

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil penelitian di kawasan wisata Situ Ciburuy yang terletak di Jln. Raya Bandung-Jakarta, Desa Ciburuy, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Lokasi Situ Ciburuy juga tidak terlalu jauh dari Kota Bandung, sekitar 22 km.

2. Metode Penelitian

Menurut Nasir (1988:51) Metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Peneliti melakukan penelitian ini menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Studi deskriptif bertujuan untuk mengungkapkan fenomena, variabel dan permasalahan yang terjadi saat penelitian secara faktual. Sedangkan Sugiyono (2011:15), menyimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

3. Subjek Populasi/Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013, hlm. 117).

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, namun Spradley (dalam Sugiyono, 2013, hlm. 297) menyebutnya sebagai “*social situation*” atau situasi sosial, yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis.

Tempat dalam penelitian ini adalah Situ Ciburuy. Pelaku dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar situ Ciburuy, tokoh masyarakat yang memahami dengan baik mengenai perkembangan Situ Ciburuy. Kegiatan yang berinteraksi secara sinergis pada penelitian ini adalah kegiatan yang terkait dengan atraksi wisata yang ada di kawasan wisata situ Ciburuy, hasil penelitian tidak akan digeneralisasikan ke populasi, karena pengambilan sampel tidak dilakukan secara random/acak.

Sampel menurut Sugiyono (2013, hlm. 118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013, hlm. 122). Sementara *purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013, hlm. 124).

Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih adalah para wisatawan dan tokoh-tokoh yang benar-benar memahami mengenai situ Ciburuy yang kemudian akan dilakukan wawancara terhadap sampel tersebut. Meskipun disebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif sampel yang digunakan adalah *nonprobability purposive sampling*, namun dalam penelitian ini penulis juga menggunakan *accidental sampling* untuk mendapatkan sampel dari wisatawan yang berkunjung ke Situ Ciburuy. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kenyataan bahwa responden kebetulan muncul saat peneliti sedang melakukan penelitian.

4. Instrumen Penelitian

Pada sebuah penelitian dibutuhkan instrumen atau alat bantu yang digunakan untuk memudahkan kegiatan penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Daftar *checklist* lapangan, merupakan daftar yang dibuat dan digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses observasi yang akan dilakukan Situ Ciburuy.
2. Pedoman Wawancara, merupakan serangkaian pertanyaan yang akan ditanyakan langsung kepada pihak-pihak terkait untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini.
3. Kuesioner, merupakan daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada wisatawan sebagai responden, untuk kemudian diisi oleh responden tersebut.

5. Variabel Operasional Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu bentuk yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

| No | Variabel | Sub Variabel | Indikator | Sumber Data |
|----|---------------------------------|--------------|--|--------------------------|
| 1. | Pengembangan Atraksi Wisata Air | Pengembangan | fungsi air di situ Ciburuy | Data Primer |
| | | | fasilitas pendukung wisata. | Data Primer dan Sekunder |
| | | | Atraksi yang di tawarkan kepada calon pengunjung | Data Primer dan Sekunder |
| | | | Kondisi lingkungan seperti persampahan, | Data Primer dan |

| | | | | |
|--|--|----------------|---|--------------------------------|
| | | | dan kualitas air. | Sekunder |
| | | | publikasi dan promosi. | Data Primer dan Sekunder |
| | | Atraksi Wisata | Memiliki lahan yang sesuai untuk atraksi wisata. | Data Primer dan Sekunder |
| | | | Memiliki prasarana dan fasilitas yang memadai. | Data Sekunder |
| | | | Memiliki sumberdaya manusia yang berpotensi di bidang wisata air. | Data Primer |
| | | | Mampu mendukung upaya konservasi dan pelestarian alam. | Data Primer dan Sekunder |

Sumber: Diolah Peneliti

6. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses penting dalam sebuah penelitian. Analisis data digunakan untuk memproses data yang telah ditemukan oleh peneliti sehingga data tersebut bisa menjadi sebuah kesimpulan yang dapat diterima secara faktual. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2012).

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti membagi dua proses analisis data dalam melakukan penelitian ini. pertama yaitu Analisis Sebelum di Lapangan dan Analisis Data di Lapangan.

a. Analisis Sebelum di Lapangan

Analisis ini dilakukan terhadap hasil studi pendahuluan atau data sekunder, namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang saat peneliti terjun ke lapangan dengan melakukan Observasi.

b. Analisis Data di Lapangan

Analisis yang digunakan oleh peneliti adalah model Miles dan Huberman, dimana analisis ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga menghasilkan data yang jenuh. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2012) menjelaskan Aktifitas dalam analisis ini ada 3 yaitu

c. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh di rangkum, lalu di pilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila perlu.

d. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *Flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

e. *Conclusion/ Verification*

Langkah selanjutnya adalah pengambilan kesimpulan dan verivikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan

berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

7. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan kita dalam memasarkan *event* kita. Analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu:

S = *Strength*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini.

W = *Weakness*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini.

O = *Opportunity*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi atau program di masa depan.

T = *Threat*, adalah situasi yang merupakan ancaman bagi organisasi atau program yang datang dari luar organisasi atau program, dan dapat mengancam eksistensi organisasi atau program di masa depan.

Terdapat dua model matriks pengumpulan data, yaitu matriks faktor strategi eksternal dan matriks faktor strategi internal. Matriks faktor strategi eksternal biasa disebut EFE (*External Factors Evaluation*) dan matriks faktor strategi internal biasa disebut IFE (*Internal Factors Evaluation*).

