

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Daya Tarik Wisata Darajat Pass (*water park*) yang terletak di Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut, tepatnya di jalan jalan Darajat kampong Bedeng Desa Karyamekar dengan luas awal area  $\pm 7$  Hektar .

Untuk menuju lokasi ini dapat ditempuh menggunakan tol Buah Batu menuju pintu gerbang Cileunyi  $\pm 25$  menit dan dari cileunyi sekitar 1,5 jam menuju kota garut dan masuk ke Jalan Darajat km 14 Kampung Bedeng Rt/Rw : 09/02 Desa Karyamekar Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut  $\pm 11$  km sekitar 45 menit memasuki area Daya Tarik Wisata Darajat Pass (*waterpark*), dari tol Pasteur  $\pm 45$  menit menuju pintu gerbang tol cileunyi menggunakan via Rancaeukek. Di bawah ini gambar untuk peta lokasi :

**Gambar 3.1**  
**Denah Lokasi Darajat Pass (*waterpark*) Garut**



Baginda Syah Ali, 2016

**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS GUNA MENINGKATKAN DAYA TARIK MINAT WISATAWAN DI DARAJAT PASS (WATERPARK) KECAMATAN PASIRWANGI KABUPATEN GARUT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sumber : Darajat Pass (waterpark)

### 3.2 Metode Penelitian

Metode merupakan cara untuk mengungkapkan kebenaran yang objektif. Kebenaran tersebut merupakan tujuan, sementara metode itu adalah cara penggunaan metode dimaksudkan agar kebenaran yang diungkapkan benar-benar berdasarkan bukti ilmiah yang kuat. Oleh karena itu, metode dapat diartikan pula sebagai prosedur atau rangkaian cara yang secara sistematis dalam menggali kebenaran ilmiah, sedangkan penelitian dapat diartikan sebagai pekerjaan ilmiah yang harus dilakukan secara sistematis, teratur dan tertib, baik mengenai prosedurnya maupun dalam proses berfikir tentang materinya (Nawawi dan Martini dalam Prastowo, 2011).

Metode penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting dalam melakukan suatu penelitian dengan menggunakan suatu metode dalam suatu penelitian maka dapat mendeskripsikan sumber data yang diperlukan sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang timbul dalam suatu penelitian, sehingga didapatkan pemecahan masalah yang tepat. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan berkaitan dengan data-data angka yang tersusun dalam data statistic sebagai dasar analisis (Sugiono, 2011:24).

### 3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Darajat Pass (*waterpark*) selama proses penelitian ini. Populasi tersebut memiliki karakteristik heterogen yang diambil dari pengunjung yang secara kebetulan mengunjungi wisata Darajat Pass (*waterpark*), dan sudah dianggap dapat mewakili populasi dari karakteristik masing-masing. Adapun teknik pengambilan sampel dilakukan dengan 2 cara, yaitu sebagai berikut:

#### a. *Accidental Sampling*

Yaitu teknik pengambilan sampel secara tidak sengaja/kebetulan dengan cara memberikan kuesioner (daftar pertanyaan) kepada wisatawan sebagai responden yang secara kebetulan berkunjung ke Darajat Pass (*waterpark*). Menurut Hartini dan Kusmuwati (2007: 100), sebenarnya tidak ada aturan yang tegas mengenai berapa besarnya anggota sampel yang disyaratkan suatu penelitian. Demikian pula batasannya bahwa sampel itu besar atau kecil. Mutu suatu penelitian tidaklah ditentukan oleh besarnya anggota sampel yang digunakan, sesungguhnya tidak ada anggota sampel yang 100 persen representative, kecuali anggota sampelnya sama dengan anggota populasinya (*total sampling*). Dengan pertimbangan keterbatasan waktu, biaya dan tingkat kesulitan pencarian responden, maka penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

**b. Purposive Sampling**

Yaitu teknik pengambilan sampel yang secara sengaja dilakukan dengan penentuan sampel para informan kunci responden yang ahli dan sangat berkaitan dengan penelitian ini, antara lain wawancara langsung dengan pihak pengelola Darajat Pass (*waterpark*) dan seorang staff manager kawasan wisata tersebut.

