

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Lokasi Penelitian

Bumi Herbal Dago terletak di Jalan Bukit Pakar Utara, Kampung Negla, Desa Ciburial, Kecamatan Cimenyang, Kabupaten Bandung. Bumi Herbal Dago berada di dekat Dago Pakar atau Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Kondisi alam di sekitar Bumi Herbal Dago masih asri karena letaknya yang cukup jauh dari pemukiman penduduk dan juga berada di dataran tinggi yaitu di ketinggian 1200-1350 mdpl. Berdasarkan kondisi iklim, Bumi Herbal Dago memiliki temperatur rata-rata seperti iklim subtropis sehingga cocok untuk budidaya tanaman. Bumi Herbal Dago terletak di Desa Ciburial yang merupakan sebuah desa yang dikembangkan oleh pihak pemerintah Kabupaten Bandung sebagai salah satu desa wisata.



**Gambar 3.1**

**Denah lokasi Bumi Herbal Dago, Kabupaten Bandung**

## **B. Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antarfenomena yang diamati dan senantiasa menggunakan logika ilmiah (Gunawan, 2013, hlm. 80).

Menurut Creswell (1998) dalam Utama dan Mahadewi (2012, hlm. 119) bahwa pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Menurut Moh. Nazir PH., di dalam bukunya yaitu Metode Penelitian (1999, hlm. 63), “Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.”

Sedangkan tujuannya menurut Muhammad Nazir, di dalam bukunya Metode Penelitian (2003, hlm. 54), “Tujuan dari metode deskriptif yaitu untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.”

## **C. Populasi dan Sampel**

Menurut Wardiyanta (2006, hlm. 19), Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Sedangkan menurut Sugiyono (2011b, hlm.80) bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sementara sampel menurut Sugiyono (2011b, hlm. 81) yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Ida Bagoes Mantra dan Kastro (1989) dalam Wardiyanta (2006, hlm. 20), dengan mengutip pendapat Teken, menyebutkan bahwa suatu metode pengambilan sampel yang ideal mempunyai sifat-sifat berikut :

1. Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti,

2. Dapat menentukan ketepatan hasil penelitian dengan menentukan ketepatan hasil penelitian dengan menentukan penyimpangan baku dan taksiran yang diperoleh,
3. Sederhana sehingga mudah dilaksanakan, dan
4. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya serendah-rendahnya.

Penentuan jumlah sampel yang akan diteliti didalam suatu populasi dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu

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

keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kesalahan dalam pengambilan sampel

Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang datang ke Bumi Herbal Dago berdasarkan data yang diperoleh dari pihak pengelola pada tahun 2014. Jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Bumi Herbal Dago dapat dilihat dari tabel 3.1. berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Data Kunjungan Wisatawan Bumi Herbal Dago Tahun 2014**

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	92 Orang
Februari	195 Orang
Maret	125 Orang
April	120 Orang
Mei	198 Orang
Juni	176 Orang
Juli	50 Orang
Agustus	242 Orang
September	64 Orang
Oktober	200 Orang
November	160 Orang
Desember	162 Orang
<b>Total</b>	<b>1.784 Orang</b>

*Sumber : Data Pengelola, (2015)*

Berikut merupakan jumlah penghitungan sampel berdasarkan jumlah populasi wisatawan di Bumi Herbal Dago pada tahun 2014. Penghitungan ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan atau “e” sebesar 10 %, maka jumlah sampel yang digunakan yaitu :

$$n = \frac{1.784}{1 + 1.784 (10\%)^2}$$

$$= \frac{1.784}{1 + (1.784 \times 0,01)}$$

$$= \frac{1.784}{1 + 17,84}$$

$$= \frac{1.784}{18,84}$$

=94,69 dibulatkan menjadi 95 sampel

#### **D. Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2011b, hlm. 38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel ini digunakan untuk melengkapi data khususnya untuk data pada bagian faktor internal yang meliputi daya tarik wisata dan pengelola. Variabel penelitian dapat dilihat di tabel 3.2. berikut ini :

