BAB 3

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

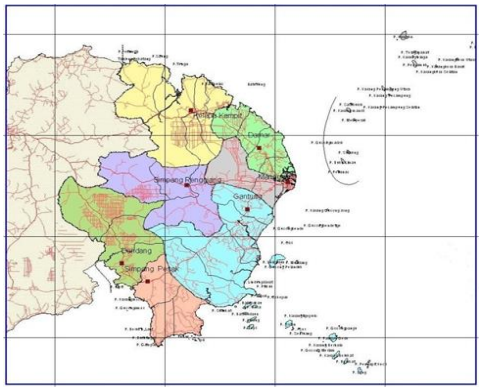
3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah mengidentifikasi aspek gastronomi tradisi makan bedulang dan menganalisis pengaruh persepsi wisatawan terhadap wisata gastronomi serta menganalisis strategi pengembangan wisata gastronomi di Kabupaten Belitung Timur. Adapun sebagai variabel bebas *(independent variable),* X adalah faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan meliputi X1 faktor internal yaitu kondisi ekonomi dan wawasan pengetahuan. X2 faktor eksternal yaitu daya tarik dan promosi . Variabel terikat *(dependent variable)* Y adalah aspek–aspek persepsi wisatawan yang meliputi aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Pada penelitian ini, subjek yang dijadikan responden adalah wisatawan yang sudah pernah atau sedang berkunjung di Kabupaten Belitung Timur dan komponen salapan cinyusu.

3.1.1 Kabupaten Belitung Timur

3.1.1.1 Kondisi Geografis Kabupaten Belitung Timur

Kabupaten Belitung Timur secara geografis berada pada 02° 30’ - 03° 15’ lintang selatan dan 107° 45’ - 108° 18’ bujur timur. Kabupaten Belitung Timur terletak di Pulau Belitong, tepatnya bagian sebelah timur Pulau Belitong dan merupakan bagian dari Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Batas-batas wilayah Kabupaten Belitung Timur antara lain adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 Peta Geografis Belitung Timur

Sumber : Laporan kinerja Belitung Timur 2018

sebelah Utara berbatasan dengan Laut Natuna,

di sebelah Selatan berbatasan dengan Laut Jawa,

di sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Belitung dan

di sebelah Timur berbatasan dengan Selat Karimata.

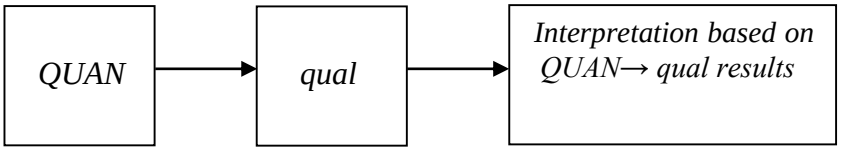
Peneliti melakukan penelitian pada salah satu destinasi wisata yaitu Tebat Rasau yang terletak di Kecamatan Simpang Renggiang Kabupaten Belitung Timur. Destinasi wisata tersebut dipilih karena memiliki berbagai aspek pendukung seperti tradisi makan bedulang yang masih terjaga keasliannya dan kemudahan akses serta rekomendasi dari pemerintahan setempat karena dinilai mewakili tradisi makan bedulang di Belitung Timur.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *mixed methods* yaitu menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif (Sugiyono, 2012) *Mixed methods* bertujuan pada pengumpulan, penganalisisan, dan pencampuran data kuantitatif dan kualitatif dalam suatu penelitian tunggal atau lanjutan. Maksud dari metode ini pada dasarnya ialah bahwa penggunaan metode kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian dapat memberikan pemahaman atau jawaban dari masalah penelitian secara lebih baik dibandingkan dengan penggunaan salah satunya.

Pembagian tipe dalam penelitian *mixed methods* dapat dibagi menjadi empat, yakni; tipe *embedded, explanatory, exploratory,* dan *triangulation* (Cresswell, 2007: 62 – 79) dalam (Sugiyono, 2012) membagi penelitian kombinasi atau *mixed methods* menjadi dua model utama yakni model *sequential* (urutan) dan model *concurrent* (campuran). Model *sequential* (urutan) dibagi menjadi dua yakni *sequential explanatory* (pembuktian) dan *sequential experiment* (penemuan). Model *concurrent* (campuran) dibagi menjadi dua yakni model *concurrent triangulation* (campuran kuantitatif dan kualitatif secara berimbang) dan model *concurrent embedded* (campuran penguatan atau metode kedua memperkuat metode pertama).

