

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian mengenai Peningkatan Kualitas Produk Wisata untuk Menunjang Daya Tarik Pengunjung Kawasan Wisata Makam Bung Karno termasuk dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menurut Hadi (2011) penelitian kualitatif merupakan rekomendasi sejumlah proses yang harus dilakukan dengan metode studi kasus, sedangkan penelitian kuantitatif adalah desain eksperimental yang lebih kompleks dengan semua variabel dan *treatment* nya. Pada studi ini, metode kuantitatif yang digunakan adalah menganalisis dengan statistika deskriptif, evaluatif dan juga menggunakan persepsi dari pengunjung (kano model).

3.2 Penentuan Variabel

Berdasarkan tujuan penelitian, peneliti ingin mengetahui variabel dari Peningkatan Kualitas Produk Wisata untuk Menunjang Daya Tarik Pengunjung di Kawasan Wisata Makam Bung Karno, maka pada **Tabel 3.1** ditetapkan variabel yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini yang disesuaikan dengan tujuan umum antara lain:

Tabel 3. 1 Penentuan Variabel dan Sub Variabel

No.	Tujuan Penelitian	Variabel	Sub variabel	Parameter
1.	Mengidentifikasi kualitas produk wisata dalam karakteristik wilayah studi yang menjadi daya tarik pengunjung di kawasan wisata makam Bung Karno. Bung Karno	- Aspek produk wisata (Gamal Suwanto, 2004)	- <i>Attraction</i> (daya tarik) <ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to see</i> • <i>Something to do</i> 	- Mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung - Pengunjung melakukan suatu aktivitas dan terdapat fasilitas publik baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat pengunjung nyaman berada di sana
2.	Menghasilkan rekomendasi dalam meningkatkan kualitas produk wisata untuk kepuasan pengunjung di kawasan wisata makam Bung Karno		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to buy</i> (Yoeti, 1985) 	



No.	Tujuan Penelitian	Variabel	Sub variabel	Parameter
				- Fasilitas untuk pengunjung berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh
			<ul style="list-style-type: none"> - <i>Accessibility</i> (akseibilitas) • Transportasi (Hodder & Stoughton, 2002) • Sarana dan prasarana jaringan transportasi (Hainim,1999) 	- Transportasi <i>service</i> bagian dari kemudahan bagi para wisatawan dalam hal aksesibilitas
			<ul style="list-style-type: none"> - <i>Amenities</i> (fasilitas) • Fasilitas umum (Gamal Suwantoro, 2004) • Akomodasi/ penginapan • Transportasi • Tempat makan dan minum • Perdagangan dan jasa • <i>retail outlet</i> (Mill,2000) 	- Memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang melakukan perjalanan wisata seperti perdagangan dan jasa, rumah makan, dan akomodasi yang memadai
			<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ancillary</i> (lembaga pariwisata) • Keamanan wisatawan (<i>Protection of tourism</i>) • Perlindungan wisatawan (Medlik dalam Ariyanto,2005) 	- Pengunjung merasakan keamanan (<i>protection of tourism</i>) dan terlindungi

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelitian-penelitian sejenis dan dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini. Metode pengumpulan data

primer yang digunakan dalam hal ini adalah melalui observasi lapangan, wawancara, dan kuisisioner. Sedangkan metode pengumpulan data sekunder adalah mengumpulkan data-data yang diperoleh dari studi literature maupun survei ke instansi atau departemen yang berhubungan dengan materi penelitian.

