

BAB 3

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Sugiyono (2017:41) menjelaskan pengertian objek penelitian yaitu sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variable tertentu). Penulis akan melakukan penelitian dengan objek dalam penelitian ini adalah kegiatan upacara kirab ngabumi di Pulo Majeti Kota Banjar.

Subjek penelitian menurut Arikunto, S. (2017:26) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk *variable* penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Penulis akan melakukan penelitian dengan subjeknya yaitu komponen *Salapan Cinyusu*, yang meliputi pengusaha, pemerintah, pekerja, pemasok, pakar, pemerhati, penikmat, NGO, dan media.

3.1.1 Kota Banjar



Gambar 3. 1 Peta Wilayah Kota Banjar

Sumber : <http://kpud-banjarkota.go.id/peta-wilayah/>

Sejak diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 21 Februari 2002 Kota Banjar sudah berjalan 18 tahun. Dalam perkembangannya Kota Banjar merupakan jalur lalu lintas penghubung antara Provinsi Jawa Barat – Jawa Tengah

sehingga diharapkan mampu tumbuh sebagai kota industri, perdagangan, jasa dan pariwisata bagi wilayah Jawa Barat bagian timur.

Luas wilayah Kota Banjar sebesar 13.197,23 Ha, terletak diantara $07^{\circ} 19' \phi$ - $07^{\circ} 26' \phi$ Lintang Selatan dan $108^{\circ} 26' \phi$ - $108^{\circ} 40' \phi$ Bujur Timur. Berdasarkan undang-undang nomor 27 Tahun 2002 tentang Pembentukan Kota Banjar di Provinsi Jawa Barat kurang lebih 113,49 Km² atau 11.349 Ha (*kpud-banjarkota.go.id*). .

Menurut informasi pada situs resmi *kpud-banjarkota.go.id* Kota Banjar mempunyai batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara , berbatasan dengan Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis serta Kecamatan Dayeuhluhur;
- b. Sebelah Timur , berbatasan dengan Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis dan kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah;
- c. Sebelah Selatan , berbatasan dengan Kecamatan Lakbok dan Kecamatan Pamarican kabupaten Ciamis;
- d. Sebelah Barat , berbatasan dengan Kecamatan Cimaragas dan Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis.

Kota Banjar sudah memiliki beberapa tempat wisata yang bisa dijadikan destinasi masyarakat untuk berlibur. Namun di Kota Banjar sendiri belum banyak memiliki warisan alam yang bisa dijadikan tempat wisata Di Kota Banjar lebih banyak tempat wisata yang lahir dari hasil kreativitas masyarakat. Selain itu ada juga wisata budaya dan wisata sejarah walaupun tidak sebanyak daerah induknya, yaitu Kabupaten Ciamis. Kota Banjar juga berangkat dari sejarah yang sama dengan Kabupaten Ciamis, sehingga Kota Banjar sendiri memiliki wisata sejarah dan budaya yang sama-sama bisa dikembangkan. Namun hingga saat ini untuk pengembangan wisata budaya dan sejarah di Kota Banjar belum terlalu bagus dan berkembang.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Creswell (2008:46) dalam bukunya *Educational Research* penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian dimana peneliti sangat tergantung

terhadap informasi dari objek/partisipan: ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang bersifat umum, pengumpulan data yang sebagian besar terdiri atas kata-kata atau teks dari partisipan menjelaskan dan melakukan analisa terhadap kata-kata dan melakukan penelitian secara subyektif.

Menurut Noor, Juliansyah (2011:38) : Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

Yusuf (2014:331) menjelaskan bahwa pada strategi ini pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif dilakukan secara bersamaan. Prioritas kualitatif dan kuantitatif. Integritas hasil dilakukan pada tahap analisis, ketika penulis melembutkan (*mergin*), menghubungkan (*connecting*), dan melekatkan (*embedded*) dua kata yang berbeda namun dapat juga sepanjang tahap interpretasi.

Penggunaan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini yaitu dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan untuk metode kualitatif digunakan dengan wawancara dan observasi yang didukung dengan hasil dokumentasi yang dijabarkan secara deskriptif.

3.3 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer disini berupa catatan hasil wawancara dan hasil pengamatan yang dilakukan langsung di lapangan yang diperoleh melalui wawancara dengan narasumber yang memiliki peran di dalam “salapan cinyusu” serta hasil kuesioner yang diberikan kepada wisatawan yang datang pada acara prosesi kirab ngabumi di Pulo Majeti Kota Banjar.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari studi pustaka yang dilakukan penulis, literatur, penelitian terdahulu, atau buku-buku. Data didapatkan secara manual atau *online*.

Data *online* diperoleh dari situs-situs penyedia informasi mengenai Upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Observasi ini berbentuk pengamatan yang melibatkan interaksi antara peneliti dan informan dengan masuk kedalam kehidupan objek pengamatan untuk mendapatkan informasi lebih detail mengenai kegiatan Upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data primer yang dapat membantu dan melengkapi pengumpulan data yang tidak diungkapkan oleh teknik observasi dan teknik wawancara ini dilakukan dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber yaitu dari pihak pengusaha, pemerintah, pakar, pemerhati, pemasok, media, dan NGO untuk meminta keterangan atau pendapat lebih mendalam mengenai kegiatan Upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti.

