

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Alam Wisata Cimahi terletak di Jl. Kolonel Masturi Km. 14 No. 157 – Cimahi yang terletak sekitar 4 km dari pusat kota Cimahi dan berada di antara Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Alam Wisata Cimahi didirikan oleh CV. Kebun Tani Anugrah. Pada tanggal 18 Oktober 2009, Alam Wisata Cimahi telah diresmikan oleh Walikota Cimahi pada saat itu yaitu Ir. HM. Itoc Tochija, MM.

B. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola) (Sugiyono, 2011; 7). Metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dan pada generalisasi.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Sementara, sampel adalah bagian dari populasi (Nazir, 1999). Maka, sampel adalah suatu bagian dari populasi yang dianggap mampu mewakili populasi yang akan diteliti.

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena metode penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang sedang dipelajari. Pada metode penelitian kualitatif,

sampel dinamakan narasumber atau partisipan dan juga informan.

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2000:97). Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Yang akan menjadi informan narasumber dalam penelitian ini adalah Bapak Mamen sebagai Manajer HRD sekaligus Manajer Operasional, dan penguji sebanyak 4 orang.

D. Operasionalisasi Variabel

Menurut Margono (1997) variabel merupakan konsep yang mempunyai nilai variabel, variabel juga diartikan sebagai pengelompokan yang logis dari dua atribut atau lebih. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2015, hlm. 38)

Dalam penelitian ini, variabel yang dimaksud yaitu pengelolaan aktivitas wisata di Alam Wisata Cimahi, sementara formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi menjadi sub-variabelnya. Berikut tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub-Variabel
<p>1. Faktor Internal (Hunger dan Wheelen, 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kekuatan (<i>Strenght</i>)` <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah Sumber Daya Manusia 2. Usia Produktif Sumber Daya Manusia 3. Kondisi Alam Yang Masih Asri 4. Budaya Gotong Royong Dan Pemberian Imbalan - Kelemahan (<i>Weakness</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Latar Belakang Sumber Daya Manusia 2. Pemasaran Melalui Website 3. Uang Yang Dianggarkan Untuk Kebutuhan Wisata dan Pemasaran 4. Pemahaman Mengenai Visi dan Misi Perusahaan
<p>2. Faktor Eksternal (Hunger dan Wheelen, 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Peluang (<i>Opportunity</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Tren Wisata Alam 2. Kemudahan Aksesibilitas 3. Kebutuhan Berwisata - Ancaman (<i>Threat</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetitor Kawasan Wisata Berbasis Alam 2. Kebijakan Stakeholder Mengenai Finansial 3. Jumlah Segmen Pengunjung 4. Akses Rawan Longsor

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk mewawancarai satu orang pengelola dan dua orang wisatawan dari Alam Wisata Cimahi.

b. *Camera Digital*

Camera digital digunakan untuk mendokumentasikan data-data yang ada di Alam Wisata Cimahi.

c. *Handphone*

Handphone digunakan untuk merekam wawancara antara pengelola dan wisatawan dengan penulis.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu:

a. Observasi Lapangan

Melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian dan mengumpulkan data-data relevan dengan judul penelitian secara langsung dan mengamati kondisi yang ada di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data dengan menanyakan pertanyaan mengenai penelitian ini kepada pihak-pihak yang terkait. Dalam hal ini, yang menjadi narasumber adalah pihak pengelola dari Alam Wisata Cimahi, dan wisatawan dari Alam Wisata Cimahi.

c. Studi Literature

Studi literature yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku, artikel, jurnal, dan informasi lainnya yang berhubungan dengan pengelolaan aktivitas dan wisata alam.

d. Pencarian data di internet

Dilakukan untuk mempermudah penyusun memperoleh data yang dibutuhkan tanpa dibatasi oleh waktu dan jarak. Data diambil dari *website* dan *blog* yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penyusun.

e. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mendokumentasikan berbagai data yang relevan dengan penelitian ini.

