

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian mengkaji potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder* merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan menggambarkan fakta secara lebih mendalam tentang potensi pariwisata Kota Malang berdasarkan pendapat *stakeholder* untuk merumuskan strategi pengembangan sesuai variabel kepariwisataan berdasarkan *stakeholder*.

Penelitian deskriptif menurut Sukardi (2009) yaitu penelitian yang menggambarkan kegiatan penelitian disebut penelitian pra eksperimen karena dilakukan eksplorasi, menggambarkan yang bertujuan menerangkan dan memprediksi gejala yang berlaku atas dasar data yang diperoleh di lapangan. Penelitian deskriptif hanya berusaha menggambarkan secara jelas terhadap pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelum peneliti terjun ke lapangan dan tidak memerlukan hipotesis sebagai petunjuk arah dalam penelitian. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungannya. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengembangkan model, matematis, teori, hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran dalam penelitian kuantitatif merupakan bagian utama yang menunjukkan hubungan antara pengamatan empiris dan matematis dari hubungan kuantitatif.

Penelitian ini menggambarkan kondisi karakteristik pariwisata Kota Malang dan lokasi persebaran potensi pariwisata Kota Malang secara deskriptif. Selain itu, penelitian ini juga menggambarkan secara kuantitatif dalam menjelaskan hasil pendapat *stakeholder* terhadap strategi pariwisata perkotaan di Kota Malang serta pembuatan, evaluasi maupun pemilihan dari alternatif strategi potensi pariwisata perkotaan yang sesuai untuk pariwisata Kota Malang.

#### 3.2 Variabel Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini yaitu memberikan suatu penilaian terhadap lokasi potensi pariwisata perkotaan menurut masyarakat dan menurut *stakeholder* yang tertuang dalam dokumen kebijakan, sehingga diharapkan mampu menyusun strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*, maka melalui

teori dan studi terdahulu yang terkait mengenai penelitian ini ditetapkan beberapa variabel yang akan dipaparkan dalam Tabel 3.1.

**Tabel 3.1 Variabel Penelitian**

Tujuan penelitian	Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Referensi	Parameter
Mengkaji potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	Lokasi potensi pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menurut kebijakan</li> <li>Menurut pemahaman masyarakat</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>RTRW Kota Malang 2008-2028 dengan Perda No 4 tahun 2011</li> <li>RPJPD Kota Malang tahun 2005-2025</li> <li>RIPP tahun 2007</li> <li>DR. Arif Budi Wurianto, Msi, 2006</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat lokasi wisata yang tidak ditetapkan dalam kebijakan pariwisata Kota Malang;</li> <li>Terdapat lokasi wisata yang tidak diketahui oleh masyarakat, namun ditetapkan sebagai lokasi wisata dalam kebijakan pariwisata Kota Malang;</li> <li>Terdapat lokasi wisata yang diketahui oleh masyarakat dan tercantum dalam kebijakan pariwisata Kota Malang</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>attraction,</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atraksi daya tarik wisata alam</li> <li>Atraksi daya tarik wisata sosial budaya</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat potensi daya tarik wisata yang menjadi menarik minat wisatawan menuju Kota Malang</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>services,</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>sarana pokok</li> <li>sarana pelengkap</li> <li>sarana penunjang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clare A. Gunn, 1994</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diketahui ketersediaan fasilitas pariwisata di Kota Malang</li> </ul>
	Supply	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>transportation</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ketersediaan angkutan</li> <li>lokasi terminal</li> <li>hirarki jalan daya tarik wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yoeti, 1996,</li> <li>WTO 2001</li> <li>UU No 10 tahun 2009</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diketahui potensi pariwisata berdasarkan jaringan jalan dan ketersediaan angkutan umum serta lokasi terminal untuk mendukung pariwisata Kota Malang</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li><i>promotion</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promosi langsung</li> <li>Promosi tidak langsung</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Diketahui media promosi pariwisata di Kota Malang</li> </ul>
	Demand	Jumlah wisatawan	Wisatawan di Kota Malang		<ul style="list-style-type: none"> <li>Diketahui perubahan jumlah</li> </ul>

Tujuan penelitian	Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Referensi	Parameter
					wisatawan yang menuju Kota Malang

### 3.3 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir penelitian menggambarkan kerangka kerja yang akan dilaksanakan oleh peneliti, dimulai dari tahap identifikasi masalah hingga tahap diperolehnya kesimpulan dan saran mengenai strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*. Diagram alir penelitian terdapat pada Gambar 3.1.