A. Survei Primer

Survei primer adalah pengumpulan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat dengan melalui pengamatan, penyebaran kuisisioner, dan kegiatan wawancara. Terdapat tiga cara yang dilakukan dalam pengumpulan data primer yaitu:

1. Observasi/Pengamatan

Observasi merupakan cara pengumpulan data yang utama dalam objek penelitian. Observasi biasanya menyangkut situasi sosial tertentu. Setiap situasi sosial setidaknya-tidaknya memiliki 3 elemen utama yaitu:

- a. Lokasi/fisik tempat suatu situasi sosial tersebut berlangsung
- b. Para pelaku (*actors*) yang menduduki status/posisi tertentu dan memainkan peran tertentu
- c. Kegiatan atau aktivitas para pelaku pada lokasi/tempat berlangsung situasi sosial tersebut

2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden/objek penelitian dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui. Pengumpulan data melalui pengisian kuisisioner dilakukan pada masyarakat yang melakukan perjalanan wisata yang ada di wilayah studi. Proses pengumpulan data primer melalui kuisisioner dilakukan oleh peneliti setelah tugas akhir disetujui. Oleh karena itu, waktu dari penyebaran kuisisioner berbeda dengan waktu observasi.

Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuisisioner kepada para wisatawan yang melakukan perjalanan dikawasan wisata Makam Bung Karno yang ada di kawasan wisata makam Bung Karno.. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi, pendapat, dan data tentang kualitas produk wisata dan aspek lainnya yang terkait.

3. Interview/Wawancara

Interview/Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara. Wawancara dapat dilakukan secara langsung dengan bertatap muka. Pengumpulan data melalui teknik wawancara didasari oleh dua alasan yaitu pertama, peneliti dapat menggali informasi selengkap mungkin, baik yang tampak maupun yang tersembunyi, yang biasanya kurang tergali apabila menggunakan kuisioner. Kedua, informasi yang digali mencakup hal-hal yang bersifat lintas waktu, yang berkaitan dengan masa lalu, masa sekarang, dan masa mendatang. Pengumpulan data dan metode wawancara dikenakan pada responden, ahli atau staf pemerintahan yang terkait mengenai hal-hal yang ingin diketahui oleh peneliti.

Tabel 3. 2 Survei Primer

No	Metode survei	Data	Sumber	Manfaat
1	Observasi	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi objek produk wisata yang dimiliki - Kondisi sarana prasarana penunjang pariwisata 	<ul style="list-style-type: none"> - wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> - untuk mengetahui eksisting wilayah studi kawasan Makam Bung Karno
2	Kuisioner	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik wisatawan - Aspek produk wisata - Tingkat kepuasan wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> - wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> - untuk mengetahui kepuasan dan kualitas wisatawan terhadap produk wisata di kawasan Makam Bung Karno
3	Interview/wawancara	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik produk wisata yang ada di objek wisata 	<ul style="list-style-type: none"> - ahli atau staf pemerintahan yang terkait - Lembaga Kebersihan - Lembaga Keamanan - Kelompok Becak Wisata - Tukang Parkir 	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk mengetahui produk wisata yang ada dikawasan Makam Bung karno
4.	Dokumentasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan foto kondisi eksisting wilayah studi 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> - mengetahui kondisi eksisting wilayah studi yang kawasan Makam Bung Karno

B. Survei Sekunder

Survei sekunder adalah pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari studi literatur maupun survei instansi atau departemen yang berhubungan dengan materi penelitian. Metode penelitian ini menggunakan alat berupa dokumentasi. Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang menelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah-majalah, dan dokumen peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. (Arikunto,2002).

Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Peta administratif yang berkaitan dengan penelitian
2. RTRW Kota Blitar
3. Data dari sektor wisata tahun 2013

Tabel 3. 3 Survei Sekunder

No	Instansi	Kebutuhan Data
1	Bappeda Kota Blitar	• Peta administrasi Kota Blitar
2	Dinas Tata Kota	• Peta jaringan jalan tahun terakhir • Data peruntukan lahan Kota Blitar tahun terakhir
3	PIPP	• Data jumlah wisatawan/pengunjung yang datang tahun terakhir

3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen di mana penyelidik tertarik. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan yang semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik (Subana, 2005).