1. Matriks EFE (*External Factors Evaluation*)

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisa hal-hal yang menyangkut persoalan eksternal relevan perusahaan. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan. Berikut ini tahapan kerja Matriks EFE:

- 1) Buatlah daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha untuk aspek eksternal yang mencakup peluang dan ancaman bagi perusahaan.
- 2) Tentukan bobot dari faktor-faktor tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus bernilai satu (1). Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan tehnik "*Paired Comparison*". Seperti contoh tabel 3.2 dibawah ini :
- 3) Berikan bobot menggunakan skala 1 sampai 3 dimana:
 - 1= Kurang
 - 2= Rata-rata
 - 3= Baik

Bobot setiap faktor menentukan proporsi setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor. Contoh tabel pembobotan matriks EFE dapat dilihat pada contoh tabel 3.2.

Tabel 3.2
Pembobotan Matriks EFE

| | A | B | C | Total |
|---|---|---|---|--------|
| A | | | | |
| B | | | | |
| C | | | | |
| | | | | Jumlah |

Sumber: Fred R. David, 2009

- 4) Tentukan rating setiap faktor-faktor tadi antara 1 – 4, dimana :
 - 1= dibawah rata-rata
 - 2= rata-rata
 - 3= diatas rata-rata
 - 4= sangat bagus
- 5) Kalikan nilai bobot dengan nilai *rating*-nya untuk mendapatkan skor semua faktor-faktor tadi.
- 6) Jumlahkan skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Skor total 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon dengan cara yang luar biasa pada peluang-peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Sementara itu, skor total sebesar 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang yang ada atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal. Contoh tabel Matriks EFE dapat dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3.3
Matriks EFE

| <i>Key External Factors</i> | Bobot | <i>Rating</i> | Skor |
|-----------------------------|-------|---------------|------|
| Peluang | | | |
| Ancaman | | | |
| Total 1,00 | | | |

Sumber: Fred R. David, 2009

2. Matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan. Berikut ini tahapan kerja matriks IFE:

- 1) Buatlah daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada

kesuksesan atau kegagalan usaha untuk aspek internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan.

- 2) Tentukan bobot dari faktor-faktor tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1. Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan tehnik “*Paired Comparison*”.
- 3) Berikan bobot menggunakan skala 1 sampai 3 dimana:
 - 1 = Kurang
 - 2 = Rata-rata
 - 3 = Baik

Bobot setiap faktor menentukan proporsi setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor. Contoh tabel pembobotan matriks IFE dapat dilihat pada contoh tabel 3.4.

Tabel 3.4
Pembobotan Matriks IFE

| | A | B | C | Total |
|---|---|---|---|--------|
| A | | | | |
| B | | | | |
| C | | | | |
| | | | | Jumlah |

Sumber: Fred R. David, 2009

- 4) Beri (*rating* nilai) 1 sampai 4 masing-masing faktor yang memiliki nilai :
 - 1 = dibawah rata-rata
 - 2 = rata-rata
 - 3 = diatas rata-rata
 - 4 = sangat bagus
- 5) Kalikan antara bobot dengan *rating* dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.

- 6) Jumlahkan skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan adalah lemah, sedangkan apabila nilainya diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Seperti halnya pada matriks EFE, matriks IFE terdiri dari cukup banyak faktor. Jumlah faktor-faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena ia selalu berjumlah 1,0. Contoh tabel Matriks IFE dapat dilihat pada tabel 3.5.

Tabel 3.5
Matriks IFE

| <i>Key Internal Factors</i> | Bobot | <i>Rating</i> | Skor |
|-----------------------------|-------|---------------|------|
| Peluang | | | |
| Ancaman | | | |
| Total 1,00 | | | |

Sumber: Fred R. David, 2009

3. *Positioning* Kuadran SWOT

Setelah sebelumnya dibahas mengenai matriks IFE dan EFE, dari matriks IFE dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus sebagai berikut:

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

Sedangkan dari matriks EFE, dapat diketahui posisi sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

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

Berdasarkan matriks IFE dan EFE tersebut dapat diketahui posisi sumbu X dan posisi sumbu Y yang menentukan posisi di kuadran SWOT dapat dilihat pada gambar 3.1



Gambar 3.1 Posisi dalam Kuadran SWOT

Sumber: Pearce dan Robinson, 1998

a. 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.

b. Kuadran II (positif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang 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 taktisnya.

- c. Kuadran III (negatif, 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.
- d. 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.

4. Matriks TOWS / SWOT

Matriks TOWS / SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini memiliki 4 buah strategi, yaitu:

- a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)
Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk dapat menarik keuntungan dari peluang eksternal. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan. Tatkala sebuah organisasi dihadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

b. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

c. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkaran eksternal.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Untuk lebih jelas, berikut ini adalah delapan tahap penentuan strategi yang dibangun melalui matriks TOWS / SWOT. Tahapan yang dimaksud adalah:

1. Buat daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan, masukkan ke dalam tabel EFE (*External Factors Evaluation*)
2. Buat daftar kekuatan dan kelemahan kunci internal perusahaan, masukkan ke dalam tabel IFE (*Internal Factors Evaluation*)
3. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.
4. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WO.
5. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi ST.
6. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WT.

Agar lebih jelas, contoh matriks analisis TOWS / SWOT dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6
Matriks Analisis SWOT

| | | |
|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| IFE → | Strength (Kekuatan) | Weakness (Kelemahan) |
| EFE ↓ | <i>S – O Strategy</i> | <i>W – O Strategy</i> |
| Oppurtunity (Peluang) | <i>S – O Strategy</i> | <i>W – O Strategy</i> |
| Threat (Ancaman) | <i>S – T Strategy</i> | <i>W – T Strategy</i> |

Sumber: Fred R. David, 2009