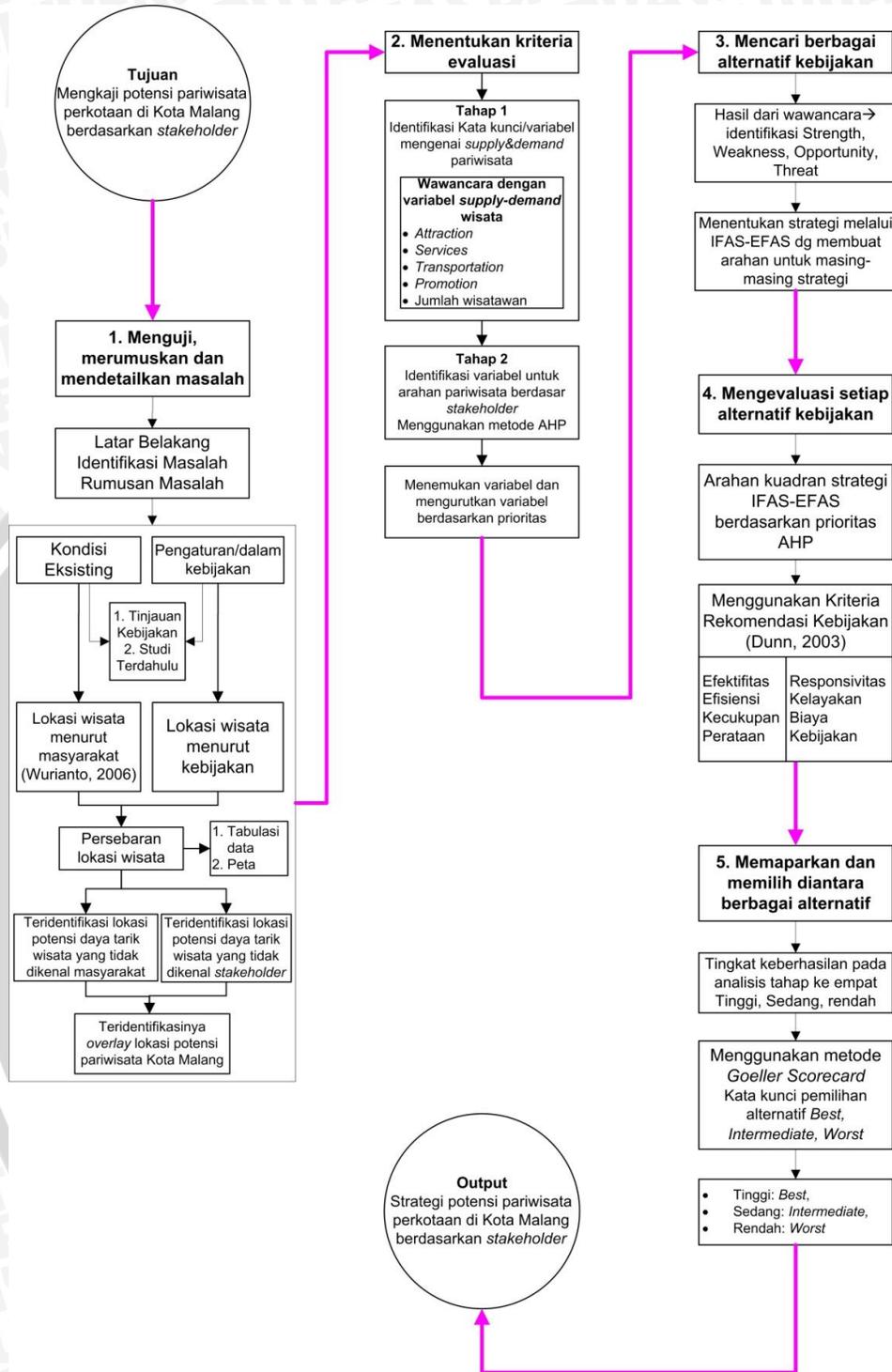
### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Data sebagai keterangan mengenai sesuatu hal, berupa suatu yang diketahui atau yang dianggap maupun suatu fakta yang di intrepetasikan melalui angka, simbol dan kode. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik survei primer berupa wawancara serta teknik survei sekunder berupa studi literatur dan survei instansi terkait.