**Tabel 3.2.**  
**Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>
Komponen Daya Tarik Wisata (Cooper, dkk(1995, hlm. 81, dalam Darsana (2011, hlm. 17)	Atraksi Wisata	- Kondisi iklim - Kondisi pemandangan - Keberagaman tanaman herbal - Kegiatan Eduherbal - Kegiatan sepeda sehat - Kegiatan <i>camping</i>
	Fasilitas	- Pendopo - Kedai sehat - <i>Green house</i> - Tempat peristirahatan (saung) - Toilet - Mushola - Tempat Parkir
	Aksesibilitas	- Kondisi jalan - Kemudahan transportasi - Papan penunjuk arah
	<i>Ancillary</i>	- Kualitas pelayanan - Ketersediaan informasi

*Sumber: Hasil olahan data,( 2015)*

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam melakukan penelitian ini, maka dibutuhkan data-data yang relevan untuk bisa dijadikan sumber penelitian. Maka di dalam pengumpulan data tersebut menggunakan berbagai metode dengan menggunakan data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

#### **1. Data primer**

Menurut Wardiyanta (2006, hlm. 28) bahwa data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yakni yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden. Untuk mengumpulkan data primer, diperlukan penghayatan peneliti terhadap obyek yang diteliti, terutama dan untuk memperoleh informasi yang bersifat kualitatif yang menjadi latar belakang data kuantitatif. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan yaitu dengan cara :

a. Observasi

Menurut Wardiyanta (2006, hlm. 32), metode observasi adalah cara mengumpulkan data berlandaskan pada pengamatan langsung terhadap gejala fisik objek penelitian. Sedangkan menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2011b, hlm. 145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengetahui berbagai macam daya tarik wisata yang dimiliki Bumi Herbal Dago.

b. Wawancara

Menurut Utama dan Mahadewi (2012, hlm. 64) mengemukakan bahwa wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan. Wawancara dilakukan untuk mengetahui pendapat dari pihak pengelola mengenai rencana upaya pengembangan Bumi Herbal Dago. Serta pendapatnya mengenai daya tarik wisata beserta komponen lainnya. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada warga di sekitar Bumi Herbal Dago untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai aktivitas wisata di lingkungan mereka dan mengenai tanggapan mereka mengenai keberadaan Bumi Herbal Dago.

c. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011b, hlm. 142). Dalam penelitian ini, kuisisioner diberikan kepada wisatawan yang datang ataupun pernah berkunjung ke Bumi Herbal Dago. Kuisisioner tersebut berisikan pertanyaan maupun pernyataan mengenai daya tarik wisata dan hal lainnya yang berkaitan dengan kegiatan wisata di Bumi Herbal Dago.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga (Wardiyanta, 2006, hlm. 28). Berikut adalah data sekunder yang digunakan yaitu:

a. Studi literatur

Studi literatur ini berupa data yang berisi informasi dan berkaitan dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Sumber studi literatur ini berasal dari buku, artikel, jurnal dan internet.

b. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan data yang diambil menggunakan perangkat seperti kamera guna memperjelas data.

## F. Teknik Pengolahan Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004a, hlm. 137). Berikut ini merupakan korelasi *product moment* :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah subyek

$x$  = skor suatu butir/item

$y$  = skor total (Arikunto, 2005, hlm. 72 dalam Nurcahyanto, 2013, hlm.1)

Nilai  $r$  kemudian dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{kritis}$ ). Bila  $r_{hitung}$  dari rumus di atas lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir tersebut valid, dan sebaliknya.

Pada penelitian ini yang akan diuji merupakan variabel daya tarik wisata yang didalamnya terdapat beberapa sub variabel yaitu atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas dan *ancillary*. Pengujian validitas dalam penelitian

ini menggunakan SPSS versi 16 dan berikut merupakan hasil pengujian validitas berdasarkan masing-masing pertanyaan :

**Tabel 3.3.**  
**Hasil Uji Validitas**

No.	Pernyataan	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket.
1.	Kemenarikan iklim	0,630	0,378	Valid
2.	Kemenarikan pemandangan	0,612	0,378	Valid
3.	Keberagaman tanaman herbal	0,456	0,378	Valid
4.	Keindahan lokasi	0,676	0,378	Valid
5.	Kegiatan eduheerbal	0,613	0,378	Valid
6.	Kegiatan bersepeda	0,661	0,378	Valid
7.	Lokasi <i>camping</i>	0,687	0,378	Valid
8.	Pendopo	0,582	0,378	Valid
9.	Kedai sehat	0,405	0,378	Valid
10.	<i>Green House</i>	0,487	0,378	Valid
11.	Kenyamanan saung	0,566	0,378	Valid
12.	Kenyamanan toilet	0,687	0,378	Valid
13.	Mushola	0,740	0,378	Valid
14.	Tempat parkir	0,477	0,378	Valid
15.	Kondisi jalan	0,743	0,378	Valid
16.	Kemudahan transportasi umum	0,717	0,378	Valid
17.	Papan penunjuk arah	0,444	0,378	Valid
18.	Pelayanan	0,549	0,378	Valid
19.	Kemudahan informasi	0,641	0,378	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 16, (2015)

