BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2011), objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya. Berdasarkan pengertian di atas, objek dalam penelitian ini adalah potensi wisata gastronomi di Kabupaten Indramayu.

Menurut Moleong L.J. (2010), subjek penelitian adalah sebagai informan, yang artinya memanfaatkan seseorang untuk memberikan informasi tentang kondisi dan tempat penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti mendesripsikan subjek penelitiannya adalah wisatawan yang sudah berkunjung ke Kabupaten Indramayu dan para *stakeholder* yang terlibat dalam wisata gastronomi di Kabupaten Indramayu.

3.2 Metode Penelitian

Untuk menyelesaikan sebuah penelitian, dibutuhkan sebuah metode yang akan menguji penelitian tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah metode kombinasi atau *mixed method*, yaitu menggabungkan dua metode penelitian, yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif.

Menurut Sugiyono (2011), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif dibagi menjadi dua metode, yaitu metode eksperimen dan metode survei. Metode eksperimen merupakan metode yang digunakan untuk mencari pengaruh *treatment* tertentu (perlakuan) dalam kondisi yang terkontrol. Sedangkan menurut Kerlinger (1973) (dalam Sugiyono, 2017), metode survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil

dari populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Metode penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang diberikan kepada wisatawan yang sudah berkunjung ke Kabupaten Indramayu.

Sementara itu, metode penilitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme/enterpretif, yang digunakan unutk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dengan peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2011). Jadi dapat simpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode pendekatan dengan memahami suatu fenomena masalah sosial yang diamati secara menyeluruh (Sugiyono, 2011). Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Oleh karena itu, metode kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada pemahaman makna dan mengkonstruksi fenomena (Sugiyono, 2017). Metode yang dilakukan adalah wawancara, dokumentasi penelitian dan studi literatur.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa, metode penelitian kombinasi atau *mixed method* diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat pragmatisme (kombinasi positivesme dan postpositivesme) digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah maupun buatan (laboratorium) dengan peneliti yang bisa digunakan sebagai instrumen untuk pengukuran, teknik pengumpulan data dapat mengunakan test, kuesioner, dan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif (kualitatif), dan deduktif (kuantitatif), serta hasil penelitian kombinasi bisa untuk memahami makna dari dan membuat generalisasi (Sugiyono, 2017).

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi.

Variabel sendiri adalah unsur dari objek yang akan diteliti yang merupakan ciri yang melekat pada objek penelitian tersebut. Berikut ini merupakan tabel operasional variabel peneliti yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel	Analisis Teoritis	Analisis Empiris	Konsep Analisis	Skala
1.	Potensi Wisata Gastronomi	Gastronomi adalah sebuah seni dan ilmu serta apresiasi yang bersifat lintas suku, bangsa, ras, kelompok, agama, gender, dan budaya yang mempelajari secara rinci tentang cara makan, makanan dan minuman untuk digunakan dalam segala aspek kehidupan manusia (Turgarini, 2018).	Gastronomi mencakup: a. Masak- memasak/ kuliner. b. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial. c. Bahan baku d. Mencicipi e. Menghidangkan f. Mempelajari, meneliti, dan menulis makanan. g. Mencari pengalaman makan yang unik. h. Pengetahuan gizi. i. Etika dan etiket. (Turgarini, 2018).	Data diperoleh dari: Pemerintah Disbupar Indramayu, pelaku usaha, dan Kompepar Indramayu dengan cara: a. Wawancara b. Studi literatur c. Studi dokumentasi Terkait: 1. Masak- memasak/ kuliner 2. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial. 3. Bahan baku 4. Mencicipi 5. Menghidangkan 6. Mempelajari, meneliti,dan menulis makanan. 7. Mencari pengalaman makan yang unik. 8. Pengetahuan gizi. 9. Etika dan etiket.	Nominal