3.4.3 Kuesioner/Angket

Kuesioner atau angket ini dilakukan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap acara kegiatan prosesi kirab ngabumi destinasi wisata yang ada di Pulo Majeti, Kota Banjar. Penyebaran kuesioner ini akan diberikan kepada responden yang pernah ikut atau berkunjung ke acara Prosesi Kirab Ngabumi ini.

3.4.4 Studi Literatur

Kegiatan studi literatur ini dilakukan untuk mendukung permasalahan peneliti dengan mencari sumber dari buku, jurnal, dan data dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Banjar.

3.4.5 Dokumentasi

Data dokumentasi dalam penelitian ini adalah mempelajari dokumen yang terkait dengan pengembangan potensi wisata gastronomi pada acara Prosesi Kirab Ngabumi serta data dan gambar yang telah ada. Dokumentasi ini dilakukan untuk melengkapi, mendukung serta memperkuat dalam menganalisis masalah yang sedang diteliti.

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

3.4.6 Metode Penelusuran Data Online

Penelusuran data online dilakukan dengan pencarian data di internet untuk mempermudah penulis memperoleh data yang dibutuhkan tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Data diambil dari *website* atau jurnal yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang ke acara prosesi kirab ngabumi di Pulo Majeti Kota Banjar.

3.5.2 Sample

Menurut Sugiyono (2008:81), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan rumus solvin. Kemudian dalam penelitian ini besarnya sampel yang akan digunakan sebanyak 100 responden. Berikut adalah rumus solvin yang digunakan.

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Keterangan :

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (dengan tingkat kelonggaran yang digunakan adalah 10% atau 0,01)

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

Jika tingkat kelonggaran yang digunakannya yaitu 10% (0,1) dan kemudian dapat disebutkan bahwa tingkat keakuratannya mencapai 90% (0,9), sehingga sampel dapat diambil untuk mewakili, sebagai berikut:

e = 10% atau 0,01

N = 2.000

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

$$n = \frac{2.000}{1 + 2.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.000}{1 + 20}$$

$$n = \frac{2.000}{21}$$

$$n = 95,3 = 100$$

3.6 Operasional Variabel

Operasional variabel dilakukan untuk memudahkan penulis dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

NO	Variable	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala
1.	Identifikasi Komponen Nilai Gastronomi	Gastronomi secara diferensial memiliki bidang kajian yang bersifat praktis (konversi makanan menjadi hidangan), teoritis (lekat dengan ilmu pangan), dan teknis (performa, kinerja, evaluasi sistem), serta pengembangan produk pangan itu sendiri, molekuler (transformasi fisiokimiawi pangan), geografi, sejarah, pariwisata dan sebagainya (Turgarini, 2018:20)	Nilai gastronomi yang dianalisis meliputi : 1. filosofi, sejarah, tradisi dan sosial; 2. etika dan etiket; 3. mempelajari, meneliti dan menulis makanan; 4. mencari pengalaman yang unik; 5. bahan baku; 6. masak-memasak; 7. menghidangkan; 8. mencicipi; 9. nilai gizi. (Turgarini,2018:18)	Data diperoleh dari pakar gastronomi dan pekerja dengan metode : 1. wawancara, 2. observasi, dan 3. studi dokumenter	Interval
2.	Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	Menurut Fred R. David (dalam Nuraeni, 2016:39) mengatakan bahwa analisis internal merupakan proses para	1. SDM 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Produksi atau Operasi	Data diperoleh dari pengusaha, pekerja, pemasok (petani) dan NGO dengan metode wawancara, meliputi :	Interval

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

		<p>perencana strategi mengkaji faktor internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berarti sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang paling efektif dan dapat menghadapi ancaman didalam lingkungan perusahaannya. Adapun faktor-faktor internal yang dianalisisnya mencakup SDM, pemasaran, keuangan, produksi/operasi.</p>		<p>1.Sumber Daya Manusia a) peran pengusaha b) kuantitas dan kualitas pemasok c) kualitas dan kuantitas pekerja d) masyarakat kampung siluman</p> <p>2. Pemasaran 1. metode yang digunakan dalam pemasarannya</p> <p>3. Keuangan a) sumber pendanaan</p> <p>4. Produksi a) bahan baku b) proses produksi</p>	
3.	Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	<p>Lingkungan eksternal dalam sebuah perusahaan yaitu pelaku dan kekuatan diluar perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan perusahaan tersebut. Lingkungan eksternal sendiri memiliki dua macam yaitu lingkungan mikro yang terdiri dari beberapa elemen yaitu pemasok, pesaing, dan pelanggan (Pontas, 2011:149) sedangkan lingkungan makro itu sendiri adalah suatu lingkungan eksternal perusahaan yang tidak berhubungan dan berpengaruh langsung dengan aktivitas-aktivitas perusahaan.</p>	<p>1. Lingkungan Mikro</p>	<p>Data diperoleh dari wisatawan mengenai persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata gastronomi, dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan skala <i>semantik</i>, meliputi :</p> <p>1.Daya Tarik 2.Promosi</p>	Nominal
			<p>2. Lingkungan Makro</p>	<p>Data diperoleh dari pemerinta Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Banjar, pakar gastronomi/akademisi serta Teknologi Informasi dengan menggunakan metode wawancara dan observasi meliputi :</p> <p>1).potensi atraksi wisata gastronomi pada prosesi kirab ngabumi di pulo majeti</p>	
4.	Model Pengelolaan	<p>Menurut Turgarini (2018:219) pengelolaan gastronomi sunda</p>	<p>Model pengembangan</p>	<p>Data diperoleh melalui wawancara dengan narasumber pengelola</p>	Interval