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan objek dan subjek yang mempunyai karakter tersendiri yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti (Sugiyono, 2010). Populasi untuk penelitian peningkatan kualitas produk wisata untuk menunjang daya tarik pengunjung di kawasan wisata makam Bung Karno adalah wisatawan yang melakukan aktivitas di kawasan wisata Makam Bung Karno. Menurut Pusat Informasi Pariwisata dan Perdagangan kawasan wisata makam Bung Karno Kota Blitar pengunjung di kawasan Wisata Makam Bung Karno sebesar 2.342 pengunjung.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk mempelajari dia berasal. Teknik sample dikenal dengan dua cara, yaitu cara *random* (acak) dan bukan *random* (Subana, 2005:117). Teknik sampel *random* memungkinkan setiap anggota terpilih menjadi anggota sampel dengan peluang yang sama. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling random*. Setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan sama untuk diseleksi sebagai subyek dalam sampel. Cara pengambilan sampel dapat melalui undian. Teknik sampling ini memiliki bias terkecil dan generalisasi tinggi.

Penyebaran kuisisioner kepada pengunjung dikawasan wisata Makam Bung Karno salah satu teknik untuk penentuan anggota sampel secara acak. Elemen populasi berupa wisatawan di kawasan wisata makam Bung Karno. Berikut merupakan perhitungan sampel dari Metode Slovin yang akan digunakan dalam penelitian :

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

Dengan : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/diinginkan, dalam hal ini 10%

$$n = \frac{2.342}{1 + 2.342 \times (0,10)^2}$$

n =96, dibulatkan menjadi n = 100 sampel

Dengan demikian besarnya sampel yang digunakan penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Elemen populasi berupa wisatawan di kawasan wisata makam Bung Karno. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria umur diatas 15 tahun - 60 tahun yang ditemui secara acak/kebetulan.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Adapun dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif evaluatif. Menurut Sugiyono (2012) bahwa metode penelitian deskriptif adalah

berfungsi untuk mendeskripsikan atau member gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang disajikan dalam tabel, grafik, dan diagram. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis kualitas variabel berdasarkan kondisi eksisting. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis karakteristik wilayah studi dan karakteristik pengunjung.

3.5.2 Kano Model

Menurut Puspita *et al.* (2010), terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Dengan memperhatikan Kano Model, menuntut perusahaan menciptakan produk/jasa inovatif yang dapat menarik perhatian pelanggan diatas *Must-be* dan *One dimensional*. Strategi yang dapat diadopsi perusahaan adalah memproduksi produk/ jasa yang mempunyai *attractive quality*. Strategi ini mengharuskan perusahaan memperhatikan bagaimana menciptakan *attractive quality* dalam proses pengembangan produk/jasa baru. Langkah-langkah penelitian dengan menggunakan Kano Model adalah:

Langkah 1: Identifikasi ide/permintaan pelanggan atau menganalisa yang akan diukur.

Langkah 2: Pra kuesioner Kano disebarkan pada konsumen untuk mengidentifikasi pertanyaan mana yang dianggap tidak perlu oleh konsumen.

Langkah 3: Membuat Kuesioner Kano. Dalam pembuatan Kuesioner yang perhitungannya menggunakan Kano Model maka sifat dari Kuisioner tersebut adalah setiap satu pertanyaan memiliki dua bagian yaitu *functional* dan *disfunctional*.

1. *I like it that way* (suka)
2. *It must be that way* (mengharapkan)
3. *I am neutral* (netral)
4. *I can live with it that way* (memberikan toleransi)
5. *I dislike it that way* (tidak suka)

Dalam membuat pertanyaan, pertanyaan yang diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Kelima variabel dalam Kano tersebut termasuk skala Likert, karena memiliki gradiasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk setiap variabel tidak diberi skor dalam pengolahan datanya tetapi mengikuti

langkah-langkah yang sesuai dengan *Kano Model* yaitu dengan menentukan kategori atribut tiap responden berdasarkan Tabel Penentuan Kategori Kano pada **Tabel 3.4**.