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006, hlm.154) bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Berikut ini merupakan rumus koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_1^2} \right]$$

dimana:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen



$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma\sigma_b^2$  = total varians butir

$V_1^2$  = varian total (Arikunto, 1999 hlm. 193 dalam Nurcahyanto, 2013, hlm. 8-9)

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0.60 atau dengan dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  (*Product Moment*) jika nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka dikatakan reliabel atau sebaliknya.

Pada penelitian ini, dengan  $n=20$  dengan tingkat kekeliruan sebesar 10 % maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  (*Product Moment*) sebesar 0,378. Dan berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 16 yaitu :

**Tabel 3.4.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	19

*Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan Menggunakan SPSS Versi 16, (2015)*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, koefisien reliabilitas dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,60 atau lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (*Product Moment*) yaitu 0,378. Dengan begitu variabel daya tarik wisata dinyatakan reliabel.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis kuisisioner dan analisis SWOT.

### 1. Analisis Kuesioner

Penelitian ini menggunakan Skala Likert sebagai pedoman penafsiran. Skala Likert merupakan jenis skala yang mempunyai

Ridha Febriani Dewi, 2015

**PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI BUMI HERBAL DAGO KABUPATEN BANDUNG**

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

realibilitas tinggi dalam mengurutkan manusia berdasarkan intensitas sikap tertentu ( Nasution, 2000, hlm 63).

Skala Likert dalam menafsikan data relatif mudah. Skor yang lebih tinggi menunjukkan sikap yang lebih tinggi taraf atau intensitasnya dibanding dengan skor yang lebih rendah ( Nasution, 2000, hlm. 63 ). Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah angket Skala Likert dengan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu:

**Tabel 3.5**  
**Kategori Skala Likert**

<b>Pernyataan</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju/ Selalu / Sangat Baik	5
Setuju/ Sering / Baik	4
Ragu-ragu/ Kadang-kadang/ Cukup	3
Tidak Setuju/ Hampir Tidak Pernah/ Kurang Baik	2
Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah / Sangat Tidak Baik	1

*Sumber : Sugiyono (2011b)*

Penggolongan kategori tiap indikator dihitung berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan cara mengalihkan besar bobot (nilai) pada kategori tertentu yang telah ditetapkan dengan jumlah responden yang menjawab masing-masing kategori tersebut. Sehingga bobot penilaian dengan menggunakan jarak dapat dihitung melalui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

Jarak = Jarak tertinggi – Jarak terendah

Nilai tertinggi = Total responden x Bobot terbesar

Nilai terendah = Total responden x Bobot terkecil

Interval = Jarak / Banyaknya Kelas

Secara kontinum, garis yang didapat dari skor kuesioner dapat digunakan dari garis kontinum. Berdasarkan jumlah kuesioner yang ada dalam penelitian ini maka Berikut adalah gambar garis kontinum dalam penelitian ini:

A	B	C	D	E
I	II	III	IV	V

**Gambar 3.2 Garis Kontinum**

Keterangan :

A : Sangat tidak setuju/sangat tidak baik

B : Tidak setuju/tidak baik

C : Cukup setuju/cukup baik

D : Setuju/baik

E : Sangat Setuju/sangat baik

Sedangkan keterangan yang ada di bawahnya yaitu:

I : Range kategori sangat tidak setuju/sangat tidak baik

II : Range kategori tidak setuju/tidak baik

III : Range kategori cukup setuju/cukup baik

IV : Range kategori setuju/baik

V : Range kategori sangat setuju/sangat baik

## 2. Analisis Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Tahapan-tahapan dalam membuat matriks IFE yaitu sebagai berikut :