	Gastronomi Sunda	menyiratkan unsur klasik-tradisional gastronomi sunda berkaitan dengan esensi sebagai sumber energi manusia untuk bertahan hidup yang dilengkapi dan dilindungi oleh etika sosial dan etiket atau budaya makan yang baik dan santun.	gastronomi yang dianalisis meliputi 1.Utilitas Klasik-Tradisional a) piranti upacara; b) bertahan hidup; c) etika sosial atau etiket. 2.Utilitas Kontemporer-Progresif a) alat diplomasi; b) kesehatan; c) bahan cerita.	kegiatan upacara kirab ngabumi, pemerintah daerah yaitu kepala desa purwaharja serta sesepuh yang ikut andil dalam kegiatan upacara kirab ini, yang meliputi: 1. Utilitas Klasik Tradisional 2. Utilitas Kontemporer-Progresif	
5.	Rute Wisata Gastronomi	Rute wisata adalah perancangan sejumlah kegiatan dan atraksi yang berhubungan dengan proses produksi makanan yang menjadi daya tarik wisata dalam rangka mempresentasikan identitas dan budaya dari daerah yang dikunjungi (Murgado, 2013:109)	Rute wisata gastronomi yang diteliti yaitu atraksi wisata, fasilitas dan waktu.	Data diperoleh melalui kuesioner kepada wisatawan dan melalui wawancara kepada narasumber/pengelola kegiatan prosesi Kirab Ngabumi.	Interval
6.	Paket Wisata	Menurut Nuriata (2017:34), paket wisata dapat dikategorikan sebagai sebuah produk dan suatu sistem yaitu sebuah tatanan yang terdiri dari beberapa unsur penyusun tatanan tersebut yang setiap unsur penyusunannya satu sama lain saling berkaitan. Paket wisata sebagai sebuah sistem terdiri dari wisatawan, atraksi, fasilitas, dan waktu.	Paket wisata yang dianalisis yaitu: 1. paket wisata yang tersedia, 2. wisatawan, 3. atraksi wisata, 4. fasilitas wisata, dan 5. waktu.	Data diperoleh melalui hasil kuesioner kepada wisatawan dan wawancara kepada pengelola kegiatan upacara Kirab Ngabumi.	Interval

Sumber : Data Diolah Penulis, 2020

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:133), instrumen penelitian merupakan suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

dan sedang diamati. Tujuannya dari adanya instrumen penelitian yaitu mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial. Instrumen yang digunakan dalam penelitian dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan *skala likert* yaitu untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial.

Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian

Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Apa saja makanan dan minuman lokal yang disajikan pada prosesi Kirab Ngabumi?	Jenis makanan lokal	Apa saja makanan & minuman lokal yang disajikan pada prosesi Kirab Ngabumi? (makanan kudapan, makanan sepinggan, minuman)	1. Pemangku Adat 2. Masyarakat Adat	1. Wawancara 2. Observasi 3. Studi Dokumenter
Bagaimana nilai gastronomi yang terkandung dalam upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti?	Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial	Bagaimana filosofi dari makanan/hasil bumi yang disajikan dalam prosesi Kirab Ngabumi?	1. Pemangku Adat 2. Masyarakat Adat 3. Ahli Gastronomi	1. Wawancara 2. Studi Literatur 3. Studi Dokumenter
		Bagaimana sejarah dari tradisi makanan yang disajikan dalam kegiatan prosesi Kirab Ngabumi?	1. Pemangku Adat 2. Ahli Gastronomi	1. Wawancara 2. Studi Literatur 3. Studi Dokumenter
		Bagaimana asal-usul pengolahan hasil bumi hingga bisa menjadi makanan yang bisa disajikan?	1. Pemangku Adat 2. Ahli gastronomi	1. Wawancara 2. Studi Literatur 3. Studi Dokumenter
		Mengapa jenis makanan tersebut disajikan dalam kegiatan upacara Kirab Ngabumi?	1. Pemangku Adat 2. Ahli gastronomi	1. Wawancara 2. Studi Literatur 3. Studi Dokumenter
	Etika dan Etiket	Ritual apa saja yang harus dilaksanakan sebelum, pada saat dan setelah mengolah sajian? Bagaimana pelaksanaannya?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara 2. Studi Literatur 3. Studi Dokumenter
		Hal apa saja yang dilarang dan diperbolehkan dalam proses ritual pengolahan hasil bumi tersebut?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara 2. Studi Dokumenter