Tabel 3. 4 Penentuan Kategori Kano

CUSTOMER REQUIREMENT		DISSFUNCTIONAL (Negative) QUESTION				
		1.Like	2.Must-be	3. Neutral	4. Live with	5. Dislike
FUNCTIONAL (Positif) QUESTION	1.Like 5	Q	A	A	A	O
	2.Must-be 4	R	I	I	I	M
	3.Neutral 3	R	I	I	I	M
	4.Live with 2	R	I	I	I	M
	5.Dislike 1	R	R	R	R	Q

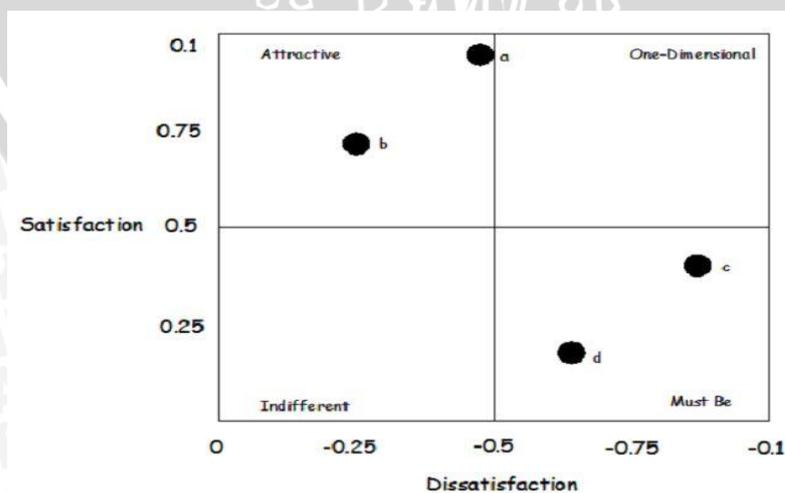
Keterangan A: *Attractive* (menarik) O: *One dimensional*(Satu dimensi)
 M: *Must-be* (Harus ada) Q: *Questionable* (Diragukan)
 R: *Reverse* (Kebalikan) I: *Indifferent* (tidak berpengaruh)

Langkah 4 : Memproses hasil jawaban Kuisioner dengan menggunakan tabel survey seperti terlihat pada **Tabel 3.5**.

Tabel 3. 5 Tabel Survei

Customer Requirements	A	M	O	R	Q	I	TOTAL	CATEGORY
1								
2								
3								
4								
5								
6								
Dst								

Langkah 5 : Menganalisa hasil proses. Langkah yang dilakukan dengan memposisikan setiap atribut pertanyaan.



Gambar 3. 1 Memposisikan atribut

Untuk memposisikan diperlukan rata-rata dari *satisfaction* dan *dissatisfaction* dari setiap atribut. Untuk itu ada aturan dalam mengevaluasi yaitu :

$$M > O > A > I$$

Menghitung rata-rata setiap atribut :

Extent of Satisfaction

Koefisien tingkat kepuasan berkisar antara 0 sampai dengan 1, semakin dekat dengan nilai 1 maka semakin mempengaruhi kepuasan konsumen, sebaliknya jika nilai mendekati ke 0 maka dikatakan tidak begitu mempengaruhi kepuasan konsumen.

$$\frac{A+O}{A+O+M+I} \quad (1)$$

Extent of Dissatisfaction

Jika nilai semakin mendekati angka -1 maka pengaruh terhadap kekecewaan konsumen semakin kuat, sebaliknya jika nilainya 0 maka tidak mempengaruhi kekecewaan konsumen.

$$\frac{O+M}{(A+O+M+1) \times (-1)} \quad (2)$$

Dari hasil rata-rata dapat diketahui nilai yang memungkinkan mengetahui atribut yang menjadi kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan pelanggan. Atribut yang bernilai positif dipertahankan sedangkan yang negatif dilakukan tindakan perbaikan.