- a. Buatlah daftar faktor-faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).
- b. Lakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan (*Paired Comparison*), sehingga total bobot sama dengan 1 (satu). Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan skala 1, 2, dan 3, dimana arti nilai tersebut sebagai berikut :
  - 1 = Jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal
  - 2 = Jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal
  - 3 = Jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

Bobot dari setiap faktor dengan menentukan proporsi nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus berikut :

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

Keterangan :

$a_i$  = bobot faktor ke-i

$X_i$  = nilai faktor ke-i

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

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.6

**Tabel 3.6.**  
**Pembobotan Matrik IFE “Paired Comparison”**

Faktor penentu Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

(Sumber: David, 2004 hlm.131)

- c. Memberikan peringkat (*rating*) antara 1 sampai 4 bagi masing masing faktor kekuatan dan kelemahan. Nilai rating mengacu pada kondisi perusahaan atau objek wisata.
  - 1 = sangat lemah
  - 2 = tidak begitu lemah
  - 3 = cukup kuat
  - 4 = sangat kuat
- d. Kalikan antara bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya
- e. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi objek yang dinilai jika nilainya di bawah 1,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan atau objek adalah lemah, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

**Tabel 3.7**  
**Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) pembobotan**  
**menggunakan metode perbandingan berpasangan (*Paired***  
***Comparison*)**

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
Kekuatan			
1) .....	.....	.....	.....
2) .....	.....	.....	.....
3) .....	.....	.....	.....
4) .....	.....	.....	.....
Kelemahan			
1) .....	.....	.....	.....
2) .....	.....	.....	.....
3) .....	.....	.....	.....
4) .....	.....	.....	.....
Total	1,00		

(Sumber : Umar (2002) dalam Utama dan Mahadewi (2012, hlm. 152)

### 3. Analisis Matriks *External Factor Evaluation*(EFE)

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Faktor eksternal ini meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Tahapan-tahapan membuat matriks EFE yaitu :

- a. Buatlah daftar faktor-faktor internal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).
- b. Lakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan (*Paired Comparison*), sehingga total bobot sama dengan 1 (satu). Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan skala 1, 2, dan 3, dimana arti nilai tersebut sebagai berikut :

1 = Jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal

2 = Jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal

3 = Jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

Bobot dari setiap faktor dengan menentukan proporsi nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus berikut :

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

Keterangan :

$a_i$  = bobot faktor ke- $i$

$X_i$  = nilai faktor ke- $i$

$i = 1, 2, \dots, n$

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada Tabel 3. 9 berikut ini :

**Tabel 3.8.**  
**Pembobotan Matrik EFE “Paired Comparison”**

Faktor penentu Eksternal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

(Sumber: David, 2004 hlm.131)

- c. Memberikan peringkat (*rating*) antara 1 sampai 4 bagi masing masing faktor kekuatan dan kelemahan. Nilai rating mengacu pada kondisi perusahaan atau objek wisata.
  - 1 = tidak berpeluang
  - 2 = tidak begitu berpeluang
  - 3 = cukup berpeluang
  - 4 = sangat berpeluang
- d. Kalikan antara bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya
- e. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi objek yang dinilai jika nilainya di bawah 1,5 menandakan bahwa secara eksternal perusahaan atau objek adalah terancam, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang berpeluang.

**Tabel 3.9.**  
**Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) pembobotan**  
**menggunakan metode perbandingan berpasangan (*Paired***  
***Comparison*)**

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
<b>Peluang</b>			
1) .....	.....	.....	.....
2) .....	.....	.....	.....
3) .....	.....	.....	.....
4) .....	.....	.....	.....
<b>Ancaman</b>			
1) .....	.....	.....	.....
2) .....	.....	.....	.....
3) .....	.....	.....	.....
4) .....	.....	.....	.....
<b>Total</b>	1,00		

(Sumber : Umar (2002) dalam Utama dan Mahadewi (2012, hlm. 153)