#### A. Survei Primer

Survei primer yang dilakukan dalam penelitian kajian potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder* memerlukan data yang akurat, sehingga dalam survei primer ini akan dilakukan metode wawancara.

Wawancara dilakukan pada instansi-instansi terkait yaitu Badan Perencanaan Pembangunan Kota Malang, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia Kota Malang, Ahli Pariwisata Kota Malang, dan Akademisi dosen bidang pariwisata. Wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung. Hal ini dilakukan untuk menggali informasi selengkap-lengkapnyanya serta informasi mengenai proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh *stakeholder* untuk mengembangkan potensi pariwisata Kota Malang. Tabel 3.2 merupakan data yang diperlukan dan tujuan kuisioner.



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

Tabel 3.2 Data yang Diperlukan dan Tujuan Kuisisioner

Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Jenis data	Tujuan
Lokasi potensi pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menurut kebijakan</li> <li>Menurut pemahaman masyarakat</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Daya tarik wisata &amp; lokasi persebarannya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui <i>overlay</i> potensi pariwisata Kota Malang</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Attraction</i>,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atraksi daya tarik wisata alam</li> <li>Atraksi daya tarik wisata sosial budaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keindahan, iklim</li> <li>Adat istiadat, seni bangunan, pentas, pagelaran, festival, pameran, pekan raya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui karakteristik <i>supply</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui kebijakan terhadap <i>supply</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui faktor pendorong dan penghambat perkembangan <i>supply</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui prospek/ peluang perkembangan <i>supply</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui strategi pengembangan <i>supply</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> </ul>
Supply	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Services</i>,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana pokok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Travel agent</i>, perusahaan angkutan wisata, hotel, restoran, rumah makan, obyek wisata, atraksi wisata, motel, bungalow, inn, <i>cottage</i>, <i>coffeshop</i></li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana pelengkap</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana olahraga, sarana edukasi</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana penunjang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fasilitas belanja (<i>nightclub</i>, <i>steambath</i>, <i>casino entertainment</i>, <i>souvenir shop</i>, toko barang kesenian, toko kelontong)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Transportation</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketersediaan angkutan</li> <li>Lokasi terminal</li> <li>Hirarki jalan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rute angkutan umum</li> <li>Hirarki jalan,</li> <li>Lokasi terminal</li> </ul>	

Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Jenis data	Tujuan
		daya tarik wisata		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promotion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promosi langsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peragaan (<i>display</i>)</li> <li>Barang cetakan (<i>prospectus, leaflet, folder, booklet</i> atau brosur)</li> <li>Pameran khusus</li> <li>Pemberian rabat</li> <li>Pemberian hadiah</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Promosi tidak langsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Barang cetakan</li> <li>Majalah</li> <li>Junjungan</li> <li>Temu karya (<i>workshop</i>)</li> <li>Mengundang wakil perusahaan penyalur untuk mengunjungi daerah tujuan wisata dan wartawan</li> </ul>	
<i>Demand</i>	Jumlah wisatawan	Wisatawan di Kota Malang		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui karakteristik <i>Demand</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui kebijakan terhadap <i>Demand</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui faktor pendorong dan penghambat perkembangan <i>Demand</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui prospek/peluang perkembangan <i>Demand</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui strategi pengembangan <i>Demand</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> </ul>
Potensi masalah, peluang, ancaman pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potensi</li> <li>Masalah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Supply</i></li> <li><i>Demand</i></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui potensi, masalah peluang, ancaman <i>Supply, Demand</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> <li>Mengetahui kebijakan, prospek/peluang pengembangan, strategi pengembangan terhadap potensi, masalah peluang, ancaman <i>Supply, Demand</i> wisata Kota Malang menurut <i>stakeholder</i></li> </ul>

## B. Survei Sekunder

Data sekunder sebagai kegiatan survei yang dilakukan melalui studi literatur maupun survei instansi. Data sekunder yang digunakan dalam yang dikumpulkan dengan teknik survei sekunder sebagai berikut:

### - Studi literatur

Studi literatur merupakan kegiatan mencari bahasan yang sesuai dengan materi penelitian yang dijadikan dasar dalam menganalisis. Studi ini dilakukan melalui kajian kepustakaan dari buku-buku dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan karakteristik pariwisata. Hasil kajian akan digunakan untuk menunjang proses identifikasi sinkronisasi penentuan lokasi potensi pariwisata menurut *stakeholder* yang dimuat dalam kebijakan dengan kondisi eksisting, kemudian digunakan dalam langkah selanjutnya dalam *A Basic policy analysis process*.