Dari hasil rata-rata dapat diketahui nilai yang memungkinkan mengetahui atribut yang menjadi kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan pelanggan. Atribut yang bernilai positif dipertahankan sedangkan yang negatif dilakukan tindakan perbaikan.

Tabel 3. 6 Karakteristik Nilai Extent of Satisfaction

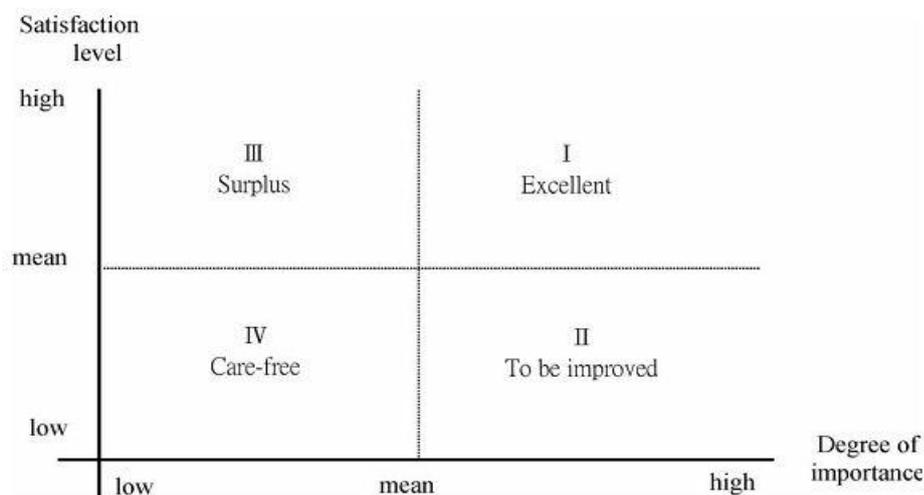
Nilai	Keterangan
0.90	Sangat memuaskan (<i>marvelous</i>)
0.80	Memuaskan (<i>meritorious</i>)
0.70	Menengah (<i>middling</i>)
0.60	Cukup (<i>mediocare</i>)
0.50	Kurang memuaskan (<i>miserable</i>)
<0.50	Tidak dapat diterima (<i>unacceptable</i>)

Langkah 5 : Prioritas untuk perbaikan kebutuhan

Dalam Kano Model, untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial menggunakan Skala Likert. Dengan menggunakan Skala Likert maka yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut (Ridwan et.al, 2010) :

Pertanyaan tingkat kepentingan		Pertanyaan tingkat kepuasan	
Sangat Penting	= 6	Sangat Puas	= 6
Penting	= 5	Puas	= 5
Cukup Penting	= 4	Cukup Puas	= 4
Cukup Tidak Penting	= 3	Cukup Tidak Puas	= 3
Tidak Penting	= 2	Tidak Puas	= 2
Sangat Tidak Penting	= 1	Sangat Tidak Puas	= 1

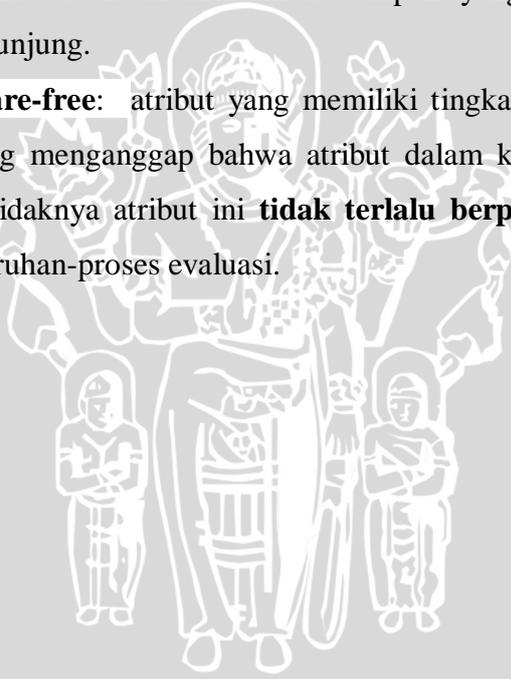
Dalam model ini, dimensi horizontal menunjukkan tingkat pentingnya kualitas atribut, dan dimensi vertikal menunjukkan tingkat kepuasan berdasarkan kualitas atribut. Pasangan order (skala kepentingan, skala kepuasan) kemudian diletakkan di koordinat. skala kepentingan dan skala kepuasan dapat diletakkan pada koordinat ke empat bidang Yang (2005) seperti pada **Gambar 3.2** .