### **3.4 Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi obyek pengamatan penelitian, Menurut Hatch & Farhady (1981) dalam Sugiono (2011:38) variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “Variasi” antara suatu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis SWOT dengan pendekatan kuantitatif, pada tahapan pertama peneliti melakukan analisis pasar untuk mencari faktor-faktor yang terkait dalam perkembangan pasar, Untuk lebih jelasnya tentang operasional variabel yang digunakan peneliti dalam tabel 3.1

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	
Pengembangan ("Pengembangan adalah segala kegiatan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan, guna memenuhi kebutuhan wisatawan". Musanef	<i>Product</i> (produk)	Kualitas Produk	
		Keunikan produk	
	<i>Price</i> (Harga)	Harga produk	
		<i>Place</i> (Lokasi/tempat)	Kemudahan dalam mencapai lokasi
			Kedekatan lokasi wisata dengan kawasan wisata serupa
	<i>Promotions</i> (Promosi)	Kesediaan sarana transportasi umum	
		Penyampaian informasi melalui internet	
	<i>People</i> (SDM)	Keramahtamahan petugas	
		Keanekaragaman pengunjung	
	<i>Physical evidence</i> (Kondisi fisik Bangunan)	Fasilitas pendukung yang tersedia (toilet,tempat makan, tempat bilas, mushola	
		sarana dan prasarana yang memadai (tempat parkir)	
	<i>Process</i> (Pelayanan)	Keamanan pengunjung	
		Kebersihan lingkungan	
	Ekonomi	Laju pertumbuhan ekonomi	
	Sosial	Mobilitas penduduk	
Pemerintah	Kebijakan Pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata		
Teknologi	Penerapan teknologi informasi		

Sumber: hasil kajian dari berbagai sumber, penulis (2015)

Dalam penyusunan Staregi Pngembangan berbasis *waterpark* di Darajat Pass Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut tahapan selanjutnya peneliti melakukan analisis SWOT dengan membandingkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman.

1. **Faktor Internal** adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan di destinasi wisata Darajat Pass (*waterpark*). Analisa faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal.
2. **Faktor Eksternal** adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan di obyek destinasi wisata *waterpark*. Analisa eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dilakukan untuk mengetahui posisi daerah dalam berhadapan dengan lingkungan eksternalnya.

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan bentuk numerik atau angka, misalnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Garut tahun 2011-2014, data penilaian ini.

Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu:

- a. **Data primer**, yaitu jenis data yang dikumpulkan secara langsung dilapangan dan berasal dari narasumber yang diperlukan yaitu wisatawan yang berkunjung ke Darajat Pass (*waterpark*) dan pihak pengelola kawasan wisata Darajat Pass (*waterpark*) serta staff manager kawasan tersebut.

Di samping kuisisioner dan wawancara dengan pengelola dan wisatawan, dalam pengumpulan data primer ini juga diperlukan observasi langsung ke obyek wisata dan fasilitas wisata yang ada di Darajat Pass (*waterpark*). Pengumpulan data primer ini dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik wisatawan dikaitkan dengan produk wisata yang ada dan manajemen dalam pengelolaan kawasan wisata Darajat Pass (*waterpark*) kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut.

**b. Data sekunder**, yaitu jenis data yang diperoleh dari beberapa instansi yang berkaitan dengan kepentingan penelitian lain. Data sekunder berupa makalah, jurnal, dan hasil penelitian lain. Data sekunder berupa publikasi dari laporan instansi pemerintah dan lembaga pemerintah seperti Pemerintah daerah Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut dan Pemerintahan Kota Garut, diantaranya berupa gambaran wilayah kawasan wisata di Kota dan Kabupaten Garut, sedangkan dari kawasan wisata Darajat Pass tersebut berupa data tingkat kunjungan dari tahun ke tahun.