2.	Faktor Internal	Analisis lingkungan internal merupakan proses dimana perusahaan melakukan perencanaan strategi dalam mengkaji faktor-faktor internal perusahaan untuk menentukan kelemahan dan kelebihan sehingga dapat mengelola peluang secara efektif dalam menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. (David, 2009 dalam Yudiaris,dkk.2015).	Faktor internal mencakup, yaitu: 1. Sumber daya manusia 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Produk dan operasi (David, 2009 dalam Yudiaris,dkk.2015)	Data diperoleh dari pelaku usaha/pengusaha, pekerja, dengan cara: a. Wawancara b. Studi dokumentasi, meliputi: 1. Sumber daya manusia: a. Kualitas pekerja b. Kuantitas pekerja 2. Pemasaran a. Target pasar b. Metode pemasaran 3. Keuangan a. Sumber modal b. Cara mengelola keuangan 4. Produk dan operasi a. Bahan baku b. Proses produksi c. Hasil produksi d. Kualitas dan kuantitas produk	Nominal
3.	Faktor Eksternal	Lingkungan eksternal perusahaan adalah pelaku dan kekuatan diluar perusahaan untuk mengembangkan, dan mempertahankan kelansungan perusahaan. Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang menyangkut dengan kondisi diluar perusahaan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Terdiri dari dua macam yaitu lingkungan mikro yang terdiri dari elemen pemasok, pelanggan, dan pesaing, sedangkan makro adalah lingkungan eksternal yang tidak berhubungan langsung dengan aktivitas perusahaan (Kotler dan Amstrong, 2008).	Faktor eksternal yang dianalisis mencakup: 1. Lingkungan Mikro	Data diperoleh dari wisatawan dengan cara menyebarkan kuesioner/ angket dan yang akan diteliti yaitu: (X1) Daya Tarik wisata Menurut Cooper, dkk, terkait : a. *Attractions*/Atraksi b. *Amenities*/ Fasilitas c. *Accessibilies*/ Aksesibilitas d. *Ancillary service*/ Pelayanan tambahan X2) Wisata Gastronomi menurut Turgarini (2018), terkait : a. Masak- memasak/ kuliner	Likert

				b. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial c. Bahan baku d. Mencicipi e. Menghidangkan f. Mempelajari, meneliti, dan menulis makanan g. Mencari pengalaman makan yang unik h. Pengetahuan gizi (Y) Persepsi Wisatawan menurut Bimo Walgito (dalam Fentri,2017) a. Aspek Kognitif b. Aspek Afektif c. Aspek Konatif	
			2. Lingkungan Makro	Data diperoleh dengan cara: a. Wawancara b. Studi dokumentasi Kepada: 1. Dinas Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indramayu 2. Pakar Gastronomi 3. Pemerhati makanan/minuman tradisional di Kabupaten Indramayu 4. Kompepar Sanggar Budaya SapuJogan 5. Media informasi Kabupaten Indramayu Terkait: 1. Potensi wisata gastronomi di Kabupaten Indramayu 2. Pengembangan wisata gastronomi di Kabupaten Indramayu	Nominal

				3. Upaya pelestarian terhadap makanan dan minuman tradisional di Kabupaten Indramayu	
4.	Salapan Cinyusu	Salapan cinyusu atau dalam bahasa Indonesia berarti sembilan mata air merupakan sinergi sembilan pemangku kepentingan yang didapat dari pemikiran ulang dan rekayasa ulang produk pangan untuk mendukung Bandung sebagai Kota Gastronom. Salapan cinyusu atau sembilan mata air, memiliki makna seperti mata air yang tidak boleh surut dan selalu didambakan oleh setiap makhluk hidup, dikarenakan saling berkaitan menjadi ruh gastronomi (Turgarini, 2018).	Salapan Cinyusu mencakup: 1. Pengusaha 2. Pemerintah 3. Pekerja 4. Pemasok 5. Pakar 6. Pemerhati 7. Penikmat 8. NGO 9. Teknologi informasi (Turgarini, 2018)	Data diperoleh dari : a. Pelaku usaha makanan dan minuman tradisional di Kab. Indramayu b. Disbupar Kabupaten Indramayu c. Pekerja yang bergerak dalam bidang makanan/minuman tradisional di Kabupaten Indramayu d. Petani dan nelayan di Kabupaten Indramayu e. Pakar gastronomi f. Pemerhati makanan/minuaman tradisional di Kabupaten Indramayu g. Wisatawan yang sudah berkunjung ke Indramayu h. Kompepar Sanggar Budaya SapuJogan i. Media informasi di Kabupaten Indramayu dengan cara: a. Wawancara terkait: a. Upaya pelestarian makanan/minuman tradisional di Kabupaten Indramayu b. Metode pengembangan wisata gastronomi di Kabupaten Indramayu	Nominal

