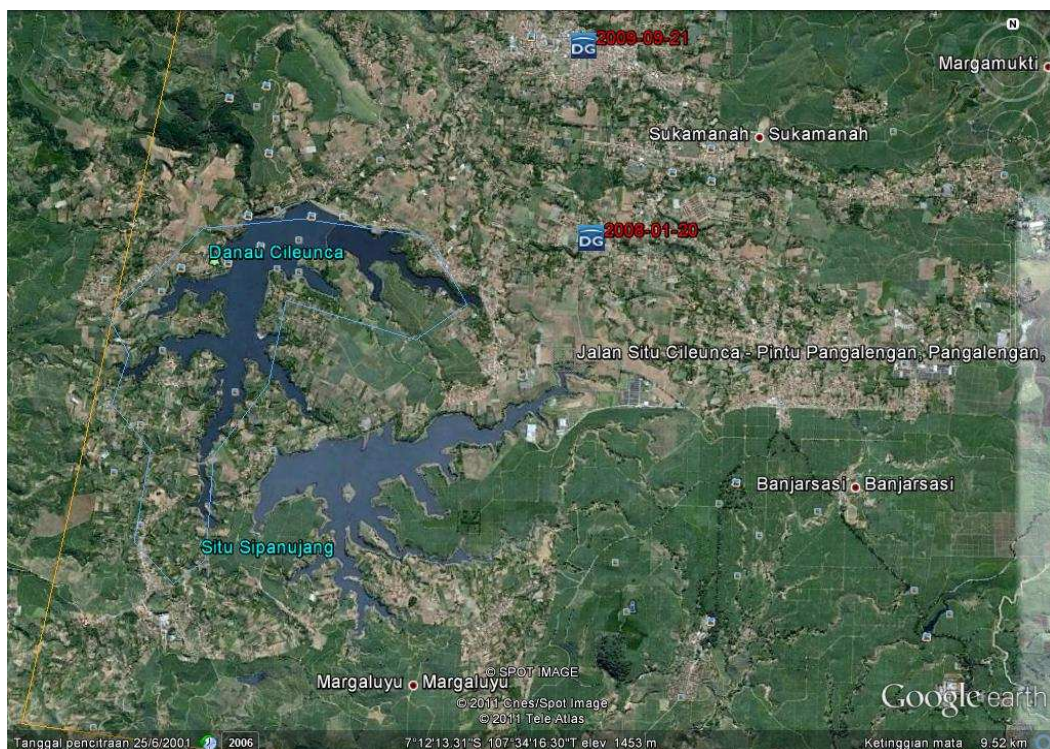


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian



Gambar 3.1 Lokasi Objek Wisata Situ Cileunca

Situ Cileunca berada 45 KM sebelah selatan Kota Bandung dan 185 KM dari Kota Jakarta, Situ Cileunca berada di ketinggian 1550 M dpl dan dikelilingi oleh dua perkebunan teh Malabar yang dikelola oleh PTPN VIII, Situ Cileunca letaknya tak jauh dari Kecamatan Pangalengan. Genangan air seluas 140 hektar ini diapit oleh dua Desa yaitu Desa Wanasari dan Desa Pulosari.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan survey. Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah dengan melukiskan atau menggambarkan keadaan subyek dan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya.

Pelaksanaan metode penelitian deskriptif tidak terbatas sampai pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisis dan interpretasi tentang data tersebut, selain itu semua yang dikumpulkan memungkinkan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti.

C. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan gejala atau fenomena yang akan di teliti. Yang di maksud populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh wilayah administrasi Desa Warnasari. Sedangkan untuk melengkapi data di lapangan tentang daya tarik wisata dan kendala-kendala baik itu internal maupun eksternal yang terdapat di kawasan wisata Situ Cileunca, peneliti menggunakan responden yang terdiri dari:

- (a) Pengunjung kawasan wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung
- (b) Pengelola kawasan wisata Situ Cileunca

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi keseluruhan populasi penelitian. Sampel lokasi dalam penelitian ini adalah kawasan wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari. Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan dan mencandran populasi, maka dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan **Rumus Slovin** (dalam Umar, 2004:108).

