BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana peneliti melakukan analisa data objek penelitian atau deskriptif penelitian kepada narasumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu kepada analisis kebijakan atau kepala seksi pengembangan olahraga rekreasi di bidang pembudayaan olahraga yang tentunya berkaitan langsung dengan penelitian yang dibahas. Abdussamad (2021) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dimana teknik pengumpulan data yang disajikan merupakan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

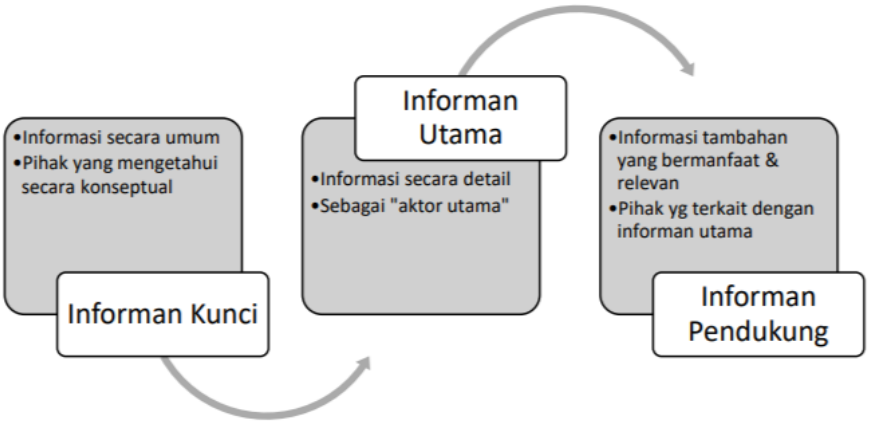
3.2 Informan dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini informannya sudah di pastikan berkontribusi dalam kegiatan *Event* Estafet Arcamanik dan untuk tempat penelitian dilakukan di *Sport* Jabar Arcamanik.

3.2.1 Informan

Pengertian informan adalah subyek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena/permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Arifa (2022) mengatakan bahwa Informan adalah semua elemen manusia yang terlibat dalam sebuah penelitian, baik secara fisik maupun emosional, sebagai informan atau responden dan para ahli di bidang strategi acara yang memberikan informasi serta membuat strategi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dan Menurut Heryana (2018) dalam penelitian kualitatif, informan terbagi menjadi tiga yaitu: 1. Informan kunci 2. Informan utama 3. Informan Pendukung.

Dessy Putri Firmansyah, 2025
ANALISIS STRATEGI PROMOSI EVENT ESTAFET ARCAMANIK DI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 3.1 Jenis Informan

Sumber: Arifa (2022)

Urutan Pengumpulan Data pada Informan dengan Triangulasi sebagai berikut.

1) Informan kunci, yaitu informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada masyarakat secara garis besar, juga memahami informasi tentang informan utama. Dalam pemilihan informan kunci tergantung dari unit analisis yang akan diteliti. Misalnya pada unit sebuah organisasi, informan kuncinya adalah pimpinan organisasi tersebut
2) Informan utama dalam penelitian kualitatif mirip dengan "aktor utama" dalam sebuah kisah atau cerita. Dengan demikian informan utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian yang akan dipelajari.
3) Informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Informan tambahan terkadang memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama atau informan kunci.

Dalam penelitian ini terdapat profil informan berdasarkan jenis nya seperti pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Profil Informan

Jenis Informan	Informan
Informan kunci	- Kepala Bidang Pembudayaan Olahraga
	- Analis Kebijakan Ahli Muda atau Kepala Seksi Olahraga Rekreasi
Informan utama	- Staf/panitia *Event* Estafet Arcamanik
Informan pendukung	- Peserta/penonton

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)

Dalam penelitian ini kepala bidang pembudayaan olahraga, analis kebijakan ahli muda, panitia *Event* Estafet Arcamanik, serta peserta atau penonton dikategorikan sebagai informan, yang masing-masing memiliki peran dan klasifikasi berbeda berdasarkan tingkat keterlibatan serta kontribusi informasinya. kepala bidang pembudayaan dan olahraga dan analis kebijakan atau kepala seksi olahraga rekreasi berperan sebagai informan kunci karena mereka memiliki wawasan mendalam mengenai kebijakan, strategi, dan implementasi promosi acara *Event* Estafet Arcamanik. panitia *Event* Estafet Arcamanik diklasifikasikan sebagai informan utama karena mereka secara langsung terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan promosi acara. Sementara itu, peserta atau penonton termasuk informan pendukung karena mereka dapat memberikan perspektif mengenai efektivitas strategi promosi yang telah dilakukan serta pengalaman mereka dalam mengikuti acara tersebut.