G. Teknik Analisis Data

Pengertian dasar analisis adalah melakukan *decomposition*, maksudnya adalah menguraikan sesuatu ke dalam bagian yang membentuk sesuatu (Bahdin dan Ardial, 2005: 43). Analisis data yang dipakai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Analisis Sebelum di Lapangan

Analisis ini dilakukan dari hasil studi pendahuluan dan data sekunder yang didapatkan, dan akan dikembangkan saat peneliti melakukan observasi langsung di lapangan.

2. Analisis Data di Lapangan

Analisis ini dilakukan secara langsung dan interaktif sampai mendapatkan data yang jenuh. Dalam Sugiyono (2013: 337), Miles dan Huberman menjelaskan bahwa aktifitas dalam analisis ini ada 3 yaitu :

a. Reduksi Data

Data yang telah diperoleh lalu dirangkum dan di pilih hal-hal pokoknya dengan fokus pada hal-hal penting lalu dicari tema dan pola nya. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian Data

Langkah selanjutnya setelah reduksi data adalah menyajikan data yang bisa disajikan dengan bentuk uraian yang singkat, bagan, *flowchart*, dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pemahaman dengan apa yang terjadi dan merencanakan proses kerja

selanjutnya.

c. Pengambilan Kesimpulan dan Verivikasi

Langkah ini adalah untuk mengambil kesimpulan dan verivikasi yang akan menghasilkan kesimpulan awal yang bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi jika sudah didukung oleh bukti-bukti yang valid maka kesimpulan akan bersifat kredibel.

3. Teknik SWOT

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threatment) yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan atau peluang, dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan lebih banyak terjadi di lingkungan dalam (internal), sedangkan kesempatan dan ancaman banyak terjadi di luar lingkungan (eksternal).

Analisis SWOT dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan otensi dan kesempatan, dan juga meminimalisasi kendala dan ancaman.

Analisis SWOT akan menghasilkan beberapa strategi antara lain:

- 1) Strategi SO, digunakan untuk menarik keuntungan dari peluang yang ada di lingkungan eksternal.
- 2) Strategi WO, digunakan untuk meminimalisir dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal.
- 3) Strategi ST, digunakan untuk meminimalisir dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal.
- 4) Strategi WT, digunakan untuk memperkuat kekuatan internal dan meminimalisir kelemahan, juga mengurangi tantangan eksternal.

4. Matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal dari Alam Wisata Cimahi yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting.

Berikut ini adalah 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 teknik “*Paired Comparison*”.
3. Berikan bobot menggunakan skala 1 sampai 3
 - 1 = Kurang
 - 2 = Rata-rata
 - 3 = Baik

Bobot setiap faktor menentukan proporsi setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan cara :

$$\frac{\text{Total}}{\text{Jumlah Keseluruhan}} \times 100\%$$

Contoh tabel pembobotan matriks IFE dapat dilihat pada contoh tabel dibawah ini :

Pembobotan Matriks IFE

	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

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.
 (Freddy Rangkuti, 2006)
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 table dibawah ini.

Matriks IFE

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

(Sumber :Diktat Kuliah Strategi Pengembangan& Pengelolaan, 2009)

5. Matriks EFE (*External Factors Evaluation*)

Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal dari Alam Wisata Cimahi. Data yang dikumpulkan adalah data eksternal, yang digunakan untuk menganalisa hal-hal yang menyangkut persoalan eksternal yang relevan di perusahaan.

Berikut ini adalah 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 dibawah ini :
- 3) Berikan bobot menggunakan skala 1 sampai 3
 - 1 = Kurang
 - 2 = Rata-rata
 - 3 = Baik

Bobot setiap faktor menentukan proporsi setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan cara :

$$\frac{\text{Total}}{\text{Jumlah Keseluruhan}} \times 100\%$$

Contoh tabel pembobotan matriks EFE dapat dilihat pada contoh tabel dibawah ini :

Pembobotan Matriks EFE

	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

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

(Freddy Rangkuti, 2006)

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 berikut.