5.	Strategi dan Model Pengembangan Gastonomi	Pengelolaan pengembangan gastronomi Sunda sebagai jantung model yang bersifat komplementer, yaitu klasik-traidisional yang berkaitan dengan esensi sebagai sumber energi manusia untuk bertahan hidup yang dilengkapi dan lingkupi oleh etika sosial dan etiket atau budaya makan yang baik dan santun. Gastronomi Sunda dapat berperan sebagai ruang penyimpanan memori yang kolektif, layaknya album atau buku yang dapat dibuka ulang untuk melihat kisah kasih perjalanan hidup manusia. Juga berperan sebagai bagian dalam pentingnya upacara adat Sunda yang selalu melibatkan unsur makan dan makanan, mulai dari saat kelahiran, perkawinan hingga kematian. Kontemporer-progresif terdapat tiga utilitas gastronomi Sunda yang penting, pertama, sebagai alat diplomasi, negosiasi untuk menaklukkan oposan dengan cara soft power. Kedua, makanan Sunda memiliki manfaat yang banyak karena berasal dari sumber karbohidrat, protein, vitamin dan mineral yang tinggi, serta dilengkapi dengan suplemen untuk kebugaran. Ketiga, makanan Sunda juga dapat menjadi bahan cerita yang diawali dengan pengalaman konsumen menikmati, kemudian memberikan rekomendasi lisan atau tertulis kepada teman, keluarga, teman kerja dan publik. Untuk menjaga perubahan tetap terkendali	Model pengelolaan gastronomi Sunda meliputi: 1. Unsur klasik- tradisional yaitu berkaitan tentang esensi manusia untuk bertahan hidup, sebagai ruang penyimpanan memori, dan bagian dalam bagian upacara adat mulai dari kelahiran, perkawinan hingga kematian. 2. Unsur Kontemporer-progresif yaitu alat diplomasi dan negosiasi, memiliki dampak positif terhadap kesehatan, dan menjadi bahan cerita konsumen dari pengalaman untuk direkomendasikan kepada khalayak ramai. 3. Sebagai pengait, pengikat, penguat, dan pengunci model ialah seni, keterampilan dan ilmu pengetahuan (Turgarini, 2018)	Data diperoleh dari a. Disbupar Kab. Indramayu b. Pelaku usaha makanan dan minuman tradisional di Kab. Indramayu dengan cara: a. Wawancara terkait: 1. Cita-rasa dan aroma 2. Variasi makanan dan cara pengemasan, penyajian atau pelayanannya 3. Sanitasi dan kebersihan	Nominal

		maka perlu dilakukan upaya untuk mempertahankan cita-rasa dan aroma, meningkatkan variasi pangan, serta sanitasi dan kebersihan makanan. Terdapat tiga hal sebagai pengait, pengikat, penguat, dan pengunci model adalah seni, keterampilan, dan ilmu pengetahuan (Turgarini, 2018).			

Sumber : Data diolah oleh peneliti

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik simpulan, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah, dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, tidak mungkin peneliti dapat mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2011).

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wisatawan lokal yang sudah mengujungi Kabupaten Indramayu. Sedangkan sampel adalah sebagian wisatawan lokal yang sudah berkujung ke Kabupaten Indramayu. Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Dengan adanya sampel, peneliti dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya yang akan dikeluarkan.