3.2.1.1 Jumlah Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini, penentuan jumlah informan dilakukan secara purposive (*purposive sampling*), yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan dan fokus penelitian. Informan dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau peran langsung yang relevan dengan penyelenggaraan dan promosi acara *Event* Estafet Arcamanik.

Menurut Sugiyono (2015), dalam penelitian kualitatif tidak ditentukan jumlah sampel secara pasti seperti dalam penelitian kuantitatif, karena yang terpenting adalah kedalaman informasi, bukan jumlah responden. Sementara itu,

Guest, Bunce, & Johnson (2006) menyatakan bahwa data saturation dalam wawancara mendalam dapat mulai tercapai pada wawancara ke-6 hingga ke-12, tergantung pada kompleksitas topik dan homogenitas partisipan. Sugiyono (2015) dan Miles & Huberman (1994) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, jumlah informan ditentukan secara purposive dan berkembang selama proses penelitian hingga data dianggap jenuh (data saturation), bukan berdasarkan jumlah indikator. Dalam penelitian ini terdapat beberapa informan seperti pada tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2 Informan Penelitian

No	Informan	Jumlah	Karakteristik	Kode
1	Kepala Bidang Pembudayaan Olahraga	1	Memiliki wewenang dalam pembinaan dan promosi kegiatan olahraga rekreasi terutama dalam acara *Event* Estafet Arcamanik	KB
2	Analis Kebijakan Ahli Muda atau Kepala Seksi Olahraga Rekreasi	1	Terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan acara *Event* Estafet Arcamanik	AK
3	Staf/panitia *Event* Estafet Arcamanik	1	Terlibat langsung dalam strategi promosi dan teknis acara	SP
4	Peserta/penonton	2	Ikut serta dalam memeriahkan acara dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan *Event* Estafet Arcamanik	PE1 dan PE2

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)

Jumlah partisipan wawancara dalam penelitian ini adalah 5 orang, yang terdiri dari kepala bidang pembudayaan olahraga, analis kebijakan ahli muda atau kepala sesksi olahraga rekreasi, staf/panitia *Event* Estafet Arcamanik dan peserta atau penonton. Jumlah ini dipilih karena dirasa sudah cukup untuk mencapai data saturation atau kejenuhan data, yaitu kondisi di mana informasi yang diperoleh dari partisipan sudah mulai berulang dan tidak memberikan data baru yang signifikan.

3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian menurut Hamid (2023) merupakan lokasi di mana proses studi dilakukan untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian, mencakup semua elemen yang terkait dengan pengumpulan data dan interaksi yang terjadi di lokasi tersebut. Lokasi yang dilakukan pada penelitian ini terdapat di Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Jawa Barat lebih tepatnya di Sport Jabar Arcamanik, peneliti turut serta dalam beberapa acara yang dilakukan oleh Dispora Jabar salah satunya yaitu kegiatan *Event* Estafet Arcamanik.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Tuzahro, D. F., dkk (2022) menyebutkan bahwa teknik pengumpulan data adalah langkah paling penting dalam sebuah penelitian, karena inti dari penelitian adalah memperoleh data. Terdapat empat jenis teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan kombinasi dari ketiganya. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan meliputi: 1) wawancara, 2) observasi, dan 3) dokumentasi.