Berdasarkan pembagian tipe penelitian *mixed methods*, penulis memilih menggunakan desain tipe *exploratory* yang termasuk ke dalam model *sequential* (urutan). Desain tipe ini merupakan desain penelitian *mixed methods* yang dilakukan dengan cara melaksanakan penelitian kuantitatif terlebih dahulu baru kemudian dilanjutkan dengan penelitian kualitatif. Penggabungan metode ini bersifat menyambung antara penelitian pertama yaitu kuantitatif dan penelitian selanjutnya yaitu kualitatif. Desain penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.



Gambar 3.2 ***Desain Tipe Explanatory : Follow-up Explanations model***

Penelitian ini, analisis data yang digunakan penulis yaitu uji hipotesis dan analisis SWOT yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang intuisi, sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah dan statistik deskriptif (Sugiyono, 2012). Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 80) pengertian populasi adalah keseluruhan wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung di Kabupaten Belitung Timur.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013: 81) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut atau lebih singkatnya sampel adalah bagian atau cuplikan dari populasi. Penentuan pengambilan sampel pada penelitian kualitatif menggunakan metode *non probability sampling*, metode ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama menjadi responden, hal ini diperkuat pula dengan pernyataan yang mengatakan bahwa pengambilan sampel menggunakan metode *non probability*, semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013: 84). Sedangkan, untuk mengetahui ukuran sampel pada penelitian kuantitatif dari populasi dengan menggunakan *Insidental sampling* yang artinya sampel ditentukan atas dasar kebutuhan dan dipilih secara kebetulan atau bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel jika orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013: 85). Untuk melakukan penelitian ini penulis tidak mungkin mengambil semua populasi sehingga peneliti hanya mengambil sebagian dari populasi yang mewakili keseluruhan populasi tertentu.

Untuk menentukan jumlah dari sampel dari populasi, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan mengambil populasi dari data wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Belitung Timur dari 2014-2019 yaitu 1.499.038 wisatawan sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang bisa ditolerir (e=0,1) ini berarti taraf kepercaya 90%

N = ukuran populasi

Berdasarkan rumus Slovin diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel sehingga berikut:

$$n = \frac{1.499.038}{1 + 1.499.038\ (0,1)^2}$$

$$= \frac{1.499.038}{1+14.990,38}$$

$$= \frac{1.499.038}{14.991,38}$$

$$= 99,99$$

Dari rumus tersebut diperoleh hasil 99,99 dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013) berpendapat bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang selanjutnya akan diimplementasikan lebih lanjut hasilnya.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Kualitatif					
1.	Identifikasi nilai gastronomi pada tradisi makan bedulang di Belitung Timur	Soeroso (2014) dalam (Turgarini 2018 18-19) mendefinisikan gastronomi sebagai ilmu dan seni juga apresiasi terhadap etnik, bangsa, kelompok, agama, gender, dan budaya dalam mempelajari tentang masakan dan minuman yang digunakan dalam beberapa situasi dan kondisi.	a) Memasak b) Bahan baku c) Mencicipi d) Menghidangkan e) Belajar f) Pengalaman unik g) Gizi h) Filosofi / sejarah i) Etika / etiket	Data diperoleh dari : 1. Wawancara 2. Studi, dokumentasi 3. Observasi Partisipan Meliputi : 1. Pemangku adat 2. Masyarakat adat 3. Ahli gastronomi 4. Pemerintah daerah	Nominal
Kuantitatif					
2.	Faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Walgito (2004) A.Faktor internal Faktor yang mempengaruhi persepsi berkaitan dengan kebutuhan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, saraf atau pusat susunan saraf, kepribadian dan pengalaman penerimaan diri serta keadaan individu pada waktu tertentu. B.Faktor eksternal Faktor ini digunakan untuk objek yang dipersepsikan atas orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan,	Faktor internal (X1) : a) Kondisi Ekonomi. b) Wawasan Pengetahuan. Faktor eksternal (X2) a) Daya Tarik. b) Promosi.	Data diperoleh dari : 1. Kuesioner Meliputi : Wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke Belitung Timur	Interval