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%, maka dengan menggunakan rumus di atas diperoleh sampel sebesar:

$$n = \frac{50}{1 + 50 (0,05)^2} = 44,4444 = 44 \text{ orang}$$

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik **Simple Random Sampling** atau Sampel Acak Sederhana. Cara atau teknik ini dapat dilakukan jika analisis penelitiannya cenderung deskriptif dan

bersifat umum. Perbedaan karakter yang mungkin ada pada setiap unsur atau elemen populasi tidak merupakan hal yang penting bagi rencana analisisnya. Misalnya, dalam populasi respondennya ada wanita dan pria, atau ada yang kaya dan yang miskin, ada manajer dan bukan manajer, dan perbedaan-perbedaan lainnya. Selama perbedaan gender, status kemakmuran, dan kedudukan dalam organisasi, serta perbedaan-perbedaan lain tersebut bukan merupakan sesuatu hal yang penting dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap hasil penelitian, maka peneliti dapat mengambil sampel secara acak sederhana.

Dengan demikian setiap unsur populasi harus mempunyai kesempatan sama untuk bisa dipilih menjadi sampel. Sedangkan untuk mendapatkan informasi tambahan yang dapat menunjang penelitian, maka peneliti menggunakan responden yang terkait dengan penelitian yang di lakukan, responden tersebut adalah pengunjung yang ada di Situ Cileunca.

Pengambilan sampel pengunjung dilakukan pada hari libur yaitu hari Sabtu dan Minggu. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik insidental sampling (sampel kebetulan) yaitu apa atau siapa saja yang kebetulan dijumpai di tempat tertentu, di warung-warung dan di sepanjang objek wisata (Hadi, 1993: 227). Pengambilan sampel ini di lakukan kepada pengunjung kawasan wisata Situ Cileunca sekitar 44 orang / responden. Sampel pengunjung digunakan untuk mengetahui karakteristik dan keinginan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Situ Cileunca.

D. Variabel dan Data

Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu fasilitas dan atraksi wisata. Deskripsi dari tiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas meliputi fasilitas sekunder dan kondisional. Fasilitas sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah warung makan, tempat penginapan dan toko souvenir/cinderamata. Sedangkan fasilitas kondisionalnya meliputi kamar mandi, taman, tempat parkir dan mushola.
2. Atraksi wisata, meliputi Site Attraction (air terjun, danau, sungai dalam goa, dsb) dan Event Attraction (festival, upacara ritual, dsb)

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan fakta-fakta yang belum diolah dan tidak berarti bagi penggunaannya. Berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Menurut Kusnendi-Edi Suryadi (2005:51) mengungkapkan definisi-definisi tersebut, antara lain :

1. Data Primer yaitu data yang dikumpulkan secara khusus oleh seorang peneliti dari sumber aslinya. Dalam hal ini data yang didapat yaitu dari kuisioner yang disebarakan langsung kepada para pengunjung. Data primer yang diambil pada penelitian ini berupa tanggapan konsumen di tahap kognitif, afektif, dan konatif.
2. Data Sekunder yaitu data yang telah tersedia yang dikumpulkan oleh pihak lain, baik dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan yang digunakan oleh seorang peneliti sebagai sumber data penelitiannya.

Dalam mengumpulkan data sekunder digunakan metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data melalui dokumen/catatan yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti.

1. Studi Pustaka

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data melalui hasil rujukan konseptual dan teoritis dari berbagai sumber yang terpercaya bagi keseluruhan proses studi, mulai dari perencanaan, pengumpulan data, dan analisis data, diharapkan diperoleh melalui studi kepustakaan, agar kesahihan hasil studi dapat dipertanggung-jawabkan.

2. Kuisisioner

Teknik ini digunakan dengan cara memberikan pertanyaan kepada pengunjung secara langsung. Item yang di gunakan dalam pertanyaan ini berupa isian dan pilihan untuk mendapatkan data tentang daya tarik wisata dan faktor internal dan eksternal yang yang menunjang perkembangan objek wisata Situ Cileunca, yang meliputi daya tarik wisata (atraksi), fasilitas pelayanan, akomodasi, infrastruktur kepariwisataan, aksesibilitas wilayah penelitian dan lain sebagainya.