3.3.1 Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut Dr. Zainuddin Iba dan Wardhana (2023) wawancara adalah proses interaksi langsung antara peneliti dan responden atau subjek penelitian yang melibatkan pertanyaan dan jawaban antara kedua pihak. tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pemikiran, pengalaman, dan pandangan subjek penelitian. Menurut Stefani, et al. (2025) dalam wawancara, subjek penelitian diminta menyampaikan informasi berdasarkan pandangan, pemikiran, dan perasaannya. Tujuan utama wawancara adalah memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan perspektif individu terkait fenomena yang sedang diteliti. Terdapat beberapa macam wawancara menurut Sugiyono (2019) dalam Ricardo et, al (2022), antara lain yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, wawancara semi

terstruktur dan wawancara tak terstruktur. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur dimana jenis wawancara ini sudah termasuk dalam in-dept interview, dalam pelaksanaanya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Untuk melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Ada pula ciri-ciri wawancara semi tertruktur yaitu:

a. Terdapat Panduan Pertanyaan

   Setiap pertanyaan disusun berdasarkan dimensi dan indikator tertentu (alat promosi & manajemen proses dan perncanaan acara), sehingga peneliti memiliki kerangka pertanyaan yang jelas.

b. Bersifat Terbuka dan Fleksibel

   Informan bebas menjawab sesuai pengalaman mereka, dan peneliti dapat menggali lebih dalam dengan pertanyaan lanjutan jika diperlukan. Contohnya: "Bagaimana kerja sama antara tim promosi langsung dilakukan?" peneliti bisa menindaklanjuti: "Apa kendalanya? Apakah ada solusi waktu itu?"

c. Khas Penelitian Kualitatif

   Semi terstruktur cocok digunakan dalam penelitian kualitatif karena tidak membatasi jawaban hanya "ya/tidak", melainkan mengeksplorasi pemahaman dan pengalaman responden.

d. Interaksi Dua Arah

   Terdapat dialog aktif antara peneliti dan informan. Sehingga peneliti tidak hanya mendengar, tetapi juga merespons untuk memperdalam informasi.

e. Mengutamakan Kedalaman Data, Bukan Jumlah

   Fokusnya bukan pada banyaknya informan, tetapi pada kualitas dan kelengkapan data dari setiap wawancara.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur, yaitu teknik wawancara yang menggunakan panduan pertanyaan tetapi bersifat terbuka dan fleksibel. Wawancara ini memungkinkan peneliti untuk

menggali data secara mendalam dan menyesuaikan pertanyaan sesuai dengan konteks jawaban dari informan. Teknik ini dipilih agar informasi yang diperoleh lebih kaya, kontekstual, dan reflektif terhadap pengalaman para informan. Dalam penelitian wawancara akan dilakukan kepada kepala Bidang Pembudayaan Olahraga, analis kebijakan atau yang dulu sering disebut sebagai kepala seksi di bidang pembudayaan olahraga seksi olahraga rekreasi, staf atau panitia dari kegiatan *Event* Estafet Arcamanik serta peserta atau penonton kegiatan *Event* Estafet Arcamanik.

3.3.1.1 Langkah-langkah melakukan Wawancara

Berikut adalah langkah-langkah yang akan di lakukan untuk melakukan wawancara.

Tabel 3.3 Langkah-langkah melakukan Wawancara

No.	Langkah	Keterangan
1	Menentukan Informan	Pilih informan secara purposive, yaitu mereka yang relevan dan berpengalaman terhadap topik (kabid, kasi, panitia, peserta).
2	Menyusun Panduan Wawancara	Buat daftar pertanyaan berdasarkan indikator atau dimensi penelitian. Dalam penelitian ini menggunalan semi-terstruktur (pertanyaan terbuka dan fleksibel).
3	Membuat Janji Wawancara	Hubungi informan terlebih dahulu, tentukan waktu dan tempat wawancara yang nyaman dan kondusif.
4	Mempersiapkan Alat dan Dokumen	Siapkan pedoman wawancara, alat pencatat, perekam suara (dengan izin), dan surat izin penelitian jika diperlukan.
5	Melakukan Pendahuluan	Saat wawancara dimulai, sampaikan maksud dan tujuan penelitian, serta minta izin untuk merekam jika diperlukan. Bangun suasana yang nyaman.
6	Melakukan Tanya Jawab	Lakukan wawancara dengan mengikuti panduan, namun tetap terbuka terhadap jawaban informan dan ajukan pertanyaan lanjutan jika perlu.
7	Mencatat dan Merekam	Catat poin-poin penting dan rekam wawancara (jika diperbolehkan) untuk mempermudah transkrip dan analisis data.