### - Survei Instansi

Survei instansi dilakukan untuk memperoleh data dari instansi yang terkait dengan tema penelitian. Instansi-instansi beserta data yang diperlukan terdapat pada Tabel 3.3.

**Tabel 3.3 Daftar Kebutuhan Data Sekunder**

No	Instansi	Data yang dibutuhkan
1.	Badan Perencanaan Pembangunan Kota Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang</li> <li>• Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kota Malang</li> <li>• RPJPD Kota Malang 2005-2025</li> <li>• Perda No 4 Tahun 2011 tentang RTRW Kota Malang</li> </ul>
2.	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persebaran lokasi wisata Kota Malang</li> <li>• Peta lokasi wisata Kota Malang</li> <li>• Jumlah wisatawan</li> </ul>

## 3.5 Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini menggunakan informan instansi dan akademisi maupun pemerhati pariwisata yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* termasuk dalam jenis *non-probability sample* yaitu sampel yang estimasinya mendapat pembenaran dari hipotesis pada berbagai bidang daripada jumlah populasi nyata (Ross, Kenneth.N). *Purposive sampling* disebut juga *judgement sampling*, yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. (Ross, Kenneth.N).

Penggunaan *judgement sampling* pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang melalui pendapat *stakeholder*. Adapun para ahli tersebut antara lain:

- Ahli Pariwisata Kota Malang (Bpk. Dwi Cahyono);
- Badan Perencanaan dan Pembangunan Kota Malang (Bpk. Oong Ngoedijono);
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang (Ibu Liliana);
- Ketua Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia Kota Malang (Bpk. Ir. Herman Maryono); dan
- Akademisi-Dosen Universitas Merdeka Malang bidang Pariwisata (Ibu Dr.Hj.Kun Aniroh. G..SST.,Par.M.M).

### 3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis dilakukan untuk mewujudkan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai untuk menjawab rumusan masalah. Data yang telah didapatkan selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode tertentu sesuai tujuan penelitian. Oleh karena itu, metode yang digunakan adalah metode deskriptif, evaluatif sebagai input untuk analisis preskriptif. Tujuan penelitian ini yaitu, mengkaji potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan *stakeholder*. Analisa pada penelitian ini menggunakan metode *a basic policy analysis process* yang terdiri dari enam tahap analisa. Implementasi pelaksanaan metode analisa dalam penelitian ini hanya sampai pada tahap analisa ke lima. Hal ini dikarenakan analisa pada tahap ke enam adalah tahap memantau dan mengevaluasi hasil yang seharusnya dilaksanakan oleh *stakeholder*; sedangkan dalam hal ini peneliti terbatas oleh waktu dan tenaga jika harus turut serta dalam proses tahap tersebut. Oleh karena itu, tahap penelitian hanya dilakukan hingga tahap kelima yaitu memaparkan dan memilih alternatif dan menjadikan tahapan keenam memantau dan mengevaluasi terhadap pelaksanaan strategi kebijakan yang telah dirumuskan kepada *stakeholder*.

Analisis ini mencakup analisis deskriptif, analisis evaluatif dan analisis preskriptif yang digunakan untuk menggunakan metode *a basic policy analysis process* guna mengetahui pendapat *stakeholder* dalam strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang. Data yang didapat dari data sekunder maupun data primer mengenai kebijakan pariwisata Kota Malang dan lokasi-lokasi daya tarik wisata menurut pemahaman masyarakat. Berdasarkan hasil analisa akan diketahui strategi untuk potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang. Penggunaan metode *a basic policy analysis process* dipilih, karena metode tersebut memiliki langkah analisis kebijakan yang dapat digunakan

untuk mengetahui lebih jelas penentuan strategi potensi pariwisata perkotaan yang dilakukan oleh *stakeholder*.