		Apa saja syarat dan ketentuan bagi pengelola hasil bumi saat ritual sedang dilaksanakan?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara 2. Studi Dokumenter
Mempelajari, meneliti, dan menulis		Bagaimana pengetahuan dan kegiatan ini diwariskan?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara 2. Observasi
		Apakah ada dokumentasi tertulis mengenai resep atau penelitian terkait?	1. Pemangku Adat 2. Masyarakat Adat 3. Pekerja	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana <i>timeline</i> pengelolaan hasil bumi serta pembuatan makanan dari hasil bumi dalam kegiatan upacara Kirab Ngabumi ini?	1. Pemangku Adat 2. Pekerja	1. Wawancara 2. Observasi
	Bahan Baku	Bahan apa sajakah yang digunakan dalam pembuatan makanan olahan hasil bumi?	1. Pemangku Adat 2. Pekerja	1. Wawancara 2. Observasi
		Darimana bahan-bahan untuk olahan makanan tersebut didapatkan?	1. Pemangku Adat 2. Pekerja 3. Pemasok	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana ketentuan dalam pemilihan bahan untuk pengolahan makanan tersebut?	1. Pemangku Adat 2. Pekerja 3. Pemasok	1. Wawancara 2. Observasi
	Masak-memasak	Bagaimana cara membuat makanan olahan hasil bumi tersebut?	1. Pemangku Adat 2. Masyarakat Adat	1. Wawancara 2. Observasi
		Alat apa saja yang digunakan dalam proses pengolahan bahan baku hasil bumi tersebut?	1. Pemangku Adat 2. Masyarakat Adat	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana ketentuan dalam proses mengolah hasil bumi dan makanan olahan yang dibuat ?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara 2. Observasi
	Menghidangkan	Bagaimana cara menghidangkan bahan hasil bumi serta makanan olahan dari hasil bumi tersebut?	1. Pemangku Adat 2. Ahli gastronomi	1. Wawancara 2. Observasi
Alat apa saja yang digunakan untuk menyiapkan makanan tersebut?		1. Pemangku Adat 2. Ahli Gastronomi	1. Wawancara 2. Observasi	
	Mencicipi	Bagaimana ketentuan dalam mencicipi sajian	1. Pemangku Adat	1. Wawancara 2. Observasi

		makanan olahan hasil bumi itu?	2. Ahli Gastronomi	
	Nilai Gizi	Bagaimana nilai gizi yang terkandung dalam bahan-bahan hasil bumi serta makanan olahannya?	1. Pemangku Adat 2. Ahli Gastronomi	1. Wawancara 2. Observasi
Bagaimana pengaruh faktor internal pada prosesi Kirab Ngabumi dengan menggunakan analisis SWOT?	SDM	Bagaimana komunitas ini bisa terbentuk?	1. Pengusaha/Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana cara menarik orang untuk bergabung ke dalam komunitas ini?	1. Pengusaha/Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Apakah orang-orang di dalam komunitas ini memiliki pengetahuan budaya atau kepariwisataan yang cukup?	1. Pengusaha/Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Berapa banyak orang yang telah bergabung ke dalam komunitas ini?	1. Pengusaha/komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana sistem pembayaran pekerja dalam mengelola kegiatan ngabumi ini?	1. Pekerja	1. Wawancara 2. Observasi
		Kegiatan apa saja yang dilakukan para pekerja dalam mengelola kegiatan upacara Kirab Ngabumi ?	1. Pekerja	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana cara menjaga ketersediaan bahan baku/hasil bumi ?	1. Pemasok	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana jika bahan baku tidak bisa dikelola/gagal panen?	1. pemasok	1. Wawancara 2. Observasi
		Pemasaran	Bagaimana target pasar dari kegiatan upacara Ngabumi ini?	1. Pengusaha 2. Komunitas
		Bagaimana sistem pemasaran/promosi kegiatan upacara Ngabumi ini?	1. Pengusaha 2. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
Keuangan	Darimana sumber daya yang digunakan dalam kegiatan upacara Kirab Ngabumi ini?	1. Pengusaha 2. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi	
	Apakah kegiatan ini menghasilkan keuntungan yang bisa dibagikan (<i>Profit Sharing</i>) kepada pihak-	1. Pengusaha 2. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi	