8	Menutup Wawancara	Ucapkan terima kasih, beri informasi jika hasil penelitian akan disampaikan, dan pastikan tidak ada pertanyaan yang terlewat.
9	Membuat Transkrip Wawancara	Setelah wawancara, segera tulis ulang hasilnya secara rinci agar tidak kehilangan detail penting.
10	Analisis Data	Lakukan koding, kategorisasi, dan analisis berdasarkan tema-tema dari hasil wawancara.

3.3.2 Observasi

Observasi kualitatif adalah metode pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati fenomena, perilaku, atau interaksi dalam lingkungan alami tanpa menggunakan data numerik. Stefani, *et al*. (2025) mengatakan bahwa observasi merupakan teknik utama dalam penelitian kualitatif, di mana peneliti secara langsung mengamati serta mendokumentasikan perilaku, interaksi, serta konteks yang terjadi dalam situasi penelitian. Dalam penelitian ini observasi dilakukan di Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Jawa Barat lebih tepatnya di Sport Jabar Arcamanik.

Menurut Khalfani (2023) observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat, serta dilakukan secara sengaja. Berikut adalah macam observasi menurut Abdussamad (2021), observasi partisipatif, yang artinya peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang diamati atau yang digunakan sebagai sumber informasi penelitian, observasi terus terang, yang artinya peneliti pengumpul data menyatakan kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian, serta observasi tak berstruktur, yang artinya pengamatan yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diamati.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatif, di mana peneliti secara aktif terlibat dalam kegiatan *Event* Estafet Arcamanik untuk memahami secara langsung proses perencanaan, strategi promosi, serta pengalaman peserta dan panitia dalam acara tersebut. Melalui keterlibatan ini, peneliti dapat mengamati dinamika yang terjadi di lapangan, interaksi antarstakeholder, serta efektivitas strategi promosi yang diterapkan, sehingga memperoleh data yang lebih

mendalam dan kontekstual. Observasi dilakukan tanpa mempengaruhi jalannya kegiatan, dan bertujuan sebagai pelengkap data wawancara serta dokumentasi.

3.3.2.1 Langkah-langkah melakukan Observasi

Berikut adalah langkah-langkah yang akan di lakukan untuk melakukan wawancara.

Tabel 3.4 Langkah-langkah melakukan Observasi

No.	Langkah	Keterangan
1	Menentukan Tujuan Observasi	Tentukan fokus observasi, misalnya: bagaimana strategi promosi diterapkan secara langsung di lapangan, interaksi panitia dan peserta, atau bentuk promosi visual yang digunakan.
2	Menetapkan Lokasi dan Waktu Observasi	Pilih lokasi yang relevan dengan kegiatan *Event* Estafet Arcamanik, misalnya lokasi perlombaan, titik registrasi, booth sponsor, dan waktu pelaksanaan.
3	Menentukan Jenis Observasi	Penelitian ini menggunakan observasi partisipatif karena peneliti terlibat langsung sebagai pengamat di tengah kegiatan.
4	Menyusun Pedoman Observasi	Buat lembar observasi berisi indikator apa saja yang ingin diamati, misalnya: spanduk promosi, antusias peserta, penyebaran brosur, aktivitas media sosial, dll.
5	Mempersiapkan Alat Observasi	Siapkan alat tulis, kamera (jika dibutuhkan dan diizinkan), formulir checklist, serta alat dokumentasi lainnya.
6	Melakukan Observasi di Lapangan	Amati secara langsung kegiatan yang terjadi sesuai fokus observasi, tanpa mengganggu jalannya acara. Catat secara rinci temuan dan peristiwa penting.
7	Mencatat Hasil Observasi	Tuliskan kejadian-kejadian penting, percakapan yang relevan (jika terdengar), serta kesan umum selama pengamatan.
8	Mendokumentasikan dengan Foto (Jika Diperlukan)	Ambil dokumentasi visual untuk mendukung data observasi, dengan tetap menjaga etika dan izin dari pihak terkait.
9	Merefleksikan dan Menganalisis Temuan	Setelah observasi selesai, refleksikan apa yang diamati, dan bandingkan dengan teori atau temuan dari wawancara.