Untuk penentuan jumlah pada kuesioner penelitian dikarenakan ukuran populasi yang tidak dapat diketahui dengan pasti, sehingga menggunakan metode Bernoulli (Sekaran, 2011) sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\frac{\propto}{2})^2 p\ X\ q}{e^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai yang didapat dari tabel normal standar dengan peluang $\frac{\propto}{2}$

p = Probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel

q = Probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel (1-p)

e = Tingkat kesalahan

$\propto$ = Tingkat ketelitian

Perhitungan :

$$n = \frac{(Z\frac{\propto}{2})^2 p\ X\ q}{e^2}$$

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian ($\propto$) sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95% sehingga diperoleh nilai Z = 1,96 , nilai e (tingkat kesalahan) telah ditentukan sebesar 10%. Probabilitas populasi yang tidka diambil sebagai sampel dan sebagai sampel masing-masing sebesar 0,5. Apabila dilakukan perhitungan menggunakan rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel minimum

sebesar:

$$n = \frac{(Z\frac{\propto}{2})^2 p\ X\ q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1{,}96)^2 x\ 0{,}5\ x\ 0{,}5}{0.1^2}$$

n = 96,04 = 100

Dari hasil tersebut, diketahui bahwa jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik probability sampling yaitu simple random sampling. Simple random sampling merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2017).

3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid apabila menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data yang valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono dalam Janti, 2014). Dikatakan validitas/valid yaitu sejauh mana suatu alat ukur tepat dalam mengukur suatu data, dengan kata alat apakah alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur sessuatu yang ingin diukur.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 22.00 sebagai alat untuk mengetahui validitas data dari hasil data yang telah diperoleh. Dengan melakukan pengujian kepada 33 responden. Untuk mengetahui setiap butir pertanyaan valid atau tidaknya, maka harus memenuhi syarat-syarat berikut:

a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Dari proses uji validitas yang dilakukan kepada 33 respoden, maka diperoleh hasil yang diringkas dapat ditunjukkan pada tabel-tabel berikut:

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.628	0.344	Valid
2	0.617	0.344	Valid
3	0.428	0.344	Valid
4	0.436	0.344	Valid
5	0.628	0.344	Valid
6	0.625	0.344	Valid
7	0.726	0.344	Valid
8	0.365	0.344	Valid
9	0.690	0.344	Valid

10	0.657	0.344	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, dapat dilihat bahwa keselupuh butir pernyataan yang berkaitan dengan daya tarik wisata yang diperoleh dari pernyataan pada kuesioner penelitian adalah valid karena nilai r_{hitung} dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r_{tabel} yang telah ditentukan.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Wisata Gastronomi

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.760	0.344	Valid
2	0.786	0.344	Valid
3	0.723	0.344	Valid
4	0.595	0.344	Valid
5	0.531	0.344	Valid
6	0.706	0.344	Valid
7	0.747	0.344	Valid
8	0.808	0.344	Valid
9	0.695	0.344	Valid
10	0.559	0.344	Valid
11	0.912	0.344	Valid
12	0.881	0.344	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 di atas, dapat dilihat bahwa kedua belas butir pernyataan yang berkaitan dengan wisata gastronomi yang diperoleh dari pernyataan pada kuesioner penelitian adalah valid karena nilai r_{hitung} dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r_{tabel} yang telah ditentukan.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Wisatawan

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.722	0.344	Valid
2	0.589	0.344	Valid
3	0.648	0.344	Valid
4	0.824	0.344	Valid
5	0.803	0.344	Valid
6	0.773	0.344	Valid
7	0.711	0.344	Valid
8	0.796	0.344	Valid
9	0.618	0.344	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 3.4 di atas, dapat dilihat bahwa kedua belas butir pernyataan yang berkaitan dengan persepsi wisatawan yang diperoleh dari pernyataan pada kuesioner penelitian adalah valid karena nilai r_{hitung} dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r_{tabel} yang telah ditentukan.

Dapat ditarik simpulan bahwa setiap butir pernyataan dalam setiap variabel daya tarik wisata, wisata gastronomi, dan persepsi wisatawan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian keperilakukan mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenoma yang diukur tidak berubah (Harrison dalam Janti, 2014). Atau dapat dikatakan reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat yang sama (Janti, 2014).

Uji reabilitas dengan mengunakan SPSS yang dilakukan menggunakan *Reliability Statistic* melalui *Cronbach's Alpha (∝).* Jika nilai dari *Cronbach's Alpha (∝)* > 0.60, maka dikatakan variabel tersebut reliabel.