		pihak yang ikut serta dalam kegiatan Ngabumi ini?		
		Apakah ada iuran sukarela dan pengelolaan keuangannya?	1. Pengusaha 2. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
Produksi		Dimana tempat pengelolaan hasil bumi yang akan disajikan dalam kegiatan upacara Kirab Ngabumi ini?	1. Pengusaha 2. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Apakah terdapat bahan baku yang tersedia di luar daerah Kota Banjar?	1. Pengusaha 2. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Apakah pengunjung dapat ikut serta/melihat kegiatan proses pemanenan hasil bumi atau kegiatan pengolahan makanan olahannya?	1. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Apakah terdapat standar resep untuk pembuatan makanan olahan hasil bumi?	1. Pengusaha 2. Komunitas	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana cara menjaga ketersediaan bahan baku hasil bumi tersebut?	1. Pemasok	1. Wawancara 2. Observasi
		Bagaimana jika hasil bumi itu gagal panen?	1. Pemasok	1. Wawancara
	Bagaimana pengaruh faktor eksternal pada prosesi Kirab Ngabumi dengan menggunakan analisis SWOT?	Lingkungan Makro	Seberapa besar potensi wisata upacara kirab ngabumi untuk menarik wisatawan berkunjung?	1. Pemerintah Daerah (Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Banjar?)
		Bagaimana cara pemerintah dalam mengembangkan dan melestarikan serta memperkenalkan kegiatan upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti?	1. Pemerintah daerah (Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Banjar)	1. Wawancara
		Bagaimana bentuk dukungan pemerintah daerah pada upacara Kirab Ngabumi ini?	1. Pemerintah daerah	1. Wawancara
		Bagaimana peran dari akademisi dalam membangun wisata gastronomi di Kota Banjar?	1. Pemerhati / akademisi	1. Wawancara

		Apa saja inovasi dan strategi yang dilakukan para akademisi pada kegiatan upacara Kirab Ngabumi Di Pulo Majeti?	1. Pemerhati / akademisi	1. Wawancara
		Apa kritik dan saran dari akademisi mengenai kegiatan upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti?	1. Pemerhati / akademisi 2. Ahli gastronomi	1. Wawancara
		Bagaimana tanggapan akademisi apabila ada wisata gastronomi khusus dalam upacara prosesi Kirab Ngabumi?	1. Pemerintah daerah 2. Ahli Gastronomi	1. Wawancara
		Seberapa besar peran dan kontribusi NGO/LSM untuk mengembangkan dan melestarikan kegiatan upacara Kirab Ngbumi di Pulo Majeti?	1. NGO/LSM	1. Wawancara
		Apakah ada komunitas lain yang mendukung kegiatan ini?	1. NGO/LSM	1. Wawancara
		Apa media promosi untuk memperkenalkan kegiatan upacara Kirab Ngabumi ini?	1. Teknologi informasi/media 2. Pemerintah Daerah	1. Wawancara
		Media apa sajakah yang sudah ikut serta/bergabung dalam kegiatan prosesi upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti?	1. Media 2. Pemerintah Daerah	1. Wawancara
Bagaimana rute gastronomi pada prosesi Kirab Ngabumi di Pulo Majeti?	Mengunjungi area perkebunan, pertanian, atau peternakan	Darimanakah bahan-bahan hasil bumi didapatkan serta bahan untuk pengolahan bahan makanannya?	1. Pemasok 2. Pemangku Adat	1. Wawancara
	Mengunjungi area produksi atau tempat pengolahan produk?	Dimana tempat pembuatan makanan yang disediakan dalam prosesi Kirab Ngabumi di Pulo Majeti?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara
		Aktifitas apa saja yang dapat dilakukan di lokasi tersebut?	1. Pemangku Adat 2. Pemerintah Daerah	1. Wawancara
		Bagaimana cara mempelajari serta cara pengolahan hasil bumi serta makanan olahannya?	1. Pemangku Adat 2. Pemasok	1. Wawancara
		Apakah makanan tersebut bisa disajikan setiap waktu?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara

	Mengunjungi Museum atau tempat yang menyediakan informasi mengenai produk?	Dimana pengunjung bisa mendapatkan informasi mengenai makanan yang disajikan dalam prosesi kirab? (sejarah kegiatan, makanan olahan dan hasil bumi)	1. Pemerintah Daerah 2. Pemangku Adat	1. Wawancara
	Mencicipi produk dan makanan lokal daerah?	Bagaimana cara mencicipi makanan yang disajikan dalam prosesi Kirab Ngabumi tersebut?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara
		Bagaimana cara menikmati makanan lokal yang ada pada prosesi Kirab Ngabumi?	1. Pemangku Adat	1. Wawancara
	Membeli produk dari warga lokal	Produk apa saja yang bisa dijadikan souvenir/oleh-oleh pada kegiatan upacara Kirab Ngabumi?	1. Pemangku Adat 2. Pemerintah Daerah	1. Wawancara
		Dimana pengunjung bisa mendapatkan produk tersebut?	1. Pemangku Adat 2. Pemerintah daerah	1. Wawancara
	Mengunjungi pameran / festival	Adakah acara atau kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan upacara Kirab Ngabumi di Pulo Majeti?	1. Pemangku Adat 2. Pemerintah Daerah	1. Wawancara
	Tinggal di daerah yang berkaitan dengan rute	Dimana lokasi yang bisa dijadikan sebagai tempat menginap bagi para pengunjung atau wisatawan?	1. Pemangku Adat 2. Pemerintah daerah	1. Wawancara

Sumber : Data Diolah Penulis (2020)

2.8 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Siregar (2016:162) menyatakan bahwa validitas yaitu uji untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk mengemukakan suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Jika r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan tidak valid dan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan valid (Muhidin dan Abdurahman ,2017:30).