### 3.6 Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kamera digunakan untuk mengumpulkan data visual.
2. Pedoman wawancara digunakan sebagai pedoman pertanyaan yang akan diajukan kepada pengelola dan staff di Darajat Pass (*waterpark*).
3. Kuesioner digunakan dalam pengumpulan data untuk mengetahui penilaian responden tentang faktor strategis internal dan eksternal Darajat Pass (*waterpark*).
4. Buku catetan digunakan untuk mencatat hal-hal penting untuk kebutuhan penelitian.
5. Handphone digunakan untuk merekam suara saat wawancara berlangsung.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan, penulis menggunakan teknik penelitian sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan ke daerah atau lokasi penelitian mengenai hal-hal yang berhubungan langsung dengan masalah yang akan dibahas. Dengan observasi ini peneliti secara langsung akan mendapatkan data primer dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada penelitian di Daya

Baginda Syah Ali, 2016

**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS GUNA MENINGKATKAN DAYA TARIK MINAT WISATAWAN DI DARAJAT PASS (WATERPARK) KECAMATAN PASIRWANGI KABUPATEN GARUT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tarik Wisata Darajat Pass (*waterpark*) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut. Alat yang digunakan dalam observasi ini dengan menggunakan lembar observasi yang dirancang berdasarkan data yang ingin diketahui penulis tentang lokasi penelitian daya Tarik wisata tersebut.

## **2. Wawancara**

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan komunikasi dengan sumber data. Komunikasi tersebut dilakukan dengan dialog (tanya jawab) secara lisan, baik langsung maupun tidak langsung. Kegiatan wawancara dilakukan kepada Bapak Moch. Andry selaku pengelola daya tarik wisata Darajat Pass (*waterpark*) dan juga kepada pihak yang dipandang sebagai orang yang lebih tahu tentang keadaan dan juga situasi Daya Tarik Wisata Darajat Pass (*waterpark*) adalah sebagai narasumber.

## **3. Studi Dokumentasi**

Studi dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan alat tertentu untuk mengabadikan suatu gambar atau kejadian yang menyangkut penelitian. Alat yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah menggunakan studi dokumentasi, yaitu mengabadikan keadaan lokasi penelitian ke dalam sebuah gambar dan karya-karya dari seseorang (Sugiyono, 2009). Yang menjadi data dokumentasi dalam penelitian ini adalah membaca dan mempelajari dokumen yang terkait dengan pengembangan fasilitas Daya Tarik Wisata Darajat Pass (*water park*), serta data dan gambar yang ada.

## **4. Angket/kuesioner**

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pernyataan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan (respons) atas menjawab pernyataan-pernyataan yang diajukan. Dalam penelitian kali ini yang menjadi responden adalah wisatawan yang datang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Darajat Pass (*water park*). Penyebaran angket atau kuesioner dilakukan dengan cara memberikan angket kepada setiap wisatawan yang ditemui sampai memenuhi jumlah responden yang telah ditentukan sebelumnya.

Baginda Syah Ali, 2016

**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS GUNA MENINGKATKAN DAYA TARIK MINAT WISATAWAN DI DARAJAT PASS (WATERPARK) KECAMATAN PASIRWANGI KABUPATEN GARUT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**5. Studi Literatur**, yaitu cara pengumpulan data untuk mendapatkan informasi literature mengenai kepariwisataan dan data lain yang berkaitan dengan judul penelitian dengan cara mempelajari buku, jurnal, dan lainnya.

### 3.8 Teknik analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan secara sistematis, kemudian mengolah, menafsirkan, dan memaknai data tersebut, analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada di teliti. Permasalahan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan metode analisis SWOT dengan pendekatan kuantitatif, analisis IFAS (*Internal Factors Analysis summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis summary*) serta analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) untuk merancang strategi pengembangannya, setelah itu dibuat *Positioning* Kuadran SWOT untuk mengetahui posisi potensi Darajat Pass (*waterpark*). Dengan keempat analisis tersebut diharapkan akan dapat memecahkan permasalahan yang akan diteliti.