		kekuatan rangsangan akan turut menentukan didasari atau tidaknya rangsangan tersebut.			
3	Persepsi wisatawan	Bimo Walgito (2004:70) persepsi adalah suatu proses pengorganisasian, penginterprestasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang berhubungan dalam diri individu.	a) Aspek kognitif b) Aspek afektif c) Aspek konatif (Fentri, 2017)	Data diperoleh dari : 1. Kuesioner Meliputi : Wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke Belitung Timur	Interval
Kualitatif (Analisis SWOT)					
4	Faktor Internal (kekuatan dan kelemahan)	Menurut David (2009:178) dalam (Nuraini, 2018) analisis internal adalah proses perencanaan strategi yang mengkaji faktor internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang paling efektif dan dapat menghadapi ancaman didalam lingkungan perusahaannya	Faktor yang mencakup analisis internal : a) Sumber daya manusia b) Pemasaran c) Keuangan d) Produksi atau operasi	Data diperoleh dari : a) Wawancara b) Studi dokumentasi c) Observasi partisipan Meliputi : 1. Sumber daya manusia a) Kualitas b) Kuantitas 2. Pemasaran a) Target pasar b) Metode pemasaran 3. Keuangan a) Sumber dana *b) Profit Sharing* 4. Produksi atau operasi a) Bahan baku b) Proses produksi	Nominal

				c) Kualitas produk	
5	Faktor Eksternal (peluang dan ancaman)	Lingkungan eksternal perusahaan adalah pelaku dan kekuatan diluar perusahaan untuk mengembangkan, dan mempertahankan kelangsungan perusahaan. Lingkungan eksternal memiliki dua macam yaitu, lingkungan mikro yang terdiri dari beberapa elemen: pesaing dan pelanggan (Pontas, 2011:149) dalam (Nuraini, 2018) sedangkan lingkungan makro adalah suatu lingkungan eksternal perusahaan yang tidak berhubungan dan berpengaruh langsung dengan aktivitas-aktivitas perusahaan.	Faktor eksternal yang dianalisis mencakup : 1.lingkungan mikro 2.lingkungan makro	Data diperoleh dari wisatawan dengan kuesioner menggunakan skala likert meliputi : a) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan . Walgito (2004) b) Persepsi wisatawan. Fentri (2017) Data diperoleh dari : 1. Wawancara 2.Observasi partisipan Melalui : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pakar gastronomi, akademisi,teknologi informasi (media), PCPI	Interval
Kualitatif					
6	Rute Gastronomi & paket wisata	Rute gastronomi adalah perencanaan atau rancangan sejumlah kegiatan dan atraksi yang berhubungan dengan proses produksi makanan yang menjadi daya tarik wisata dalam rangka mempresentasikan	a) mengunjungi area perkebunan, pertanian atau peternakan, b) mengunjungi area produksi atau tempat pengolahan produk, c) mengunjungi museum atau tempat-tempat	Data diperoleh dari : 1. Studi, dokumentasi 2. Observasi Partisipan Melalui : 1. Pemerintah daerah 2. Ahli gastronomi	Nominal

		identitas dan budaya dari daerah yang dikunjungi. (Bruwer 2003)	yang menyediakan informasi produk, d) mencicipi produk dan makanan lokal daerah, e) membeli produk dari warga lokal, f) mengunjungi pameran atau festival, g) tinggal di daerah yang berkaitan dengan rute (Bruwer, 2003)		
Kualitatif					
7.	Paket Wisata	Nuriata (2014: 34) yang menyatakan bahwa paket wisata adalah sebuah sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yaitu wisatawan, atraksi, fasilitas dan waktu yang setiap subsistem saling berhubungan.	a) Wisatawan b) Atraksi c) Fasilitas d) Waktu Nuriata (2014: 34)	Data diperoleh dari : 1. Studi, dokumentasi 2. Observasi Partisipan Melalui : Hasil dari analisis pengaruh faktor persepsi dan analisis SWOT	Nominal

Sumber : Data diolah Peneliti: 2020

3.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2013: 137) sumber data primer adalah data yang langsung dari objeknya yang memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah orang atau organisasi.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil kuesioner yang telah disebar, wawancara, dan observasi mengenai persepsi wisatawan

terhadap tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Kabupaten Belitung Timur.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu buku, artikel, jurnal, dan data dari pihak terkait seperti dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Statistik Nasional.

Data dari penelitian ini diperoleh melalui proses observasi, wawancara, kuesioner dan studi dokumenter. Jenis-jenis data antara lain:

a. Kata-kata dan tindakan

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang disampaikan dan dilakukan oleh narasumber baik melalui pemeriksaan maupun wawancara. Hasilnya kemudian didokumentasikan melalui catatan tertulis, rekaman, mengambil foto atau video.

b. Sumber Tertulis

Sumber tertulis dapat terdiri dari buku, artikel ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi. Sumber ditulis ini sebagai data tambahan dan pendukung dari data yang diperoleh dari narasumber. Sumber tertulis dapat membantu peneliti untuk lebih mengetahui informasi mengenai objek yang ditelitinya juga dapat memperkaya data yang diperoleh peneliti.