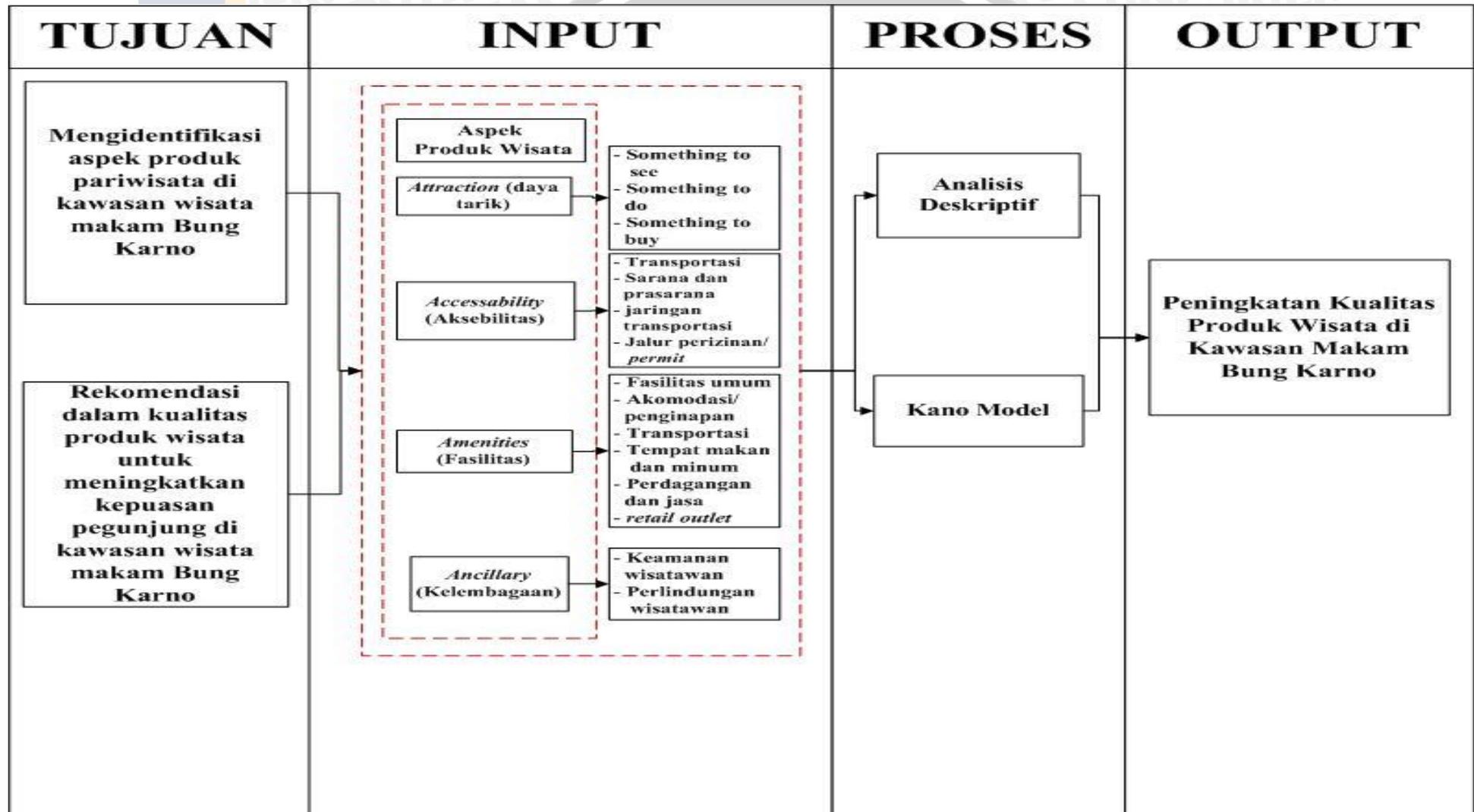
Gambar 3.2 Model Kepuasan-Kepentingan

Sumber: The Refind Kano's Model and its Application (Yang, 2005)

- a. Daerah I. **Excelent**: atribut yang masuk dikudran ini dianggap sangat penting dan tingkat kepuasan yang baik sehingga atribut yang terdapat di kudran ini hendaknya **tetap dipertahankan**
- b. Daerah II. **To be Improved**: atribut yang dianggap penting untuk tingkat kepuasan namun belum sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, atribut ini **penting untuk dikembangkan** karena kinerja dari atribut ini pada kondisi eksistingnya masih belum optimal sehingga harus segera dilakukan perbaikan.
- c. Daerah III. **Surplus**: atribut yang tidak sangat penting bagi pengunjung ataupun masyarakat sekitar namun tingkat kepuasannya cukup tinggi. Atribut ini dapat **dijadikan sebagai alternative dan atribut ini dapat dihilangkan** jika tidak menimbulkan dampak yang signifikan pada kepuasan pengunjung.
- d. Daerah IV. **Care-free**: atribut yang memiliki tingkat kepuasan rendah dan pengunjung menganggap bahwa atribut dalam kudran ini kurang penting. Ada tidaknya atribut ini **tidak terlalu berpengaruh** terhadap kualitas keseluruhan-proses evaluasi.



3.6 Kerangka Analisis



Gambar 3. 3 Kerangka Analisis

3.7 Desain Survei

Tabel 3. 7 Desain Survei

No.	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data Yang Diperlukan	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Analisis Data Yang Digunakan	Metode Yang Dibutuhkan	Output