Berikut ini hasil uji reliabilitas pada tabel-tabel berikut :

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Wisata

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	10

Dari tabel 3.5, diketahui bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0.790 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 10. Nilai tersebut lebih besar dari 0.60, sehingga variabel daya tarik wisata dikatakan reliabel.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Wisata Gastronomi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	12

Dari tabel 3.6, diketahui bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0.920 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 12. Nilai tersebut lebih besar dari 0.60, sehingga variabel wisata gastronomi dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Wisatawan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	9

Dari tabel 3.7, diketahui bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0.883 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 9. Nilai tersebut lebih besar dari 0.60, sehingga variabel persepsi wisata dapat dikatakan reliabel.

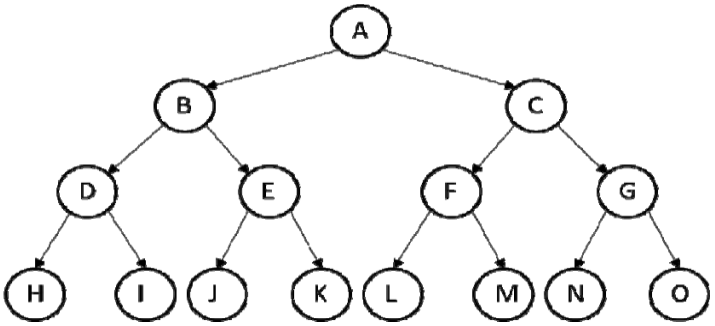
3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Jika dilihat dari berbagai setting, data dapat dikumpulkan dari setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen atau di rumah dengan berbagai responden. Jika dilihat dari berbagai sumber data, maka pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber yang diperoleh langsung dari informannya, sedangkan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya melalui pihak ketiga atau dari bahan pustaka. Dan jika dilihat dari teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, penyebaran angket, dan observasi.

1. Wawancara (Interview)

Menurut Sugiyono (2017) wawancara atau *interview* merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui tentang responden lebih mendalam dengan jumlah responden yang sedikit. Sutrisno Hadi, 1986 (dalam Sugiyono, 2017), mengemukakan bahwa beberapa hal penting yang harus dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode ini, yaitu sebagai berikut:

a. bahwa subjek (responden) adalah orang yang paling tahu akan dirinya sendiri,
b. bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya,
c. bahwa interpretasi subjek dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.



Gambar 3. 1 Bagian Teknik Sampling Snowball

Sumber Gambar: Nurdiani (2014)

Untuk menentukan pihak yang terlibat dalam wawancara ini, peneliti menggunakan teknik *sampling snowball*. Teknik *sampling snowball* adalah suatu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang terus-menerus. Peneliti menyajikan suatu jaringan melalui gambar *sociogram* berupa gambar lingkaran-lingkaran yang dikaitkan atau dihubungkan dengan garis-garis. Setiap lingkaran mewakili satu responden atau kasus dan garis-garis menunjukkan hubungan antar-responden atau antar-kasus (Neuman dalam Nurdiani, 2014). Pendapat lain mengatakan bahwa teknik *sampling snowball* (bola salju) adalah metode *sampling* dengan sampel yang diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya, biasanya metode ini untuk menjelaskan pola-pola sosial atau komunikasi (sosiometrik) suatu komunitas tertentu.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *questionnaire* yang memiliki arti sebagai daftar pertanyaan. Menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang akan dijawabnya. Kuesioner cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di beberapa wilayah.

Untuk mengumpulkan data dalam kuseioner ini, peneliti menggunakan teknik *sampling snowball* seperti pada wawancara. Teknik *sampling snowball* adalah suatu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang terus-menerus. Setiap lingkaran mewakili satu responden atau kasus dan garis-garis menunjukkan

hubungan antar-responden atau antar-kasus (Neuman dalam Nurdiani, 2014). Pendapat lain mengatakan bahwa teknik *sampling snowball* (bola salju) adalah metode *sampling* dengan sampel yang diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya, biasanya metode ini untuk menjelaskan pola-pola sosial atau komunikasi (sosiometrik) suatu komunitas tertentu. Dengan menggunakan teknik *sampling snowball,* kuesioner akan disebarkan kepada wisatawan lokal yang berkunjung ke Kabupaten Indramayu melalui media sosial yang digunakan oleh peneliti seperti Whatsapp, Instagram, Line dan facebook.