c. Catatan Lapangan

Menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam (Moleong 2007: 161) catatan lapangan adalah catatan tertulis tentang informasi yang didengar, dilihat, serta dialami oleh peneliti dalam rangka mengumpulkan data. Catatan lapangan berisi kata-kata kunci, frase, pokok-pokok percakapan atau pengamatan. Catatan lapang dapat terdiri dari sketsa, foto, video, struktur dan lain-lain yang dapat memberikan gambaran tentang perjalanan, sejarah dari orang-orang yang ada di dalamnya dan dapat digunakan oleh peneliti untuk mempelajari bagaimana subjek memandang dunianya.

d. Data Statistik

Data statistik dapat digunakan oleh peneliti untuk membahas tentang kecenderungan dan persepsi objek pada latar penelitian juga sebagai cara untuk mengatur dan mengarahkan pada kejadian dan peristiwa yang terjadi di lapangan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data lain untuk melengkapi hasil dari penelitian ini. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Teknik ini merupakan mengumpulkan teoritis dari para ahli melalui sumber baca yang menunjang variabel-variabel penelitian

b. Kuesioner

Kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk mengetahui jawaban dari responden (Sugiyono, 2013: 142).

c. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada objek penelitian (Sugiyono, 2013: 145) .Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan oleh peneliti guna menyempurnakan penelitian agar mencapai hasil yang maksimal.

d. Wawancara

Teknik Wawancara. Menurut Sugiyono (2013: 137-138), Pengertian wawancara sebagai berikut:

> “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang

harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil."

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan- pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari. Teknik wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau sumber data. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur.

e. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2014) dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Teknik pengumpulan data dengan cara mengambil foto yang kemudian diarsipkan. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto beberapa kondisi fisik dan ekologis yang ada di lokasi.

f. Penelusuran Data *Online*

Metode ini dilakukan untuk menelusuri data atau informasi teoritis, data primer maupun data sekunder. Metode ini berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi jaringan komunikasi yang banyak publikasi teoritis disimpan dalam bentuk online (Bungin, 2011)

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner . Sugiyono (2013: 102) menyatakan bahwa Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Tujuan dari penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala diferensial semantik. Sugiyono (2013: 135) menyatakan bahwa skala diferensial semantik yaitu skala untuk mengukur suatu sikap, tersusun dalam garis kontinum dimana jawaban sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor 5 yang berarti persepsi wisatawan positif dan skor 1 berarti persepsi wisatawan negatif.

Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian. Kisi-kisi bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data atau teori yang diambil.

3.8 Penyusunan Alat dan Pengumpulan Data

3.8.1 Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan untuk mempersiapkan penelitian sebelum membuka lapangan dan menyiapkan segala macam perlengkapan yang dibutuhkan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti sebelum membuka lapangan Emzir (2011: 15-16) dalam (Moleong, 2007: 127-133) adalah sebagai berikut:

a. Peneliti harus memahami latar penelitian dan mempersiapan diri. Latar belakang penelitian yang membahas tentang rancangan penelitian yang telah disusun, kondisi lapangan, informan yang dipilih, menyusun dan merencanakan jadwal penelitian serta mempersiapan fisik dan mental.

b. Memastikan telah memiliki izin dan penghubung yang dapat menghubungkan peneliti dengan ruang lingkup objek yang akan diteliti.

c. Mempersiapkan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berisi pertanyaan wawancara, kuesioner, pedoman penelitian, perekam suara, alat tulis, kamera untuk dokumentasi, alat komunikasi dan hal-hal lain yang mendukung proses pengumpulan data.

3.8.2 Tahap Implementasi

Tahap implementasi merupakan tahap inti dari penelitian, pada penelitian ini akan terjun langsung ke lapangan yaitu di Kabupaten Belitung Timur, untuk memperoleh data dari informan. Pengumpulan data secara umum dikumpulkan, wawancara dan analisis dokumen, yang kemudian akan divalidasi dalam proses triangulasi (Emzir, 2011: 17). Kemudian menyebar kuesioner kepada wisatawan yang sedang atau pernah berkunjung ke Kabupaten Belitung Timur

Peneliti harus mempelajari hubungan dengan subjek penelitian agar penelitian dapat menjawab pertanyaan atau memberikan informasi secara sukarela dan lengkap (Moleong, 2007: 140). informan yang akan dilibatkan dalam penelitian ini adalah pemangku adat, masyarakat yang terlibat dalam upacara adat, pejabat pemerintah daerah, wisatawan, dan yang direkomendasikan oleh pihak terkait.