#### 3.8.1 Analisis Internal dan Analisis Eksternal

##### a. Analisis Internal

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan dipergunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi actor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matriks IFAS. Cara pembuatan matriks IFAS seperti pada Tabel 3.2

**Tabel 3.2**

**Matriks *Internal factor Analysis Summary* (IFAS)**

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
------------------------	-------	--------	------------------------

<b>Kekuatan</b> 1. .... 2. .... 3. .... 4. ....			
<b>Faktor-Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai (bobot x rating)</b>
<b>Kelemahan</b> 1. .... 2. .... 3. .... 4. ....			
<b>Total</b>	<b>1,0</b>		

Sumber: Umar dalam Utama & Mahadewi (2012: 152)

1. Buatlah daftar faktor-faktor internal, yaitu kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*).
2. Lakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan (lihat metode pembobotan perbandingan berpasangan hal: 38), sehingga total bobot sama dengan satu.
3. Memberi peringkat (*rating*) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan, yang memiliki nilai 1 (sangat lemah), 2 (tidak begitu lemah), 3 (cukup lemah), 4 (sangat kuat). Jadi, nilai (*rating*) mengacu pada kondisi perusahaan atau objek wisata (jika yang di SWOT ibjek wisata).
4. Kalikan antara bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.
5. Jumlahnya semua skor untuk mendapatkan skor total bagi objek yang dinilai jika nilainya dibawah 1,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan atau objek adalah lemah, sedangkan nilai uang berada di atas 2,5 menunjukkan bahwa posisi internal kuat

#### b. Analisis Eksternal

Baginda Syah Ali, 2016

**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS GUNA MENINGKATKAN DAYA TARIK MINAT WISATAWAN DI DARAJAT PASS (WATERPARK) KECAMATAN PASIRWANGI KABUPATEN GARUT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang sekiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Dalam analisis ini ada dua faktor lingkungan eksternal, yaitu: faktor lingkungan makro (politik, ekonomi, sosial, dan teknologi) dan lingkungan eksternal mikro (lingkungan usaha, distribusi, infrastruktur, sumber daya manusia). Hal analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Untuk maksud tersebut digunakan matriks EFAS (*External Factor analysis Summary*), seperti pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3**  
**Matriks *External Factor analysis Summary* (EFAS)**

<b>Faktor-Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai (bobot x rating)</b>
<b>Peluang</b> 1. .... 2. .... 3. .... 4. ....			
<b>Faktor-Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai (bobot x rating)</b>
<b>Ancaman</b> 1. .... 2. .... 3. .... 4. ....			
<b>Total</b>	<b>1,0</b>		

Sumber: Umar dalam Utama & Mahadewi (2012: 153)

1. Buatlah daftar faktor-faktor eksternal, yaitu peluang (opportunity) dan ancaman (*threat*).
2. Lakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan (lihat metode pembobotan perbandingan berpasangan hal: 38), sehingga total bobot sama dengan satu.
3. Memberi peringkat (*rating*) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan, yang memiliki nilai 1 (sangat lemah), 2 (tidak begitu lemah), 3 (cukup lemah), 4 (sangat kuat). Jadi, nilai (*rating*) mengacu pada kondisi perusahaan atau objek wisata (jika yang di SWOT objek wisata).
4. Kalikan antara bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.
5. Jumlahnya semua skor untuk mendapatkan skor total bagi objek yang dinilai jika nilainya di bawah 2,5 menandakan bahwa secara eksternal perusahaan atau objek adalah terancam, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang berpeluang besar.