Data instrumen kuesioner berupa data pribadi responden yang terdiri atas nama panggilan responden, jenis kelamin responden, usia responden, daerah asal responden, pekerjaan responden, pendidikan terakhir responden atau pendidikan yang sedang ditempuh responden, dan jumlah pendapatan responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi. Untuk mengisi jawaban atas pernyataan yang tertera dengan rentang 5-1, 5 untuk sangat setuju dan 1 untuk sangat tidak sejutu. Kuesioner merujuk kepada empat komponen daya tarik wisata yaitu *attractions, accessibilites, amenities,* dan *ancillary* terhadap persepsi wisatawan di Kabupaten Indramayu.

3. Studi Literatur

Pada umumnya studi literatur adalah mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang menjadi objek dari penelitian tersebut. Menurut Satori dan Komariah (Maulana Rahmad, Nur Aulia, & Riyadi, 2016), perlu menggunakan pandangan ahli dalam bentuk *authoritative knowledge* atau pengetahuan otoritatif yang tertulis dalam bentuk refrensi buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, karya ilmiah, dan dapat mengutip dari substansi yang terkandung dalam literatur sebagai bahan refrensi. Dalam hal ini peneliti memanfaatkan studi literatur untuk membantu dalam proses penelitian. Seperti mencari buku atau jurnal yang berhubungan dengan pariwisata, gastronomi, makanan tradisional, potensi Kabupaten Indramayu, dan paket wisata.

4. Studi Dokumentasi

Menurut Moeleong (dalam Maulana Rahmad et al., 2016) studi dokumentasi dapat menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering dijadikan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya dianalisis secara induktif serta diperlukan

dalam penelitian kualitatif. Sehingga pengunaannya memiliki manfaat yang besar sebagai pelengkap sumber daya yang jelas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi dokumentasi untuk melengkapi sumber yang sudah ditemukan.

3.7 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah semua data yang diperoleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan dan wawancara kepada *stakeholder* yang terkait dengan wisata gastronomi di Kabupaten Indramayu. Teknik analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut.

3.7.1 Analisis Kuesioner

Penelitian ini menggunakan skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi. Untuk mengisi jawaban atas pernyataan yang tertera dengan rentang 5-1, 5 untuk pendapat sangat setuju, 4 untuk pendapat setuju, 3 untuk pendapat yang ragu-ragu, 2 untuk pendapat tidak setuju, dan 1 untuk pendapat sangat tidak sejutu. Kuesioner merujuk kepada empat komponen daya tarik wisata yaitu *attractions*, *accessibilites*, *amenities*, dan *ancillary*, dan kepada 8 komponen wisata gastronomi yaitu masak-memasak/kuliner; bahan baku; cara mencicipi; cara menghidangkan; mempelajari, meneliti, dan menulis makanan; mencari pengetahaun gizi; serta filosofi, sejarah, tradisi dan sosial terhadap persepsi wisatawan di Kabupaten Indramayu. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah angket skala likert.

3.7.2 Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE

1. Matriks *Internal Factors Evaluation (IFE)*

   Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Berikut ini tahapan kerja dari matrik IFE:

   1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan lalu susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 kekuatan dan kelemahan)
   2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00. Nilai bobot tersebut

dihitung menggunakan metode "*paired comparation"*, yaitu metode yang digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot pada setiap faktor penentu internal serta faktor-faktor dalam struktur industri. Penentuan bobot tersebut menggunakan skala 1, 2, dan 3, dengan penjelasan sebagai berikut:

1=jika faktor vertikal kurang penting daripada faktor vertikal

2= jika faktor vertikal sama penting daripada faktor vertikal

3= jika faktor vertikal lebih penting daripada faktor vertikal

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

$$\frac{Xi}{\sum_{i=1}^{n} Xi} = ai$$

Keterangan:

ai = bobot faktor ke-i

Xi = nilai faktor ke-i

i = 1,2,...,n

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 8 Pembobotan Matriks IFE "Paired Comparation"