3.9 Uji Keabsahan Data

3.9.1 Triangulasi

Triangulasi adalah metode yang paling mudah dan sering digunakan dalam membantu keabsahan data. Proses triangulasi dilakukan dengan memanfaatkan sumber-sumber lain yang digunakan sebagai pembanding untuk meningkatkan akurasi suatu studi proses ini akan menjamin hasil penelitian menjadi akurat karena informasi yang diperoleh dari berbagai (Sugiyono 2013: 241).

Teknik triangulasi yang digunakan menurut Denzin (1978) dalam (Bungin, 2011: 264; Moleong, 2007: 330) dengan memanfaatkan sumber dan metode. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari narasumber dengan melakukan pada waktu dan situasi yang berbeda dalam memperoleh data. Metode triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh jika dilakukan dengan metode yang berbeda pada satu subjek. Peneliti melakukan pengujian terhadap setiap sumber informasi dan temuan data untuk mendukung suatu tema.

3.9.2 *Member Check*

Member Check dilakukan dengan meminta pada seorang atau lebih partisipan untuk mengecek keakuratan dari informasi yang telah diperoleh. Partisipan berkontribusi untuk memberikan tanggapan terhadap data yang telah diolah oleh peneliti.

3.9.3 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono 2013: 121). Uji validitas menggunakan kuesioner yang di sebar ke 30 responden jika R tabel lebih kecil dari R hitung maka bisa dikatakan valid (Sugiyono 2013, 126) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.2 Uji Validitas X1

Variabel	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
X1.1	0,627	0,361	.000	**VALID**
X1.2	0,636	0,361	.000	**VALID**
X1.3	0,764	0,361	.000	**VALID**
X1.4	0,759	0,361	.000	**VALID**
X1.5	0,673	0,361	.000	**VALID**
X1.6	0,526	0,361	.003	**VALID**

Sumber : Data diolah Peneliti: 2020

Tabel 3.3 Uji Validitas X2

Variabel	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
X2.1	0,381	0,361	.038	**VALID**
X2.2	0,882	0,361	.000	**VALID**
X2.3	0,618	0,361	.000	**VALID**
X2.4	0,679	0,361	.000	**VALID**
X2.5	0,837	0,361	.000	**VALID**
X2.6	0,842	0,361	.000	**VALID**
X2.7	0,705	0,361	.000	**VALID**

Sumber : Data diolah Peneliti: 2020

Tabel 3.4 Uji Validitas Y

Variabel	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
Y1	0,835	0,361	.000	**VALID**
Y2	0,64	0,361	.000	**VALID**
Y3	0,555	0,361	.001	**VALID**
Y4	0,776	0,361	.000	**VALID**
Y5	0,703	0,361	.000	**VALID**
Y6	0,81	0,361	.000	**VALID**
Y7	0,799	0,361	.000	**VALID**
Y8	0,776	0,361	.000	**VALID**
Y9	0,747	0,361	.000	**VALID**
Y10	0,831	0,361	.000	**VALID**

Sumber : Data diolah Peneliti: 2020

3.9.4 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono 2013, 121). Menurut Sujarweni (2014) Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha >0,6

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,725	,751	6

Sumber : Data diolah Peneliti: 2020

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,840	,835	7

Sumber : Data diolah Peneliti: 2020

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,910	,912	10

Sumber : Data diolah Peneliti: 2020

Maka dapat disimpulkan semua variabel memenuhi kriteria reliabilitas.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis kuantitatif

Menurut Lexy J. Moleong (2019) Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Pada penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2012: 147) Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari responden atau sumber lain terkumpul.

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif. Analisis data dilakukan secara statistik deskriptif yaitu untuk menjelaskan serta menganalisis dua variabel X dan Y yang didapatkan melalui kuesioner yaitu rangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pendapat serta penilaian wisatawan terhadap wisata gastronomi.

3.10.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas (Priyastama, 2020). Regresi linear berganda ini terdiri dari beberapa variabel bebas (independen) yang dimaksudkan simbol (X) dan satu variabel terikat (dependen) yang dimaksudkan simbol (Y). Dilakukannya analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel persepsi internal wisatawan (X1), persepsi eksternal wisatawan (X2) terhadap Aspek-aspek persepsi (Y). Dalam

penelitian ini digunakan model regresi linear berganda yang dirumuskan sebagai berikut :

$Y = \alpha + bX1 + bX2 + e$

Y = Nilai regresi atau nilai penduga bagi variabel Y

α = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel Bebas

e = error

3.10.1.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.10.1.3 Uji T (Signifikansi Parsial)

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara menguji hipotesis ini adalah membandingkan nilai t tabel dan nilai t hitung. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Gozali, 2018).