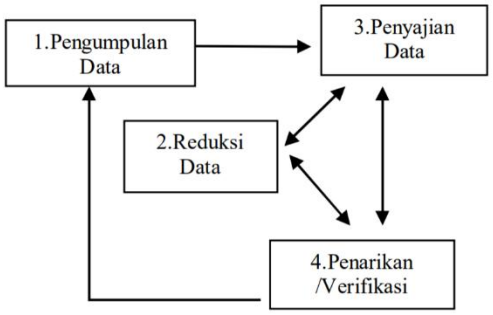
10	Mengolah dan Menyajikan Data	Sajikan data dalam bentuk deskriptif naratif, tabel observasi, atau foto untuk memperkuat hasil penelitian.

3.3.3 Dokumentasi

Studi dokumentasi dapat memperoleh wawasan mengenai konteks kebijakan, peristiwa, historis serta perkembangan yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Stefani, et al. (2025) mengemukakan bahwa dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau sumber tertulis lainnya yang terkait dengan fenomena penelitian. Dan menurut Sudaryono (2019) dokumentasi adalah metode untuk memperoleh data langsung dari sumber penelitian, termasuk buku-buku relevan, peraturan, laporan kegiatan, foto, film dokumenter, dan data penelitian terkait. Dalam penelitian ini dokumentasi yang akan dilakukan berupa rekaman suara wawancara dan foto pada saat kegiatan berlangsung.

3.4 Prosedur Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (1992:90). Tahapan analisis data digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Bagan Metode Analisis Data

Sumber: Miles dan Huberman (1992)

3.4.1 Pengumpulan Data

Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data berupa hasil dari wawancara, observasi serta dokumentasi di lapangan secara objektif.

3.4.2 Reduksi Data

Reduksi merupakan hal penting dari analisis data untuk menyaring data-data. Karena data-data yang diperoleh dari proses observasi, wawancara cukup

banyak dan rumit, dan perlu dicatat dengan teliti serta terperinci. Reduksi data digunakan untuk menyaring data-data yang tidak penting sehingga data yang dihasilkan tertata dan tersusun rapi.

Menurut sugiyono (2008) mengungkapkan bahwa mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dan Miles dan Hubberman (1992) menyatakan bahwa reduksi data berlangsung terus menerus hingga laporan tersusun. Dari kedua pernyataan diatas menyetujui bahwa reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga mempermudah untuk pengumpulan data selanjutnya.

3.4.3 Penyajian Data

Alur selanjutnya dari analisis data adalah penyajian data. Miles dan Hubberman (1992) dalam Humokor (2020) menyebutkan bahwa penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Miles dan Huberman (1984) dalam Humokor (2020) juga menyebutkan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penleitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Adapun tahapan yang dilakukan penulis dalam penyajian data yaitu, menyusun data hasil observasi dan dokumentasi dalam bentuk tulisan, menyalin recorder analisa yang berkaitan dengan fokus masalah dan landasan teori dan foto yang diambil selama penelitian disajikan dalam lampiran sebagai kelengkapan data penelitian

3.4.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan strategi serta teknik pengumpulan data yang di pakai dalam penelitian ini. Menurut Agustina et, al. (2023), analisis SWOT adalah suatu identifikasi faktor strategi secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis SWOT sebagai sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (weaknesses), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang mungkin terjadi dalam mencapai suatu tujuan dari kegiatan proyek/kegiatan usaha atau

institusi/lembaga dalam skala yang lebih luas. Untuk keperluan tersebut diperlukan kajian dari aspek lingkungan baik yang berasal dari internal dan eksternal yang mempengaruhi pola strategi institusi/lembaga dalam mencapai tujuan.