Faktor Penentu Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : David (dalam Nuraeni, 2018)

3) Hitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai pada 1 (*poor)* berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kedalam kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, yaitu kelemahan merupakan kebalikannya.
4) Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh pembobotan dalam kolom 4, dengan hasil yang berupa pembobotan skor dimulai dari 4,0 (*outstanding)* sampai dengan 1,0 (*poor).*
5) Kolom 5 digunakan untuk memberikan komentar atau catatan tentang alasan dari faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana cara skor pembobotan dihitung.
6) Selanjutnya, menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk mendapatkan total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internal. juga total skor ini digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam ruang lingkup yang sama.

Berikut ini tabel matriks IFE:

Tabel 3. 9 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Internal Faktor	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Kekuatan:			

- - -			
Kelemahan: - - -			
Total	1,00		

Sumber: (Umar, Husein dalam Nuraeni, 2018)

2. Matriks *Eksternal Factors Evaluation (EFE)*

Analisis evaluasi faktor eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang dan meminimalisir faktor ancaman. Dalam hal ini faktor eksternal yang akan diidentifikasi antara lain, persepsi wisatawan akan Indramayu, upaya pelestarian oleh para *stakeholder*, dan strategi pengembangan oleh *stakeholder* akan wisata gastronomi di Indramayu.

Berikut ini tahapan dalam evaluasi faktor tersebut dengan menggunakan matriks EFE, sebagai berikut:

1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman lalu susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 kekuatan dan kelemahan)
2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00. Nilai bobot tersebut dihitung menggunakan metode "*paired comparation"*, yaitu metode yang digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot pada setiap faktor penentu eksternal serta faktor-faktor dalam struktur industri. Penentuan bobot tersebut menggunakan skala 1, 2, dan 3, dengan penjelasan sebagai berikut:

   1= jika faktor vertikal kurang penting daripada faktor vertikal

   2= jika faktor vertikal sama penting daripada faktor vertikal

   3= jika faktor vertikal lebih penting daripada faktor vertikal

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

$$\frac{Xi}{\sum_{i=1}^{n} Xi} = ai$$

Keterangan:

ai = bobot faktor ke-i

Xi = nilai faktor ke-i

i = 1,2,...,n

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 10 Pembobotan Matriks EFE "Paired Comparation"

Faktor Penentu Eksternal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : (David dalam Nuraeni, 2018)

3) Hitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai pada 1 (*poor)* berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kedalam kategori peluang) diberi nilai +1 sampai +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, yaitu ancaman merupakan kebalikannya.
4) Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh pembobotan dalam kolom 4, dengan hasil yang berupa pembobotan skor dimulai dari 4,0 (*outstanding)* sampai dengan 1,0 (*poor).*
5) Kolom 5 digunakan untuk memberikan komentar atau catatan tentang alasan dari faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana cara skor pembobotan dihitung.
6) Selanjutnya, menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk mendapatkan total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internal. juga total skor ini digunakan untuk

membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam ruang lingkup yang sama.

Berikut ini tabel matriks EFE:

Tabel 3. 11 Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Internal Faktor	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Peluang: - - -			
Ancaman: - - -			
Total	1,00		

Sumber: (Umar, Husein dalam Nuraeni, 2018)

3.7.3 Positioning Kuadran SWOT

Setelah memasukkan semua data ke dalam matriks EFE dan IFE serta memberi bobot dan rating pada setiap masing-masing faktor, tahapan selanjutnya adalah menghitung skor yang didapat dari kedua matriks tersebut. Dengan maksud untuk mengetahui *positioning* dari suatu wilayah atau kawasan dilihat dari potensi yang ada. *Positioning* yang dimaksud adalah mengetahui posisi potensi dari wisata gastronomi di Kabupaten Indramayu.

Dari matrik IFE dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus:

X = Total Kekuatan – Total Kelemahan

Sedangkan dari matrik EFE diketahui sumbu Y dengan rumus:

Y = Total Peluang – Total Ancaman

Gambar 3. 2 Kuadran Positioning Faktor Internal dan Eksternal

Sumber gambar: Rangkuti, 2006

Dengan keterangan sebagai berikut:

1. Kuadran I (Positif, Positif)

   Merupakan situasi yang menguntungkan dengan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Stratgei yang diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategi*).