3.10.1.4 Uji F (Signifikansi Simultan)

Uji F dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan, apakah variabel Y berhubungan linier terhadap variabel X1, X2, X3, dan seterusnya. Cara menguji hipotesis ini adalah dengan cara membandingkan nilai f hitung dengan nilai f tabel. Jika nilai f hitung lebih besar daripada nilai f tabel, maka H0 ditolak dan menerima H1 (Gozali, 2018).

3.10.1.1 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013: 64) Hipotesis merupakan jawaban teoritis sementara untuk pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah berupa dugaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha : Terdapat pengaruh faktor persepsi internal wisatawan (X1) dan faktor eksternal persepsi wisatawan (X2) secara signifikan terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan (Y).

Ho :Tidak terdapat pengaruh faktor persepsi internal wisatawan (X1) dan faktor eksternal persepsi wisatawan (X2) secara signifikan terhadap aspek-aspek persepsi wisatawan (Y).

3.10.2 Analisis kualitatif

Analisis yang digunakan untuk mengolah data kualitatif adalah metode SWOT. Menurut Rufaidah (2012) dalam (Nuraini, 2018) SWOT merupakan strategi yang menghasilkan rangkaian alternatif tstrategi yaitu mengambarkan bagaimana manajemen mengatur antara peluang dan ancaman-ancaman yang dihadapi organisasi dengan kekuatan dan kelemahannya.

Menurut (Nuraini, 2018) metode ini mengarah kepada *brainstorming* dimana hasilnya akan menciptakan strategi alternatif yang mungkin tidak terpikirkan manajemen sebelumnya. Analisis ini bersifat deskriptif yang kemudian akan dikelompokan berdasarkan kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang. Penggunaan metode ini diharapkan dapat menghasilkan suatu analisis dan pilihan strategis yang menyeluruh, sehingga dapat digunakan untuk menentukan faktor penentu keberhasilan dan faktor kegagalan. SWOT mempunyai tujuan untuk memilah pokok masalah dan memudahkan dalam pendekatan strategis. Selain itu metode analisis ini diharapkan mampu menjadi dasar pengembangan wisata gastronomi makan bedulang yang dilakukan secara terarah dan terfokus. Inti dari SWOT adalah perumusan strategi gabungan dari IFE *(Internal Factors Evaluation)* dengan komponen EFE *(External Factors Evaluation)* sehingga dapat menghasilkan empat macam strategi kombinasi untuk dianalisis lebih lanjut.

3.10.2.1 *Matriks Internal Factors Evaluation (IFE)*

Menurut (Nuraini, 2018) matriks IFE digunakan dalam melihat faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan agar menjadi dasar dalam menentukan strategi perusahaan, berikut tahapan kerja dari matrik IFE :

1) Menentukan faktor kekuatan dan kelemahan pada perusahaan. Dapat berupa poin-poin yang merupakan hasil dari penjabaran wawancara atau kuesioner kepada pihak terkait

2) Menetukan bobot untuk masing-masing faktor (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan metode "*paired comparison*", merupakan metode untuk memberikan penilaian terhadap bobot pada setiap faktor penentu internal serta faktor-faktor pada perusahaan. Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan skala 1,2, dan 3, makna 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 nilai pembobotan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3.8 Pembobotan Matriks IFE *"Faried Comperation"*

Faktor penentu Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : (David, 2004:131)

3) Berikutnya adalah menghitung rating. Masing-masing faktor dapat memberikan skala 4 hingga 1. Variabel yang memiliki atau masuk dalam kategori kekuatan yang bersifat positif mendapatkan nilai +1 hingga +4 (sanggat baik) nilai tersebut juga bisa didapat dengan membandingkan dengan produk pesaing dan untuk variabel yang bentuknya negatif maka mendapatkan nilai kebalikannya.

4) Kalikan bobot dengan rating, guna memperoleh faktor pembobotan, maka hasilnya akan berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 *(outstanding)* sampai dengan 1,0 *(poor)*.

5) Terakhir jumlahkan skor pembobotan, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total merupakan bagaimana perusahaan memanfaatkan faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut tabel untuk matrik IFE.