Matriks EFE

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

(Sumber :Diktat Kuliah Strategi Pengembangan& Pengelolaan, 2009)

6. Positioning Kuadran SWOT

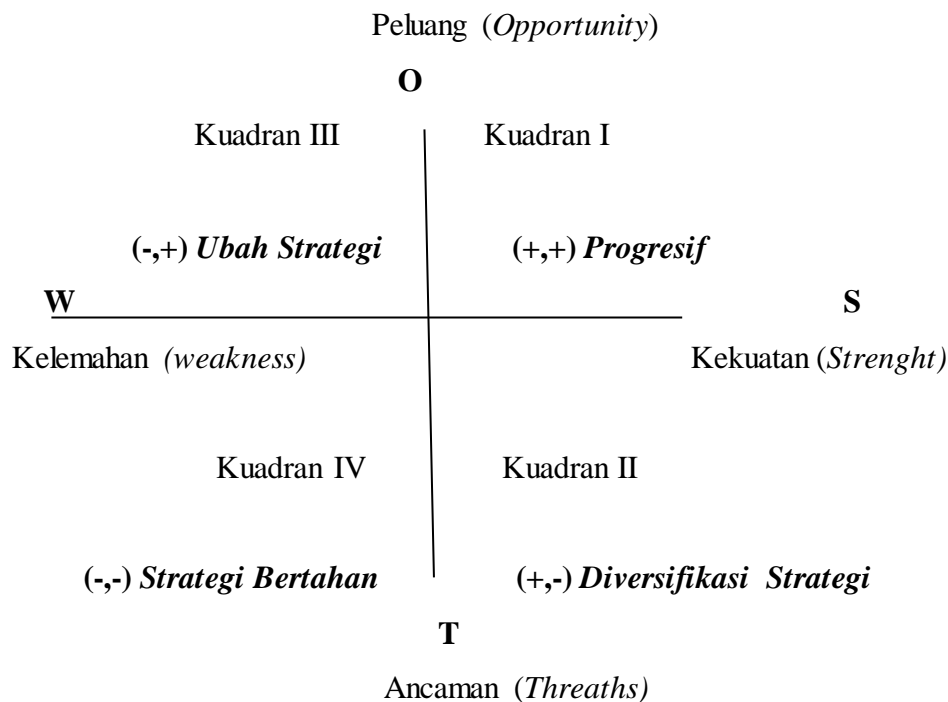
Dari matriks IFE dapat diketahui posisi sumbu X dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

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

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

Berdasarkan dari matriks IFE dan EFE tersebut, maka dapat diketahui posisi dari sumbu X dan Y yang menentukan posisi di kuadran SWOT, yang dapat dilihat dari gambar berikut.



Sumber: Freddy Rangkuti, 2004

a. Kuadran I (positif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang besar. Maka, rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, yaitu sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan yang maksimal karena kondisi organisasinya prima.

b. Kuadran II (positif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun mempunyai tantangan yang besar. Maka, rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi, yaitu organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya karena dalam kondisi yang baik namun akan kesulitan untuk berkembang jika hanya bertumpu pada strategi sebelumnya.

c. Kuadran III (negative, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun mempunyai peluang yang besar. Maka, rekomendasi strategi yang diberikan adalah

mengubah strategi sebelumnya. Karena, jika tetap menggunakan strategi yang lama maka akan dikhawatirkan sulit untuk mendapatkan peluang.

d. Kuadran IV (negatif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan mempunyai tantangan yang besar. Maka, rekomendasi yang diberikan adalah strategi bertahan, yaitu mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin buruk. Strategi ini dilakukan sambil terus berupaya membenahi diri.

7. Model Matriks Analisis SWOT

Setelah melakukan *positioning* kuadran SWOT, maka dapat dilakukan pembuatan strategi berdasarkan *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman) dengan cara saling silang yang akan menghasilkan *S-O strategy*, *W-O strategy*, *S-T strategy*, dan *W-T strategy*.

Berikut ini adalah contoh model matriks analisis SWOT:

	IFE	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
EFE	<i>Opportunity</i> (Peluang)	<i>S – O Strategy</i>	<i>W – O Strategy</i>
	<i>Threat</i> (Ancaman)	<i>S – T Strategy</i>	<i>W – T Strategy</i>

Sumber: Fred S. David (2009)