2. Kuadran II (Positif, Negatif)

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

3. Kuadran III (Negatif, Positif)

   Perusahaan ini menghadapi peluang pasar yang sanagt besar, namun terdapat kendala/kelemahan dari internal perusahaan. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

   Posisi ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, karena perusahaan tersebut mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.7.4 Tahap Penentuan Strategi

Tahap ini merupakan kesimpulan dalam proses analisis data. Setelah mengetahui suatu daerah berada dalam *positioning* berapa, selanjutnya yang dilalukan adalah menentukan strategi apa yang tepat digunakan utnuk eilayag tersebut menggunakan matriks TOWS/SWOT.

Matriks SWOT digunakan dalam penyusunan strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan dengan jelas peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan sehingga disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T (Rangkuti, 2006).

Tabel 3. 12 Matriks SWOT

IFAS / *EFAS*	*Strenghts (S)*	*Weakness (W)*
Opportunities (O)	*STRATEGI S-0*	*STRATEGI W-0*
Menentukan faktor berdasarkan peluang eksternal	Strategi yang digunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)	*STRATEGI S-T*	*STRATEGI W-T*
Menentukan faktor berdasarkan ancaman eksternal	Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengantisipasi ancaman	Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2006

Keterangan:

1. Strategi S-O dibuat berdasarkan pemikiran perusahaan, yaitu memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan.
2. Strategi W-O diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
3. Strategi S-T menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi dan meminimalkan ancaman dari luar perusahaan.
4. Strategi W-T didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.7.4.1. 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 (Nuraeni, 2018). Alat untuk menganalisis tahap ini adalah *QSPM (Quantutative Strategic Planning Matrix).* Analisis *QSPM* memungkinkan perusahaan untuk melakukan evaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasikan sebelumnya (David dalam Nuraeni, 2018) terdapat enam tahapan yang dibutuhkan dalam mengembangkan *QSPM,* yaitu sebagai berikut :

1. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal. Informasi tersebut diperoleh dari matriks IFE dan EFE.
2. Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang sama dengan bobot tiap faktor yang ada pada IFE dan EFE.
3. Mengevaluasi matriks pada tahapan kedua (pencocokan), dan indentifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Kemudian dicatat pada baris atas *QSPM.*
4. Menentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Score - AS).* Nilai ini mengindikasikan daya tarik relatif masing-masing strategi. Adapun nilai daya tarik yang diberikan adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik.
5. Menghitung total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Score – TAS).* Nilai ini didapat berdasarkan hasil dari perkalian bobot (langkah 2) dengan nilai daya tarik (langkah 4) dalam tiap baris. Total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif untuk masing-masing strategi. Semakin besar nilainya, maka semakin baik alternatif strategi tersebut.
6. Menghitung jumlah nilai total *TAS* pada masing-masing kolom strategi alternatif yang terpilih. Strategi dengan *TAS* tertinggi merupakan strategi yang paling layak untuk diimplementasikan.

Tabel 3. 13 Contoh Matriks QSPM

Faktor Utama	Alternatif Strategi			
	Weight	**Strategi I**	**Strategi II**	**Strategi III**
Faktor Eksternal 1. Ekonomi 2. Politik/Hukum 3. Sosial/Kebudayaan 4. Demografi/Lingkungan 5. Teknologi 6. Persaingan				
Faktor Utama	**Alternatif Strategi**			
	Weight	**Strategi I**	**Strategi II**	**Strategi III**
Faktor Internal 1. Manajemen 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Produksi/operasi 5. Penelitian/pengembangan 6. Sistem informasi				

Sumber : (Umar dalam Nuraeni, 2018)

Keterangan :

a. Faktor Internal :

1 = Sangat lemah

2 = Lemah

3 = Kuat

4 = Sangat kuat

b. Faktor Eksternal :

1 = Lemah

2 = Rata-rata

3 = Di atas rata-rata

4 = Superior