Tabel 3.9 *Matriks Evaluation Factor Internal* (IFE)

Key Internal Factor	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
kekuatan - -			
kelemahan - -			
Total	1,00		

Sumber : Umar, Husein. (2008:249)

3.10.2.2 *Matriks External Factors Evaluation (EFE)*

Analisis evaluasi faktor eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Dalam analisis ini faktor lingkungan eksternal yang akan diidentifikasi dalam mengevaluasi faktor tersebut menggunakan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE)

1) Menentukan faktor peluang dan ancaman pada perusahaan. Dapat berupa poin-poin yang merupakan hasil dari penjabaran wawancara atau kuesioner kepada pihak terkait

2) Menetukan bobot untuk masing-masing faktor (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan metode "*paired comparison*", merupakan metode untuk memberikan penilaian terhadap bobot pada setiap faktor penentu internal serta

faktor-faktor pada perusahaan. Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan skala 1,2, dan 3, makna 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 nilai pembobotan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3.10 Pembobotan Matriks EFE *"Paired Comparation"*

Faktor penentu Eksternal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

3) Berikutnya adalah menghitung rating. Masing-masing faktor dapat memberikan skala 4 hingga 1. Variabel yang memiliki atau masuk dalam kategori kekuatan yang bersifat positif mendapatkan nilai +1 hingga +4 (sanggat baik) nilai tersebut juga bisa didapat dengan membandingkan dengan produk pesaing dan untuk variabel yang bentuknya negatif maka mendapatkan nilai kebalikannya.
4) Kalikan bobot dengan rating, guna memperoleh faktor pembobotan, maka hasilnya akan berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5) Terakhir jumlahkan skor pembobotan, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total merupakan bagaimana perusahaan memanfaatkan faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut tabel untuk matrik EFE.

Tabel 3.11 Matriks *Evaluation Factors Eksternal* (EFE)

Key External Factor	Bobot	Rating	Skor
Peluang - -			
Ancaman - -			
Total	1,00		

Sumber : Umar, Husein. (2008:249)

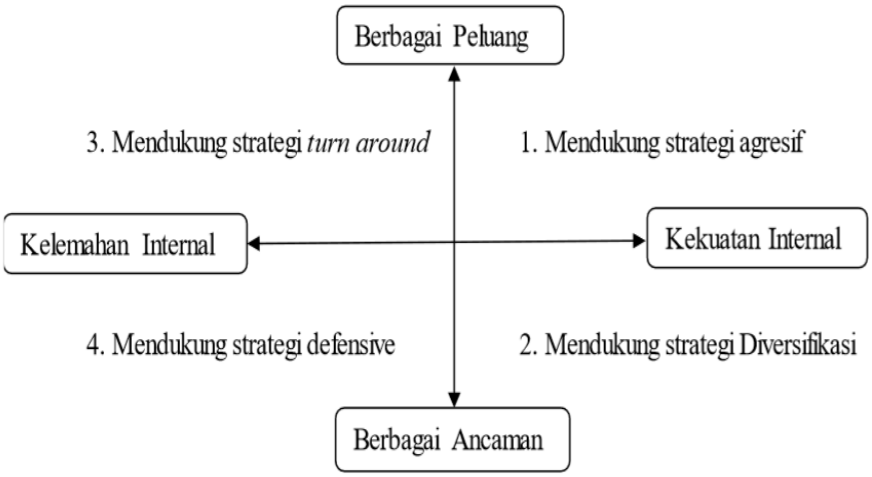
3.10.2.3 *Positioning* Kuadran SWOT

Menentukan kuadran SWOT dilakukan setelah memasukan data pada matrik *Eksternal Factors Evaluation* (EFE) dan *Internal Factors Evaluation* (IFE) serta memberi bobot dan rating untuk masing-masing poin, selanjutnya yang harus dilakukan yaitu menghitung skor yang didapat dari kedua matriks tersebut, hal ini bertujuan untuk mengetahui *positioning*, suatu wilayah atau kawasan dilihat dari potensi yang ada. *Positioning* yang dimaksud yaitu mengetahui posisi potensi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur. Berikut cara menemukan *positioning* kuadran SWOT. Dari matrik IFE dapat diketahui posisi sumbu x dengan rumus sebagai berikut :

X = total kekuatan – Total Kelemahan

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

Y = Total Peluang – Total Ancaman



Gambar 3.3 Kuadran Positioning Faktor Internal dan Eksternal

Sumber : Rangkuti (2006: 19)

Keterangan (Rangkuti, 2006:21)

1. Kuadran I (Positif, Positif)

   Kuadran I adalah situasi yang sangat menguntungkan. Peluang dan kekuatan dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman perusahaan. Strategi yang tepat untuk diterapkan pada situasi ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif *(growth oriented strategy)* .