### **3.6.1 Analisa Deskriptif Karakteristik Pariwisata Kota Malang**

Karakteristik pariwisata Kota Malang berdasarkan faktor *supply* dan *demand* pariwisata. Faktor *supply* yang meliputi segala sesuatu yang berada dan ditawarkan sebagai suatu produk wisata dan fasilitasnya, misalnya *attraction*, *services*, *transportation*, *promotion*. Karakteristik *attraction* berupa jenis dan persebaran daya tarik wisata di Kota Malang. Sedangkan karakteristik *services* berupa sarana pokok, sarana pelengkap dan sarana penunjang kepariwisataan yang terdapat di Kota Malang. Selain itu, karakteristik *transportation* yang mempengaruhi potensi pariwisata Kota Malang yaitu jaringan jalan dan sarana angkutan. Karakteristik *promotion* berupa kegiatan promosi secara langsung maupun secara tidak langsung yang dilakukan di kepariwisataan Kota Malang. Sedangkan faktor *demand* yang meliputi besarnya permintaan terhadap suatu daya tarik wisata oleh wisatawan, dalam hal ini *demand* yang dibahas adalah perubahan jumlah wisatawan di Kota Malang.

### **3.6.2 Analisa Deskriptif Overlay Persebaran Lokasi Potensi Pariwisata Kota Malang**

Analisa deskriptif *overlay* persebaran lokasi potensi pariwisata Kota Malang dilakukan dengan analisa tahap pertama pada *a basic policy analysis* yaitu menguji, merumuskan dan mendetailkan masalah. Langkah pertama, analisa yang dilakukan yaitu penjabaran latar belakang, identifikasi masalah dan rumusan masalah. Selanjutnya, metode analisa yang dilakukan yaitu dengan mendeskripsikan *overlay* lokasi potensi pariwisata menurut masyarakat (yang telah dikaji oleh Wuriyanto, 2006) dengan berdasarkan kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah Kota Malang. Hasil pada langkah pertama adalah berupa peta persebaran *overlay* lokasi wisata dan tabulasi data.

### **3.6.3 Analisa Evaluatif Penentuan Kriteria Evaluasi**

Analisa evaluatif penentuan kriteria evaluasi dilakukan dengan analisa tahap kedua pada *a basic policy analysis* yaitu menentukan kriteria evaluasi. Langkah kedua, kriteria evaluasi dicari dengan melakukan metode analisa AHP. Hal yang dilakukan dalam metode ini yaitu wawancara pada *stakeholder* yang berkaitan sehingga mendapatkan variabel yang digunakan untuk strategi pariwisata.

Pada tahap ini dilakukan dua kali tahap wawancara, (1) identifikasi kata kunci *supply&demand*; (2) identifikasi variabel yang perlu dipersiapkan *stakeholder*. Variabel sesuai dengan teori yang digunakan dalam wawancara identifikasi kata kunci yaitu

*attraction, services, transportation, promotion*, dan jumlah wisatawan yang kemudian menghasilkan variabel lain yang juga mempengaruhi strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang. Selanjutnya hasil variabel tambahan dan variabel sesuai teori ditanyakan kembali kepada *stakeholder* dengan metode AHP. Setelah melalui dua tahap tersebut, maka dilakukan pengurutan variabel berdasarkan prioritas.

### 3.6.4 Analisa Preskriptif Penentuan Alternatif Strategi Pariwisata Perkotaan di Kota Malang

Analisa preskriptif penentuan alternatif strategi pariwisata perkotaan di Kota Malang dilakukan dengan analisa tahap ketiga pada *a basic policy analysis* yaitu mencari berbagai alternatif kebijakan. Langkah ketiga, berdasarkan variabel yang didapatkan dari metode AHP, kemudian diidentifikasi *strength, weakness, oppourtunity, threat* yang kemudian dilakukan analisa IFAS-EFAS untuk mendapatkan strategi dengan membuat alternatif strategi pada masing-masing kuadran strategi.

Pembobotan pada tahap analisa IFAS-EFAS dilakukan berdasarkan bobot *priority vector* pada hasil analisa AHP kemudian dikonversikan sehingga menghasilkan bobot yang sesuai untuk IFAS yaitu 0,5 pada *strength* dan 0,5 pada *weakness* serta pada EFAS yaitu 0,5 pada *opportunity* dan 0,5 pada *threat*.