1.	Mengidentifikasi produk wisata dalam karakteristik wilayah studi dan karakteristik pengunjung yang menjadi daya tarik wisatawan di kawasan wisata makam Bung Karno.	Aspek Produk Wisata	Daya Tarik	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan • Wawancara • Kondisi eksisting 	Analisis deskriptif evaluatif	Analisis deskriptif yang berupa penjabaran terkait kondisi eksisting di objek kawasan Makam Wisata Bung Karno	Teridentifikasinya kualitas produk wisata di kawasan wisata Makam Bung Karno
			<i>Accessability</i>	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan • Wawancara • Kondisi eksisting 			
			<i>Amenities</i>	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan • Wawancara • Kondisi eksisting 			
			<i>Ancillary</i>	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan • Wawancara • Kondisi eksisting 			
2.	Menghasilkan rekomendasi dalam meningkatkan kualitas produk wisata untuk kepuasan pegunjung di kawasan wisata makam Bung Karno	Aspek Produk Wisata	Daya Tarik	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan 	Analisis deskriptif evaluatif dan Kano Model	Analisis development berupa rekomendasi pembentukan produk wisata yang ada di kawasan wisata Makam Bung Karno	Terwujudnya rekomendasi pembentukan produk wisata dalam menunjang daya tarik Makam Bung Karno
			<i>Accessability</i>	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan 			
			<i>Amenities</i>	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan 			
			<i>Ancillary</i>	Persepsi pengunjung	Survei primer	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan 			