3. Observasi

Teknik ini digunakan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap obyek untuk memperoleh gambaran nyata sebagai bahan perbandingan hasil kuisisioner terutama mengenai kondisi infarastruktur kepariwisataan dan fasilitas pelayanan yang tersedia di objek wisata serta hasil dokumentasi selain itu teknik ini juga digunakan untuk pengukuran mengenai kondisi aktual objek wisata.

4. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui kuisisioner. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara langsung dari instansi yang terkait tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mendukung dalam pengembangan objek wisata Situ Cileunca, informasi tentang program pembangunan objek wisata Situ Cileunca, informasi tentang kondisi objek wisata baik fisik maupun sosial dan segala sesuatu yang berhubungan dengan pembangunan objek wisata tersebut.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Analisis Kuisisioner

Teknik pengolahan data kuisisioner wisatawan yaitu dengan pengklasifikasian pertanyaan dalam kuisisioner, penghitungan data yang di dapat melalui kuisisioner yang telah di isi, menganalisis hasil kuisisioner yang telah di isi oleh responden. Isi dari kuisisioner tersebut antara lain mengenai profil dari wisatawan, keinginan dan minat dari wisatawan, serta media promosi yang sering digunakan oleh wisatawan. Isi dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui bagaimana respon yang diberikan oleh wisatawan yang selanjutnya akan di ambil langkah-langkah untuk menyikapinya.

Adapun rumus presentase yang digunakan untuk melihat seberapa banyak kecenderungan frekuensi jawaban responden:

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

Keterangan:

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah sampel

100% = Konstanta

Setelah dilakukan perhitungan-perhitungan, maka menurut Suharsimi (2002:57) hasil presentase tersebut ditafsirkan dengan kategori sebagai berikut:

0% = Tidak seorangpun

1% - 24% = Sebagian kecil

25% - 49% = hampir setengahnya

50% = Setengahnya

51% - 74% = Sebagian besar

75% - 99% = Hampir seluruhnya

100% = Seluruhnya

2. Analisis SWOT

Analisis yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini adalah dengan menggunakan Analisis SWOT. SWOT adalah akronim dari Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (Ancaman). Analisis SWOT memberikan identifikasi kekuatan, kelemahan lingkungan internal dan peluang, ancaman dari lingkungan eksternal organisasi. Sehingga strategi yang diambil harus memaksimalkan kekuatan dan peluang, meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan.

Fokus pertama SWOT adalah identifikasi peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi [Goodstein et al, 1993], yaitu:

- a. **Peluang / Opportunities**, situasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam situasi kompetisi, atau regulasi, teknologi dan hubungan pembeli dan pemasok yang diperbaiki dapat menunjukkan peluang bagi organisasi.
- b. **Ancaman / Threats**, adalah rintangan bagi posisi sekarang atau yang akan dicapai oleh perusahaan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, daya tawar pembeli dan pemasok yang meningkat, perubahan teknologi, dan peraturan baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Fokus kedua SWOT adalah identifikasi kekuatan dan kelemahan internal, yaitu :

- a. **Kekuatan / Strengths**, adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan antara pembeli dan pemasok.

- b. **Kelemahan / Weakness**, merupakan keterbatasan / kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja organisasi. Identifikasi faktor-faktor tersebut menentukan strategi yang akan digunakan perusahaan.

OPPORTUNITIES

- Permintaan wisata yang terus meningkat
- Perekonomian masyarakat membaik
- Kerjasama dengan instansi terkait
- Ketersediaan lahan yang luas
- Menggunakan media internet sebagai salah satu alat promosi

THREATS

- Persaingan dengan kawasan wisata lain
- Bencana alam
- Perilaku negatif wisatawan
- Gangguan masyarakat lokal terhadap kawasan wisata
- Semakin berkembangnya fasilitas dan atraksi wisata di Objek Wisata lain

STRENGTHS

- Potensi alam yang indah
- Aksesibilitas yang baik
- Terletak di *Remote Area* atau jauh dari keramaian tetapi tidak terlalu jauh dari Kota Bandung
- Atraksi wisata yang disajikan