Humokor (2020) menyatakan bahwa untuk menganalisis secara lebih mendalam mengenai SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan faktor internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu faktor eksternal. Faktor eksternal dapat mempengaruhi terbentuknya o*pportunities and threats* (O dan T). Dan faktor internal *strengths and weakness* (S dan W). Dimana kedua faktor internal ini dapat mempengaruhi dalam pembuatan keputusan suatu perusahaan.

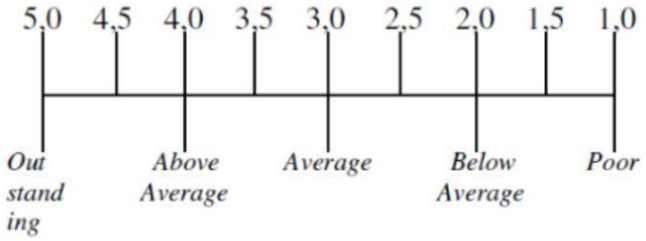
Adapun langkah-langkah untuk melakukan analisis SWOT menurut Endarwita (2021) adalah sebagai berikut.

1. Identifikasi karakteristik perusahaan
2. Identifikasi kekuatan dan kelemahan
3. Identifikasi peluang dan ancaman
4. Menemukan komponen penting untuk kesuksesan
5. Mengetahui bagaimana lingkungan internah dan eksternal berhubungan
6. Merencanakan strategi yang akan dilakukan

Menurut Pratiwi Anggraeni (2017:105) dalam Nurmayanti dan Mubarokah (2023), analisis SWOT adalah alat yang banyak dipakai oleh perusahaan untuk melakukan analisis situasional dalam formulasi strategi sejak dulu hingga sekarang.

a. Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Tabel IFAS digunakan untuk merangkum faktor-faktor internal dari perusahaan, baik dari faktor kekuatan maupun dari faktor kelemahan. Biasanya tabel IFAS juga terdiri dari lima kolom.
b. Tabel EFAS (*External Factor Analysis Summary*) Tabel EFAS digunakan untuk merangkum faktor-faktor eksternal dari perusahaan, baik dari faktor peluang maupun dari faktor ancaman. Biasanya terdiri dari lima kolom.

Berikut tahapan membuat Ifas dan Efas:



Gambar 3.3 Range Nilai wheelen dan Hunger

Sumber: Nurmayanti dan Mubarokah (2023)

Kolom pertama diisi dengan faktor-faktor internal maupun eksternal sebanyak 1-10 faktor seperti faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kolom ini dinamakan *external factors* atau *internal factors*. Kolom kedua diisi dengan tingkat signifikansi dengan memberi nilai skala 1-15 untuk menghitung jumlah bobot, semakin tinggi nilai skala yang diberikan, semakin tinggi juga nilai bobot yang telah di bagi dengan total jumlah nilai signifikansi. Kolom ketiga diisi dengan angka bobot nilai. Total bobot, kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman harus sama dengan 1,00. Semakin tinggi bobot, menunjukan bahwa faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap perusahaan. Kolom ini dinamakan kolom bobot. Kolom keempat diisi dengan rating untuk setiap faktornya. Ketentuannya yaitu jika rating 5,0 maka artinya sangat baik/outstanding dan jika ratingnya 1,0 maka artinya buruk/poor. Penilaian ini didasarkan pada tanggapan pemilik usaha. Kolom ini dinamakan kolom rating. Kolom kelima diisi dengan angka hasil pengalian bobot dan rating untuk setiap faktornya agar mendapatkan nilai tertimbang. Ketentuannya yaitu jika nilai tertimbang 5,0 maka artinya sangat baik/outstanding dan jika nilai tertimbangnya 1,0 maka artinya buruk/poor, dengan nilai rata-rata 3,0. Kolom ini dinamakan kolom skor pembobotan.