### c. Pembobotan Variabel

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai dari keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus:

$$A_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Dimana :  $A_i$  = jumlah variabel ke-i

$n$  = jumlah variabel

$i$  = 1,2,3,.....,n

$X_i$  = nilai variabel ke-i

Total setiap yang diberikan harus sama dengan 1,0. Pembobotan ini kemudian diterapkan di tempatkan pada kolom kedua matrik IFAS-EFAS. Metode tersebut digunakan untuk memeberikan penilaian setiap faktor penentu eksternal dan internal. *Paired Comparison Scale* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur *relative inmpotence*, pembobotan yang dilakukan menggambarkan relative beberapa objek.

David dalam Ningrum (2010:30) menjabarkan pembobotan setiap variabel ditentukan dengan menggunakan skala 1, 2, dan 3. Skala digunakan untuk pengisian kolom adalah :

- 1 = jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertical
- 2 = jika indikator horizontal sama penting daripada indikator vertical
- 3 = jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertical

**Tabel 3.4 Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal**

<b>Faktor Strategis Internal</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>.....</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>
<b>A</b>						
<b>B</b>						
<b>C</b>						
<b>.....</b>						
<b>Total</b>						

Sumber : David dalam Ningrum (2010:30)

**Tabel 3.5 Penilaian Bobot Faktor Strategis Eksternal**

<b>Faktor Strategis Eksternal</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>.....</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>

Baginda Syah Ali, 2016

**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS GUNA MENINGKATKAN DAYA TARIK MINAT WISATAWAN DI DARAJAT PASS (WATERPARK) KECAMATAN PASIRWANGI KABUPATEN GARUT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<b>A</b>						
<b>B</b>						
<b>C</b>						
.....						
<b>Total</b>						

Sumber : David dalam Ningrum (2010:30)

### 3.8.2 Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan analisis matrik SWOT dapat dirumuskan berbagai kemungkinan strategi dalam pengembangan daya tarik wisata di wisata *waterpark* Darajat Pass. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek dan daya tarik wisata seperti : startegi Strengths Opportunities (SO), Strengths Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO) dan Weaknesses Threats (WT) disajikan dalam Gambar 3.6

**Tabel 3.6**  
**Matriks Analisis SWOT**

<b>IFE</b>	<b>Kekuatan (S) Tentukan faktor Kekuatan Internal</b>	<b>Kelemahan (W) Tentukan faktor Kelemahan Internal</b>
<b>EFE</b>	<b>Strategis SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</b>	<b>Strategi OW: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.</b>
<b>Peluang (O) Tentukan Faktor ancaman Eksternal</b>		

<p style="text-align: center;"><b>Ancaman (T) Tentukan faktor ancaman Eksternal</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi ST: Ciptakan Strategi yang menggunakan Kekuatan untuk mengatasi ancaman</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi TW: ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</b></p>
---	--	--

Sumber : rangkuti (2001) dalam Utama & Mahadewi (2012:155)

Berikut penjelasan untuk matrik SWOT:

1. Strategi SO (*Strengths Opportunities*)

Strategi ini adalah strategi yang dimana kekuatan diubah menjadi peluang. Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan. Jika perusahaan memiliki banyak kelemahan maka perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Sedangkan jika perusahaan menghadapi ancaman, perusahaan harus berusaha menghindari dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada.

2. Strategi ST (*Strengths Threats*)

Melalui Strategi ini perusahaan menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa perusahaan yang tangguh harus selalu mendapatkan ancaman.

3. Strategi WO (*weaknesess Opportunities*)

Strategi bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

### 3.8.3 positioning Kuadran SWOT

Setelah memasukan data kedalam matrik *Internal Factors Analisis Summary* (IFAS) dan *External Factors Analisis Summary* (EFAS) dan memberi bobot dan rating untuk masing-masing point. Tahapan kerja yang selanjutnya dikerjakan oleh peneliti adalah menghitung jumlah skor yang didapat dari kedua matrik tersebut, yang dimana hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui *positioning* suatu wilayah atau kawasan dilihat dari potensi yang ada.