- Merupakan satu-satunya danau di wilayah Pangalengan

WEAKNESS

- Pangsa pasar
- Fasilitas yang belum memadai
- Terbatasnya dana untuk pengembangan Objek Wisata
- Kurangnya pelayanan yang diberikan oleh pengelola
- Kebersihan yang kurang terjaga

Menurut David(2005:220) dalam menganalisis SWOT di buat daftar *Critical Success Factor* dan ditentukan bobot dan rating sebagai berikut :

a. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting, seperti aspek manajemen, SDM, pemasaran, sistem informasi dan produksi/operasi.

Gambar 3.2 Tabel Internal Factor Evaluation (IFE)

Key Internal Factor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
•			
•			
•			
Kelemahan			
•			
•			
•			
Total			

Catatan:

- Bobot ditentukan sebagai berikut:

Bobot	Keterangan
0.20	Sangat kuat
0.15	Di atas rata-rata
0.10	Rata-rata
0.05	Di bawah rata-rata

- Rating ditentukan sebagai berikut:

Rating	Keterangan
4	<i>Major opportunity</i>
3	<i>Minor opportunity</i>
2	<i>Major threat</i>
1	<i>Minor threat</i>

b. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE digunakan untuk faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keberadaan Situ Cileunca. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi dan persaingan dari objek wisata yang lain.

Gambar 3.3 Tabel External Factor Evaluation (EFE)

Key External Factor	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
•			
•			
•			
Ancaman			
•			
•			
•			
Total			

Catatan:

- Bobot ditentukan sebagai berikut:

Bobot	Keterangan
0.20	Sangat kuat
0.15	Di atas rata-rata
0.10	Rata-rata
0.05	Di bawah rata-rata

- Rating ditentukan sebagai berikut:

Rating	Keterangan
4	<i>Major opportunity</i>
3	<i>Minor opportunity</i>
2	<i>Major threat</i>
1	<i>Minor threat</i>

Matriks SWOT merupakan dasar pertimbangan dalam memberi masukan, petunjuk, pengarahan bagi pengambilan keputusan dan kebijakan. Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data – data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan dua macam matrix, *matching-stage* (SWOT/TOWS) dan *input stage* (Matrix External Factor Evaluation dan Matrix Internal Factor Evaluation) dan Matriks External Factor Evaluation (EFE) digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal perusahaan. Data eksternal digunakan untuk menganalisis hal-hal menyangkut persoalan ekonomi, pemerintahan, persaingan di pasar industri dimana perusahaan berada dan lingkungan.

Matriks SWOT merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan strategi yang didasarkan atas penilaian terhadap kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) pada suatu objek wisata. Tujuan penggunaan matriks SWOT adalah untuk mengetahui berbagai potensi geografis yang mendukung pengembangan objek wisata, serta berusaha mempertemukan seluruh aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk menyusun strategi-strategi pengembangan dan pengelolaan objek wisata.

c. MATRIKS TOWS

Gambar 3.4 Matriks TOWS

Faktor Internal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weaknesses)
Faktor Eksternal	Keunggulan Komparatif (S - O) (Comperative Advantage)	Memberikan Pilihan (W - O) (Investmen)
Ancaman/Tantangan	Mobilisasi	Kerugian

(threats)	(S - T) (Mobilization)	(W - T) (Bamide Control)
-----------	-------------------------------	---------------------------------

Penjelasan :

S – O strategi : Mencari peluang yang baik dan cocok yang dapat dijadikan kekuatan bagi institusi atau organisasi.

W – O strategi : mengidentifikasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki institusi atau organisasi untuk mengejar peluang.

S – T strategi : mengidentifikasi jalan atau langkah-langkah yang dapat diambil institusi atau organisasi, yang nantinya langkah-langkah tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah kekuatan untuk menghadapi ancaman yang datang dari luar.

W – T strategi : menetapkan suatu rencana yang matang dan baik untuk mencegah kelemahan dari rencana-rencana yang sangat peka terhadap ancaman yang datang dari luar.