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

Pada penelitian ini peneliti akan melakukan uji validitas data sebagai alat untuk mengetahui validitas data dari hasil data yang telah diperoleh penulis yaitu dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 22 for windows. Berikut hasil perhitungan uji validitas ke 30 responden yang mengunjungi kegiatan upacara kirab ngabumi di Pulo Majeti.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Responden

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil Uji
Fisiologi				
1	X1.1	0,643	0,361	VALID
2	X1.2	0,767	0,361	VALID
3	X1.3	0,858	0,361	VALID
4	X1.4	0,657	0,361	VALID
Perhatian				
5	X1.5	0,746	0,361	VALID
6	X1.6	0,837	0,361	VALID
7	X1.7	0,760	0,361	VALID
8	X1.8	0,861	0,361	VALID
Daya Tarik				
9	X2.1	0,781	0,361	VALID
10	X2.2	0,536	0,361	VALID
11	X2.3	0,917	0,361	VALID
12	X2.4	0,617	0,361	VALID
Promosi				
13	X2.5	0,518	0,361	VALID
14	X2.6	0,819	0,361	VALID
15	X2.7	0,724	0,361	VALID
16	X2.8	0,851	0,361	VALID
Aspek Kognitif				
17	Y.1	0,763	0,361	VALID
18	Y.2	0,804	0,361	VALID
19	Y.3	0,701	0,361	VALID
Aspek Afektif				
20	Y.4	0,762	0,361	VALID
21	Y.5	0,830	0,361	VALID
22	Y.6	0,754	0,361	VALID

23	Y.7	0,830	0,361	VALID
Aspek Konatif				
24	Y.8	0,876	0,361	VALID
25	Y.9	0,692	0,361	VALID
26	Y.10	0,692	0,361	VALID
27	Y.11	0,771	0,361	VALID

Sumber : Data Diolah Penulis (2020)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh data yang diperoleh dari pernyataan pada kuesioner responden mengenai persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata gastronomi pada Prosesi Kirab Ngabumi di Pulo Majeti dikatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Muhidin dan Abdurahman (2017:37) menyatakan bahwa uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

Uji reliabilitas instrumen dapat diukur menggunakan beberapa formulasi pengukuran, diantaranya adalah koefisien *alpha cronbach*, bentuk rumusnya yaitu:

$$r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

r = *coefficient reliability instrument*

K = banyak butir pertanyaan

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

$\sigma^2 t$ = total varians

Jumlah varian butir dapat didapatkan dengan cara mencari nilai varians tiap item, kemudian dijumlahkan. Rumus yang digunakan untuk mencari varians dari tiap item yaitu :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

\sum = varians tiap butir

x = jumlah skor tiap butir

N = jumlah responden

Untuk melihat ketepatan instrumen yang digunakan dalam penelitian tersebut maka harus melakukan uji coba dengan cara penyebaran kuesioner kepada beberapa responden, minimal sampel sebanyak 30 responden.

Menurut Sujarweni V. Wiratna (2014), dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (6%) maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten. Namun jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 (6%) maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Responden

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Minimal <i>Cronbach Alpha</i>	N of Items	Hasil Uji
X1	0,600	0,901	8	Reliabel
X2	0,600	0,850	8	Reliabel
Y	0,600	0,929	11	Reliabel

Sumber : Data Diolah Penulis (2020)

Nilai setiap nilai *Cronbach Alpha* lebih memiliki nilai diatas 0,600, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner dapat dikatakan reliabel.

2.9 Teknik Analisis Data

Proses ini dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh baik melalui hasil kuesioner atau wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu :

3.9.1 Analisis Kuesioner

Penelitian ini menggunakan skala *semantic differential* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, namun bentuknya tidak berupa pilihan ganda ataupun *checklist*. Bentuknya tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis, sedangkan jawaban yang “sangat negatif” terletak dibagian kiri garis atau bisa saja sebaliknya.

3.9.2 Analisis Kuantitatif

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014:206).

3.9.2.1 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017:64). Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H_0 = aspek-aspek persepsi wisatawan (Y) tidak berpengaruh terhadap faktor internal persepsi wisatawan (X_1) dan faktor eksternal persepsi (X_2).

H_1 = aspek-aspek persepsi wisatawan (Y) berpengaruh terhadap faktor internal persepsi (X_1) dan faktor eksternal persepsi (X_2).

3.9.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Sugiyono, 2016:192). Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan seperti berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

- Y = Variabel Dependen
- α = Harga Konstanta
- b_1 = Koefisien Regresi Pertama
- b_2 = Koefisien Regresi kedua
- X_1 = Variabel Independen Pertama
- X_2 = Variabel Independen Kedua

3.9.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.9.2.4 Uji t (Signifikan Parsial)

Priyastama (2017:88) menyatakan bahwa uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, serta dapat digunakan untuk menentukan uji hipotesis masing-masing variabel.

3.9.2.5 Uji F (Signifikan Simultan)

Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

- a. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel;
- b. Kriteria keputusan :
 - Uji Kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$
 - Uji Kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

3.9.3 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Menurut Rufaidah (dalam Nuraeni, 2018:47) SWOT adalah salah satu strategi untuk menggambarkan bagaimana manajemen menyelaraskan peluang-peluang dan ancaman-ancaman yang dihadapi organisasi dengan kekuatan dan kelemahannya, sehingga menghasilkan empat rangkaian alternatif strategi.