SWOT merupakan singkatan dari lingkungan internal (*strengths and weaknesses*) dan lingkungan eksternal (*opportunities and threats*). Berikut adalah tahapan yang akan dilakukan antaralain, menemukan elemen organisasi yang akan dinilai, membangun alat untuk melakukan penilaian dan pembobotan, melakukan pembobotan seobjektif mungkin berfasarkan kondisi, menghitung bobot

keseluruhan, menarik kesimpulan dan menyusun langkah-langkah berdasarkan hasil analisis

Tabel 3.5 Matriks SWOT

Internal / Eksternal	STRENGHT-**S** Catatan kekuatan-kekuatan internal perusahaan	WEAKNESES-**W** Catatlah kelemahan-kelemahan internal perusahaan
OPPORTUNITIES-**O** Catatlah peluang-peluang eksternal perusahaan	**SO** strategis Ciptakan strategiyang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**WO** strategis Ciptakan strategiyang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TRHEATS-**T** Catatlah ancaman-ancaman eksternal perusahaan	**ST** strategis Ciptakan strategiyang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**WT** strategis Strategiyangmeminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Endarwita (2021)

Menurut Endarwita (2021) matriks SWOT *Strengths-Weaknesses-Opportinities-Threats* (SWOT) merupakan alat pembanding yang penting untuk membantu para manager mengembangkan empat strategi yaitu, strategi SO (*Strength and Threats*), yang didasarkan pada pandangan perusahaan, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ST (*Strength and Threats*), yang didasarkan pada penggunaan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*), yang didasarkan pada memanfaatkan peluang saat ini dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT (*Weakness and threats*). Strategi ini bergantung pada kegiatan defensif, yang mencoba mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Gambar 3.4 Kuadran SWOT

Sumber: Endarwita (2021)

Kuadran 1, situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan karena mereka memiliki kekuatan dan peluang untuk memanfaatakannya. Kondisi ini harus menggunakan pendekatan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth rietd strategy*). Kuadran 2, perusahaan memiliki peluang pasar yang luar biasa. Tetapi ia menghadapi beberapa masalah/kelemahan internal untuk fokus. Untuk memanfaatkan peluang pasar yang lebih baik perusahaan harus berusaha untuk mengurangi masalah internalnya. Kuadran 3, menunjukkan situasi yang sangat tidak menguntungkan di mana perusahaan menghadapi ancaman dan kelemahan internal. Kuadran 4, menunjukkan bahwa meskipun menghadapi banyak ancaman, perusahaan tetap memiliki kekuatan internal. Untuk memanfaatkan peluang jangka panjang strategi diversifikasi (produk/pasar) harus diterapkan.

3.4.5 Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Sugiyono (2008) mengungkapkan bahwa verifikasi data dapat diartikan sebagai upaya untuk mencari, menguji, mengecek kembali atau memahami arti atau makna, keteraturan, alur, pola-pola preposisi, atau sebab-akibat. Sedangkan kesimpulan dapat berupa penjelasan atau gambaran mengenai sesuatu yang sebelumnya masih meremang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Faktor ini mencangkup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik,

teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Dalam penelitian ini, verifikasi dilakukan dengan menelaah kembali hasil wawancara dari berbagai narasumber, baik dari pihak penyelenggara (Dispora Jawa Barat) maupun peserta dan komunitas lari, guna menemukan pola-pola dalam strategi promosi kegiatan Estafet Arcamanik. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas promosi acara, termasuk aspek lingkungan industri dan bisnis makro seperti perkembangan teknologi digital, tren sosial di kalangan generasi muda, serta dinamika ekonomi dan budaya olahraga di masyarakat. Sementara itu, kesimpulan dalam penelitian ini disusun sebagai penjabaran atau penegasan terhadap berbagai temuan yang sebelumnya masih bersifat umum atau belum terstruktur. Setelah dilakukan proses analisis dan verifikasi data, muncul gambaran yang lebih jelas mengenai strategi promosi yang digunakan Dispora Jawa Barat, seperti kekuatan hubungan dengan komunitas, keterbatasan dalam jangkauan media, serta peluang dalam tren olahraga lari yang meningkat. Hasil kesimpulan ini juga mengungkapkan hubungan kausal antara strategi promosi dengan tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan Estafet Arcamanik, yang dapat menjadi dasar pengembangan strategi promosi berbasis kolaboratif di masa depan.