### 3.6.5 Analisa Evaluasi tiap Alternatif

Analisa evaluasi setiap alternatif dilakukan dengan analisa tahap keempat pada *a basic policy analysis* yaitu mengevaluasi setiap alternatif yang dihasilkan pada tahap ketiga. Langkah ke empat, berdasarkan pendapat *stakeholder*, menggali mengenai potensi pengembangan wisata perkotaan menggunakan metode kriteria rekomendasi kebijakan yang merupakan kriteria untuk memecahkan masalah. Kriteria ini secara eksplisit merupakan nilai-nilai yang dinyatakan melandasi rekomendasi suatu tindakan kebijakan. Kriteria rekomendasi kebijakan terdiri dari efektivitas (*effectiveness*), efisiensi (*efficiency*), kecukupan (*adequacy*), perataan/kesamaan (*equity*), responsivitas (*responsiveness*) dan kelayakan/ketepatan (*appropriateness*), dimana keenam kriteria tersebut memiliki hubungan dengan biaya. Selain ke enam kriteria rekomendasi kebijakan juga menggunakan kriteria penilaian ketersediaan kebijakan yang mendukung. Kriteria penilaian terhadap ada tidaknya dalam kebijakan, yang terdiri dari kriteria:

**Tabel 3.4 Kriteria Penilaian Kebijakan yang Mendukung**

Kriteria	Skor
Tidak ada/belum terdapat kebijakan yang mendukung	1
Hanya terdapat kebijakan makro yang mendukung (untuk pariwisata secara keseluruhan)	2

Kriteria	Skor
Memiliki kebijakan mikro untuk pariwisata (yang fokus pada setiap daya tarik wisata)	3

Selanjutnya dapat diketahui tingkat keberhasilan dari masing-masing alternatif kebijakan yang telah di evaluasi

**Tabel 4.1 Parameter Keberhasilan**

Keberhasilan	Parameter Keberhasilan
Tinggi	Jika rata-rata: Biaya rendah, efektivitas tinggi, efisiensi tinggi, kecukupan baik, perataan baik, responsivitas baik, kelayakan baik, didukung kebijakan mikro
Sedang	Jika rata-rata: Biaya sedang, efektivitas sedang, efisiensi sedang, kecukupan cukup, perataan cukup, responsivitas cukup, kelayakan cukup, didukung kebijakan mikro
Rendah	Jika rata-rata: Biaya tinggi, efektivitas rendah, efisiensi rendah, kecukupan kurang, perataan kurang, responsivitas kurang, kelayakan kurang, tidak didukung kebijakan

Sumber: Modifikasi Dunn (2003) dan Hasil Analisa (2012)

Berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan, selanjutnya berikut ini merupakan tabel evaluasi yang dilakukan berdasarkan kriteria-kriteria rekomendasi kebijakan dan ketersediaan kebijakan yang mendukung.

**Tabel 3.5 Tabel Evaluasi tiap Alternatif**

Variabel	Strategi	Biaya	Efektivitas	Efisiensi	Kecukupan	Perataan	Responsivitas	Kelayakan	Kebijakan yang mendukung	Skor	Keberhasilan
Atraksi wisata											
Fasilitas											
Transportasi											
Promosi											
Jumlah Wisartawan											
Variabel baru hasil AHP											
Variabel baru hasil AHP											
Variabel baru hasil AHP											

### 3.6.6 Analisa Preskriptif Memaparkan dan Memilih Alternatif

Analisa preskriptif setiap alternatif dilakukan dengan analisa tahap kelima pada *a basic policy analysis* yaitu memaparkan dan memilih diantara berbagai alternatif. Pada *step* kelima ini dengan menggunakan metode *Goeller Scorecard* akan mendapatkan hasil pemilihan alternatif strategi terbaik dilihat berdasarkan tingkat keberhasilan yang didapatkan dari analisa tahap ke empat dan dinilai melalui pengambilan kata kunci dari metode *Goeller Scorecard*.

**Tabel 3.6 Penilaian Pemaparan dan Pemilihan Alternatif Strategi Potensi Pariwisata Perkotaan Kota Malang**

Tingkat Keberhasilan	Key
Tinggi	<i>Best</i>
Sedang	<i>Intermediate</i>
Rendah	<i>Worst</i>

Sumber: Modifikasi Dunn (2003) dan Hasil Analisa (2012)