Matriks tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Faktor Eksternal, ialah peluang dan tantangan atau ancaman
- b. Faktor Internal, ialah kekuatan dan kelemahan
- c. Keunggulan kompetitif, ialah isu strategik yang dihadapi oleh organisasi manakala terdapat peluang yang memiliki posisi internal yang kuat, hal ini harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

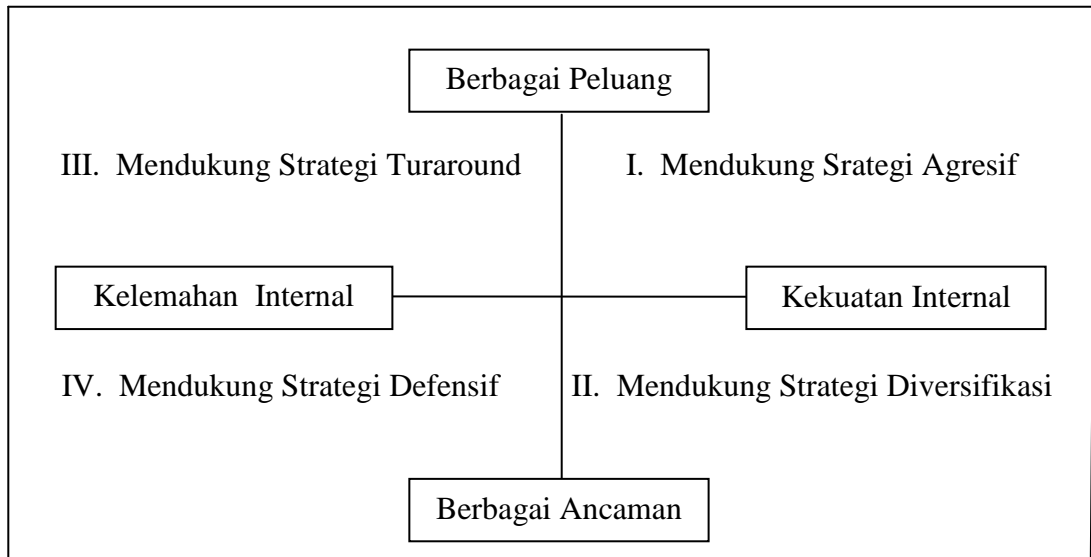
- d. Mobilisasi, yaitu pertemuan antara ancaman atau tantangan dari luar dengan kekuatan organisasi. Dalam hal ini organisasi harus mampu memobilisasi sumber daya untuk memperlunak ancaman, bahkan bila memungkinkan mengubahnya menjadi peluang.
- e. Memilih atau menjalankan pilihan, yaitu terdapatnya peluang yang tersedia, akan tetapi tidak ada kemampuan organisasi untuk menggarapnya dan memberikan reaksi positif.
- f. Kerugian, yaitu pertemuan ancaman dari luar dihadapkan pada sumber daya yang sangat lemah dari organisasi. Hal ini harus ditempuh dengan mengendalikan kerugian tersebut

d. Kuadran SWOT

Kuadran SWOT merupakan salah satu bagian dari Analisis SWOT, yang mana pada bagian ini menentukan strategi yang dapat digunakan untuk melakukan suatu pengembangan agar sesuai dengan rencana dan mendapatkan hasil yang maksimal. Pada bagian ini data-data yang ada di dapat dari hasil penilaian pada Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) sebagai berikut:

Hasil pengurangan skor dari IFE (Strengths - Weaknesses) bertemu dengan hasil pengurangan skor dar EFE (Opportunities - Threats)

Gambar 3.5
Kuadran Analisis SWOT



Sumber : Freddy Rangkuti (2005)

Penjelasan

- **KUADRAN 1** : ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan / objek wisata tersebut 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)
- **KUADRAN II** : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan / objek wisata ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa)

- **KUADRAN III** : Perusahaan / objek wisata menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus perusahaan / objek wisata ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan / objek wisata sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- **KUADRAN IV** : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan / objek wisata tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Penentuan Posisi Perusahaan / objek wisata berdasarkan analisis SWOT menurut Suwarsono Muhammad (2002):