2. Kuadran II (Positif, Negatif)

   Pada kondisi ini perusahaan menghadapi berbagai ancaman, namun perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang tepat yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (Produk/Pasar)

3. Kuadran III (Negatif, Positif)

   Pada kuadran III perusahaan memiliki peluang pasar yang sangat besar, namun di lain pihak, mereka menghadapi beberapa masalah pada kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran III seperti *question mark* pada BCG Matrix. Hal

yang harus dilakukan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Pada kondisi kuadran IV perusahan sama sekali tidak diuntungkan dari segi internal maupun eksternal oleh sebab itu solusi yang paling tepat adalah menghentikan aktivitass perusahaan atau dengan memerbaiki secara keseluruhan.

3.10.2.4 Tahap Penentuan Strategi

Pada tahap ini merupakan pokok kesimpulan dalam proses analisis data. Setelah mengetahui suatu wilayah tersebut ada di positioning berapa, selajutnya adalah menentukan strategi yang dinilai tepat untuk mengatasi permasalahan baik itu internal maupun eksternal dengan menggunakan matrik SWOT. Penyatuan komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi seperi, strategi *Strengths Opportunities (SO), Strength Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO), dan weaknesses*. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

IFAS / **EFAS**	**KEKUATAN (strengths)**	**KELEMAHAN (Weaknesses)**
	Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
PELUANG (Opportunities)	**Strategi S – O**	**Strategi W – O**
Menentukan faktor berdasakan peluang eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Merancang strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (Threats)	**Strategi S – T**	**Strategi W – T**
Menentukan faktor berdasarkan ancaman eksternal	merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Merancang strategi untu meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman

Gambar 3.4 Penentuan Strategi

1. Strategi S – O *(Strength – Opportunity)*

   Inti dari strategi ini adalah menganalisis dengan menyatukan komponen kekuatan *(strengths)* dan peluang *(Opportunities)*. Sehingga menghasiilkan strategi agar dapat memeroleh peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut.

2. Strategi W – O *(Weakness-Opportunity)*

   Strategi ini mengabungkan komponen kelemahan *(weakness)* dan peluang *(Opportunities)* sehingga dihasilkan strategi untuk mengurangi kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang. Strategi pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan.

3. Strategi ST *(Strength-Threat)*

   Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan *(Strengths)* dan ancaman *(Threat)* yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan ancaman yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh objek dan daya Tarik wisata untuk mengatasi ancaman yang memungkinkan terjadi.

4. Strategi WT *(Weakness-Threa*t)

   Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan *(Weakness)* dan ancaman *(threats)*, strategi yang dihasilkan meminimalkan kelemahan yang dimiliki sekaligus menghindari ancaman. Pada strategi ini dapat berupa aktivitas yang bersifat *defensive* dan berusaha mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman.

3.10.2.5 Tahap Keputusan

Tahap keputusan merupakan tahapan terakhir dalam formulasi strategi, yaitu dengan menetapkan alternatif strategi dimana perusahaan menetapkan strategi yang

baik untuk terlebih dahulu dilaksanakan. Alat untuk menganalisis pada tahapan ini adalah menggunakan QSPM *(Quantitative Strategic Planning Matrix).* Analisis QSPM memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasikan sebelumnya (David, 2009). Enam tahapan yang dibutuhkan untuk mengembangkan QSPM adalah sebagai berikut :

1. Informasi yang telah dieroleh dari matriks IFE dan EFE serta analisis SWOT dibuatkan daftar ancaman dan kelemahan serta kekuatan dan peluang perusahaan.

2. Pemberian bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang sama dengan bobot setiap faktor yang ada pada IFE dan EFE

3. Mengevaluasi matriks pada tahapan kedua (pencocokan), serta mengidentifikasi alternatif strategi untuk dipertimbangkan organisasi yang nantinya diimplementasikan. Kemudian dicatat pada baris atas QSPM.

4. Menentukan nilai daya tarik *(attractiveness Score-AS)*. Nilai ini mengindikasikan daya tarik relatif masing-masing strategi. Nilai daya tarik relatif dari masing-masing strategi. Nilai daya tarik yang diberikan adalah sebagai berikut : 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 sangat menarik.

5. Setelah menghitung total nilai daya tarik (Total *Attractiveness Score*-TAS) nilai ini didapatkan dari hasil dari perkalian bobot dengan nilai daya tiap baris total nilai daya tarik menunjukan daya tarik relatif untuk masing-masing strategi. Semakin besar nilainya, maka semakin baik alternatif strategi tersebut.

6. Menghitung jumlah total TAS pada masing-masing kolom strategi alternatif strategi yang terpilih. Strategi dengan TAS tertinggi adalah strategi yang paling layak untuk diimplementasikan.