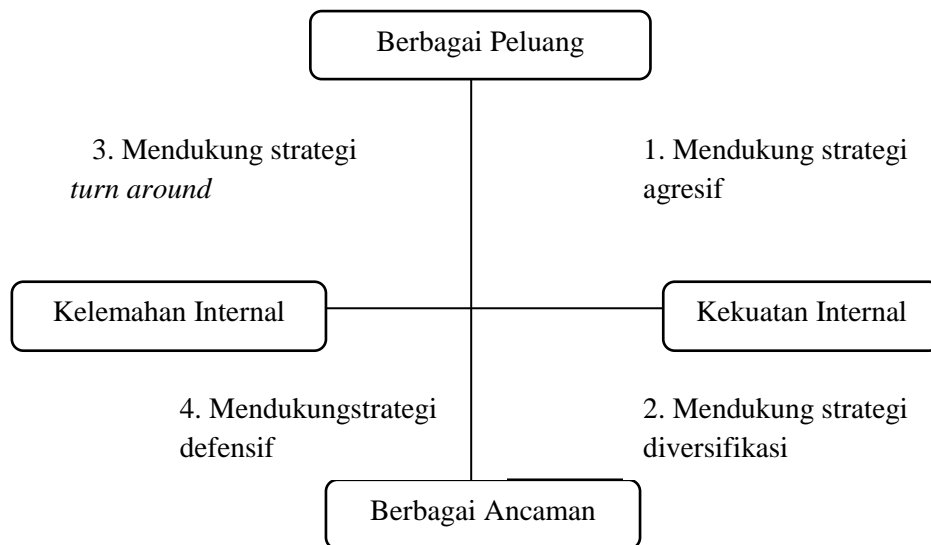
#### 4. Positioning

Setelah memasukkan data kedalam matrik *Eksternal Factors Evaluation* (EFE) dan *Internal Factors Evaluation* (IFE) dan memberi bobot dan rating untuk masing-masing poin. Tahapan kerja yang selanjutnya adalah menghitung jumlah skor yang didapat dari kedua matrik tersebut, yang dimana hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui titik koordinat dari penentuan *positioning* suatu wilayah atau kawasan dilihat dari potensi yang ada. *Positioning* yang dimaksud di sini adalah *positioning* untuk mengetahui posisi potensi Bumi Herbal Dago. Berikut tahapan kerja untuk menentukan *positioning* kuadran SWOT. Setelah sebelumnya membahas matrik IFE dan EFE maka dapat diketahui posisi suatu perusahaan yang sesungguhnya. Dari matrik IFE 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 :

$$Y = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman}$$



**Gambar 3.3. Kuadran *Positioning* Faktor Internal dan Eksternal**

(Sumber: Rangkuti, 2014, hlm.20)

Keterangan (Rangkuti, 2014, hlm. 21) :

1. Kuadran I (Positif, Positif)

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

2. Kuadran II (Positif, Negatif)

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

3. Kuadran III (Negatif, Positif)

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG Matrix. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.



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

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

### 5. Analisis matriks SWOT

Analisis SWOT atau TOWS adalah alat analisis yang umumnya digunakan untuk merumuskan strategi atas identifikasi berbagai faktor secara strategis berdasarkan intuisi (pemahaman dan pengetahuan) *expert* terhadap suatu objek. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan atau dianggap perusahaan (Utama dan Mahadewi, 2012, hlm. 150)

Tahapan perumusan strategi alternatif melalui matriks SWOT sebagai berikut :

- a. Letakkan daftar kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman di sel masing-masing pada matriks SWOT.
- b. Interpretasikan dari kombinasikan kekuatan-kekuatan dan peluang-peluang kemudian catat hasilnya dalam sel strategi SO (*Strengths-Opportunities*)
- c. Interpretasikan dari kombinasikan kekuatan-kekuatan dan peluang-peluang kemudian catat hasilnya dalam sel strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)
- d. Interpretasikan dari kombinasikan kekuatan-kekuatan dan peluang-peluang kemudian catat hasilnya dalam sel strategi ST (*Strengths-Threats*)
- e. Interpretasikan dari kombinasikan kekuatan-kekuatan dan peluang-peluang kemudian catat hasilnya dalam sel strategi WT (*Weaknesses-Threats*).

**Tabel 3.10.**  
**Matriks SWOT**

IFE EFE	Kekuatan (S) Temukan faktor kekuatan internal	Kelemahan (W) Temukan faktor kelemahan internal
Peluang (O) Temukan faktor peluang eksternal	Strategi SO : Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Ancaman (T) Temukan faktor ancaman eksternal	Strategi ST : Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi TW: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber : Utama dan Mahadewi, 2012, hlm. 155)

Penjelasan :

a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran obyek yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.