### 3.7 Desain Survei

Tabel 3.7 Desain Survei

Tujuan penelitian	Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Jenis data	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Metode Analisis Data	Output Penelitian
Mengkaji potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan <i>stakeholder</i>	Lokasi potensi pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menurut kebijakan</li> <li>Menurut pemahaman masyarakat</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Objek wisata &amp; lokasi persebaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Survei Sekunder</li> <li>Survei primer (<i>crosscheck</i> eksisting)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BAPPEKO</li> <li>Dinas Kebudayaan dan Pariwisata</li> <li>Penelitian Terdahulu                             <ol style="list-style-type: none"> <li>RTRW Kota Malang 2008-2028 &amp; Perda No 4 tentang RTRW Kota Malang</li> <li>RIPP 2007</li> <li>RPJPD 2005-2025</li> <li>Wurianto, 2006</li> </ol> </li> <li>Ahli Pariwisata Kota Malang (Bpk. Dwi Cahyono);</li> <li>Badan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Deskriptif (Analisis mengenai lokasi potensi pariwisata)</li> <li>Step 1 pada <i>A Basic policy analysis process</i></li> </ul>	Mengetahui <i>overlay</i> lokasi potensi pariwisata Kota Malang menurut pemahaman masyarakat (Wurianto 2006) dengan kebijakan yang dibuat <i>stakeholder</i>
		<i>Attraction,</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Atraksi daya tarik wisata alam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keindahan, iklim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Survei Sekunder</li> <li>Survei primer (wawancara dengan kuisisioner AHP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Step 1 pada <i>A Basic policy analysis process</i></li> </ul>			
	<i>Supply</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Atraksi daya tarik wisata sosial budaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adat istiadat, seni bangunan, pentas, pagelaran, festival, pameran, pekan raya</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ahli Pariwisata Kota Malang (Bpk. Dwi Cahyono);</li> <li>Badan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Evaluatif (Analisis AHP dari pendapat <i>stakeholder</i>)</li> <li>Step 2 pada <i>A Basic policy analysis process</i></li> </ul>	Mengetahui kriteria evaluasi untuk strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang

Tujuan penelitian	Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Jenis data	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Metode Analisis Data	Output Penelitian
		Services,	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana pokok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Travel agent, perusahaan angkutan wisata, hotel, restoran, rumah makan, obyek wisata, atraksi wisata, motel, bungalow, inn, cottage, coffeshop</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Perencanaan dan Pembangunan Kota Malang (Bpk. Oong Ngoedijono);</li> <li>Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang (Liliana);</li> <li>Ketua PHRI Kota Malang (Ir. Herman Maryono); dan</li> <li>Akademisi-Dosen bidang Pariwisata (Kun Aniroh)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Evaluatif (Analisis SWOT IFAS-EFAS dari pendapat stakeholder (Step3 pada A Basic policy analysis process))</li> </ul>	Mengetahui alternatif strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana pelengkap</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana olahraga, sarana edukasi</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Akademisi-Dosen bidang Pariwisata (Kun Aniroh)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Evaluatif (Analisis alternatif kebijakan pariwisata)</li> </ul> <p>Step 4 pada A Basic policy analysis process</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluasi setiap alternatif strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang</li> </ul>

Tujuan penelitian	Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Jenis data	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Metode Analisis Data	Output Penelitian
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana penunjang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fasilitas belanja (<i>nightclub, steambath, casino entertainment, souvenir shop, toko barang kesenian, toko kelontong</i>)</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Deskriptif (Analisis mengenai kebijakan pariwisata)</li> </ul> <p><i>Step 5 pada A Basic policy analysis process</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategi potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang</li> </ul>
		<i>Transportation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketersediaan angkutan</li> <li>Lokasi terminal</li> <li>Hirarki jalan daya tarik wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rute angkutan umum</li> <li>Hirarki jalan,</li> <li>Lokasi terminal</li> </ul>				
		<i>Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promosi langsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peragaan (display)</li> <li>Barang cetakan (prospectus, leaflet, folder, booklet atau brosur)</li> <li>Pameran khusus</li> <li>Pemberian rabat</li> <li>Pemberian</li> </ul>				

Tujuan penelitian	Variabel	Sub Variabel	Sub Sub Variabel	Jenis data	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Metode Analisis Data	Output Penelitian
				hadiah				
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Promosi tidak langsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Barang cetakan</li> <li>Majalah</li> <li>Junjungan</li> <li>Temu karya (<i>workshop</i>)</li> <li>Mengundang wakil perusahaan penyalur untuk mengunjungi daerah tujuan wisata dan wartawan</li> </ul>				
	<i>Demand</i>	Jumlah wisatawan	Wisatawan di Kota Malang					
	Potensi masalah, peluang, ancaman pariwisata Kota Malang	Potensi Masalah Peluang Ancaman	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Supply</i></li> <li><i>Demand</i></li> </ul>					