Baginda Syah Ali, 2016

**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS GUNA MENINGKATKAN DAYA TARIK MINAT WISATAWAN DI DARAJAT PASS (WATERPARK) KECAMATAN PASIRWANGI KABUPATEN GARUT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Positioning* yang dimaksudkan disini adalah positioning untuk mengetahui posisi potensi Darajat Pass (*waterpark*) yang dimana posisi ini menentukan letak potensi destinasi wisata *waterpark* di Darajat Pass. Berikut tahapan kerja untuk menentukan *Positioning* Kuadran SWOT.

Setelah sebelumnya membahas matrik IFAS dan EFAS maka dapat diketahui posisi suatu perusahaan yang sesungguhnya. Dari matrik IFAS dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus sebagai berikut:

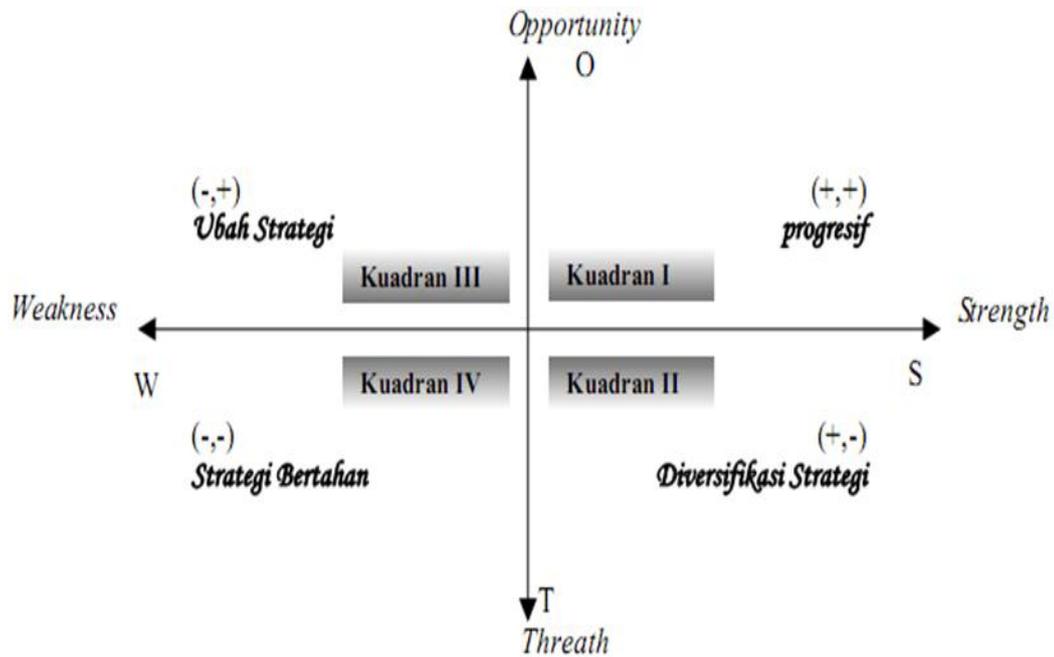
$$X = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

Sedangkan untuk matrik EFE dapat diketahui posisi sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

Berdasarkan matrik IFAS dan EFAS tersebut dapat diketahui posisi sumbu X dan posisi sumbu Y yang dimana menentukan posisi di kuadran SWOT. Dapat dilihat pada Gambar 3.3.

**Gambar 3.3**  
**Kuadran SWOT**



Rumusan setiap kuadran yang secara khusus untuk pariwisata dan beberapa pengertian yang melalui proses adopsi, adaptasi dari penggunaan SWOT untuk perusahaan sehingga diadaptasi dari rumusan sebagai berikut:

1. Kuadran I (Positif,Positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Progresif**, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

2. Kuadran II (Positif,Negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Diversifikasi Strategi**, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karenanya, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktis.

### 3. Kuadran III (negatife,Positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Ubah Strategi, artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

### 4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Strategi Bertahan**, artinya kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.