Metode analisis SWOT dipilih karena merupakan bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif atau memberi gambaran terhadap suatu masalah. Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi kegiatan prosesi kirab ngabumi yang aktual dan faktual sebagai faktor masukan yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing, baik itu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penggunaan metode ini nantinya diharapkan dapat menghasilkan suatu analisis dan menjadi pilihan strategis (*strategic analysis and choices*) menyeluruh, agar dapat digunakan untuk menentukan faktor penentu keberhasilan dan kegagalan. Inti dari SWOT adalah strategi gabungan dari IFE (*Internal Factors Evaluation*) dengan EFE (*External Factors Evaluation*) sehingga menghasilkan empat macam strategi kombinasi untuk dianalisis ulang.

3.9.3.1 Matriks *Internal Factors Evaluation* (IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor Internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Tahapan dari matrik IFE yaitu:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan 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). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Nilai dinilai dan dihitung menggunakan metode “*paired comparison*” yaitu metode yang digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot pada setiap faktor penentu internal serta faktor-faktor dalam struktur industri. Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan skala 1,2, dan 3, dimana arti nilai tersebut sebagai berikut :

1 = jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal

2 = jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal

3 = jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

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

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

Keterangan :

a_i = bobot faktor ke-i

X_i = nilai faktor ke-i

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

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 5 Pembobotan Matriks IFE “*Paired Comparison*”

Faktor Penentu Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : David (2004:131)

3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*)

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4, ratingnya adalah 1, sebaliknya jika kelemahannya sedikit ratingnya 4;

- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*);
- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung;
- 6) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan satu dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut tabel untuk matrik IFE.

Tabel 3. 6 Matriks Internal Factors Evaluation (IFE)

Key Internal Factors	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
-			
-			
Kelemahan			
-			
-			
Total	1,00		

Sumber : Umar, Husein (dalam Nuraeni, 2018:50)

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

3.9.3.2 Matriks External Factors Evaluation (EFE)

Analisis evaluasi faktor eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Dalam analisis ini faktor lingkungan eksternal yang akan diidentifikasi antara lain persepsi wisatawan, potensi atraksi wisata gastronomi pada prosesi kirab ngabumi.

Dalam mengevaluasi faktor tersebut menggunakan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE)

- 1) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman);
- 2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari (sangat penting) sampai dengan (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor. Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan metode “*paired comparison*” yaitu metode yang digunakan untuk memberikan penilaian bobot pada setiap faktor penentu eksternal serta faktor-faktor dalam struktur industri;

Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan Skala 1,2, dan 3, dimana arti nilai tersebut sebagai berikut :

1 = jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal

2 = jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal

3 = jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

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

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

Keterangan :

a_i = bobot faktor ke-i

X_i = nilai faktor ke-i

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

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 7 Pembobotan Matriks EFE “Paired Comparison”

Faktor Penentu Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : David (2004:131)

- 3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya besar, ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4;
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari (*outstanding*) sampai dengan (*poor*);
- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung;
- 6) Jumlahkan Skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total Skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total Skor ini dapat digunakan untuk membandingkan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut tabel untuk matrik EFE.

Tabel 3. 8 Matriks Eksternal Factors Evaluation (EFE)

Key External Factors	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan - -			
Kelemahan - -			
Total	1,00		

Sumber : Umar, Husein (dalam Nuraeni, 2018:50)

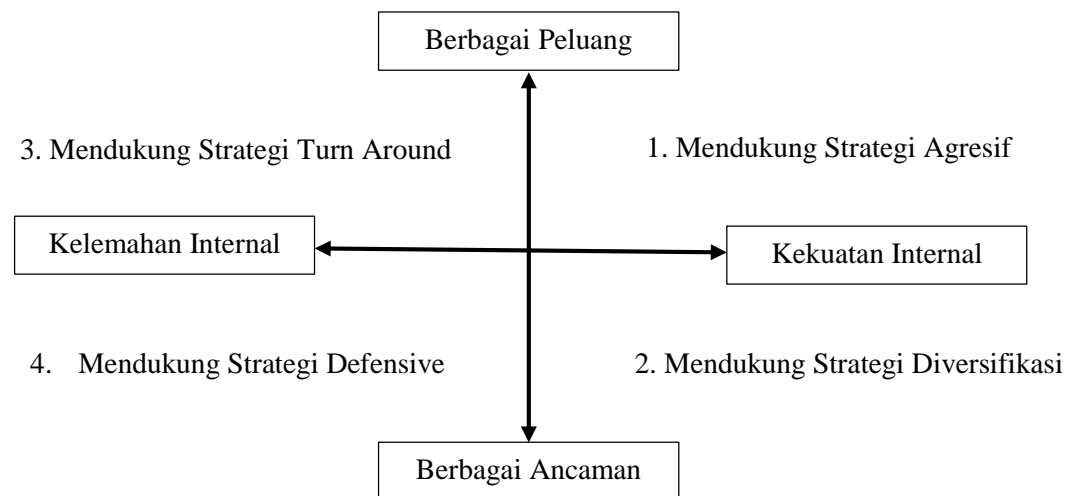
3.9.3.3 Positioning Kuadran SWOT

Setelah memasukan data ke dalam matrik *External Factors Evaluation* (EFE) dan *Internal Factors Evaluation* (IFE) dan memberi bobot dan rating untuk masing-masing poin, tahapan kerja yang selanjutnya adalah menghitung skor yang didapatkan dari kedua matriks tersebut, yang dimana hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui positioning, suatu wilayah atau kawasan dilihat dari potensi yang ada. *Positioning* yang dimaksud disini adalah mengetahui persepsi wisatawan serta potensi atraksi wisata gastronomi pada acara prosesi kirab ngabumi. Dari matriks IFE dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus :

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

Sedangkan untuk matrik EFE dapat diketahui sumbu Y dengan rumus:

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



Gambar 3. 2 Kuadran Positioning Faktor Internal dan Eksternal

Sumber : Rangkuit (dalam Nuraeni, 2018:53)

Keterangan :

1. Kuadran I (Positif, Positif)

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

2. Kuadran II (Positif, Negatif)

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

3. Kuadran III (Negatif, Positif)

Disini perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, namun di lain pihak menghadapi jika beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran ini mirip dengan *Question Mark* pada BCGH Matrix. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik;

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Dalam kuadran ini merupakan situasinya sangat tidak menguntungkan. Perusahaan ini menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Rangkuti (dalam Nuraeni, 2018:54).

3.9.3.4 Tahap Penentuan Strategi

Tahap ini merupakan kesimpulan dalam proses analisis data. Setelah mengetahui suatu wilayah tersebut ada di *positioning* berapa, maka tahapan kerja akhir adalah menentukan strategi apa yang akan digunakan untuk wilayah tersebut dengan menggunakan matrik TOWS/SWOT.

Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi seperti, strategi *Strengths Opportunities* (SO), *Strength Threats* (ST), *Weaknesses Opportunities* (WO), dan *weaknesses*. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 9 Tahapan Penentuan Strategi SWOT

EFAS \ IFAS	KEKUATAN (<i>strength</i>)	KELEMAHAN (<i>weakness</i>)
	Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
PELUANG (<i>Opportunities</i>)	Strategi S-O	Strategi W-O
Menentukan faktor berdasarkan peluang eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Merancang strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (<i>Threats</i>)	Strategi S-T	Strategi W-T
Menentukan faktor berdasarkan ancaman eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Merancang strategi untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (dalam Nuraini, 2018:54)

Keempat macam strategi kombinasi tersebut yaitu:

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

Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan (*strengths*) dan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki suatu bisnis tersebut. Sehingga dihasilkan strategi untuk meraih 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 mengkombinasikan komponen kelemahan (*weakness*) dan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pemanfaatan peluang yang ada 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-Threat*)

Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu, sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki sekaligus menghindari ancaman bisnis yang ada. Strategi ini berupa kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.9.3.5 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*). Menurut David (2009) analisis QSPM memungkinkan perusahaan untuk

mengevaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal diidentifikasi sebelumnya. Adapun enam tahapan yang dibutuhkan untuk mengembangkan QSPM adalah sebagai berikut :

- 1) membuat daftar peluang dan ancaman eksternal dan kekuatan kelemahan internal perusahaan. Informasi diperoleh dari matriks IFE dan EFE;
- 2) memberikan 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), dan identifikasi 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. Nilai daya tarik relatif dari masing-masing strategi. Adapun nilai daya tarik yang diberikan adalah sebagai berikut : 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 didapatkan berdasarkan hasil dari perkalian (langkah b) dengan nilai daya tarik (langkah d) 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 total TAS pada masing-masing kolom strategi alternatif strategi yang terpilih. Strategi dengan TAS tertinggi adalah strategi yang paling layak untuk diimplementasikan.

Tabel 3. 10 Contoh Matriks QSPM

Faktor Utama	Alternatif Strategi			
	Meight	Strategi I	Strategi II	Strategi III
Faktor Eksternal 1. Ekonomi 2. Politik/Hukum 3. Sosial/Kebudayaan 4. Demografi/lingkungan 5. Teknologi 6. Persaingan				

Ine Rahmawati, 2020

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP POTENSI ATRAKSI WISATA GASTRONOMI PADA PROSESI KIRAB NGABUMI DI PULO MAJETI KOTA BANJAR PROVINSI JAWA BARAT

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

Faktor Utama	Alternatif Strategi			
	Meight	Strategi I	Strategi II	Strategi III
Faktor Internal 1. Manajemen 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Produksi/operasi 5. Penelitian-pengembangan 6. Sistem Informasi				

Keterangan :

Faktor Internal	Faktor Eksternal
1 = Sangat Lemah	1 = Lemah
2 = Lemah	2 = Rata-rata
3 = Kuat	3 = Diatas rata-rata
4 = Sangat Kuat	4 = Superior