

BAB 3

OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu nilai yang ditetapkan dari dari sifat, kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mempelajari suatu hal kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, Metodologi Kualitatif dan Kuantitatif, dan R & D, 2012).

Objek dari penelitian ini adalah menganalisis aspek gastronomi makanan lokal yang terdapat di Desa Wisata Daung Ciburial Kabupaten Garut, sebagai *variable bebas (independent variable)* adalah factor-faktor yang mempengaruhi daya tarik yang meliputi Jumlah atraksi DTW, ketersediaan fasilitas pendukung wisata, ketersediaan toko *souvenir*, ketersediaan *food services*, keterlibatan masyarakat lokal, promosi dan informasi wisata, *attractions, supporting services* dan *people related factors*.

Pada penelitian ini, subjek yang dijadikan responden adalah wisatawan yang sudah pernah atau sedang berkunjung ke Desa Wisata Saung Ciburial Kabupaten Garut dan salapancinyusu.

3.1.1 Desa Wisata Saung Ciburial

Desa wisata Saung Ciburial merupakan desa wisata yang terletak di Desa Sukalaksana, Kecamatan Samarang Garut. Sekitar tahun 2008 Desa Sukalaksana merupakan sebuah desa tertinggal yang belum mampu menggali serta memanfaatkan potensi yang dimilikinya, masyarakat masih kurang produktif dan hanya bergantung pada sektor pertanian tradisi, atau memiliki kegiatan usaha di luar desa.

Mulai dirintis sejak tahun 2010, dengan bantuan dana CSR dari Chevron didukung hasil swadaya masyarakat, Desa Wisata Saung Ciburial Desa Sukalaksana Kecamatan Samarang Kabupaten Garut ini terus mengembangkan kegiatannya secara bertahap hingga bisa sampai ke tahapan yang sekarang.

Mengambil ikon nama Ciburial, yang merupakan sumber mata air, yang sekaligus merupakan gerbang masuk ke Desa Wisata di Desa Sukalaksana. Kegiatan ini memiliki falsafah sebagai sebuah upaya penggalian potensi dan gagasan yang tidak pernah kering untuk kemajuan dan kesejahteraan seluruh masyarakat di Desa Sukalaksana. (Management Desa Wisata 2020)

3.1.2 Kabupaten Garut Beserta Kondisi Geografis Kabupaten Garut

Kabupaten Garut wilayah bagian dari Provinsi Jawa Barat. Letak geografis Kabupaten Garut adalah terletak pada koordinat 6°56'49" — 7 °45'00" Lintang Selatan dan 107°25'8" —108°7'30" Bujur Timur. Dengan batas-batas sebagai berikut :

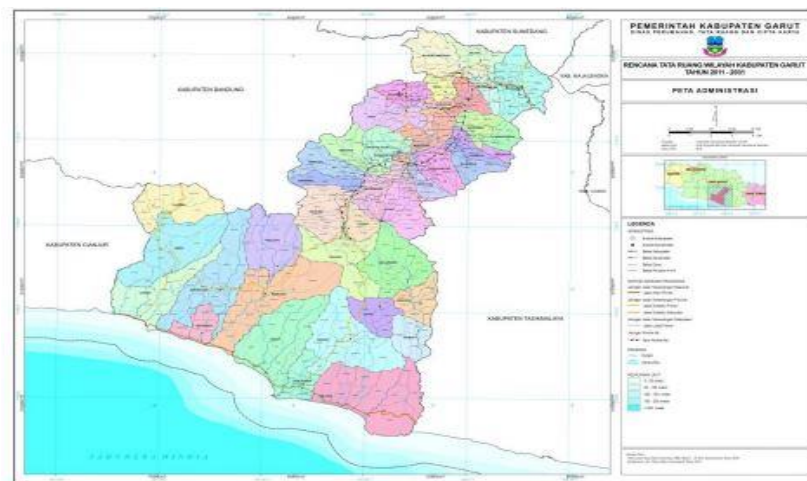
Utara : Kabupaten Bandung dan Kabupaten Sumedang

Timur : Kabupaten Tasikmalaya

Selatan : Samudera Indonesia

Barat : Kabupaten Bandung dan Kabupaten Cianjur

Gambar 3. 1 Peta Administrasi Kabupaten Garut



Secara administrative, Kabupaten Garut mempunyai luas 307.407 ha atau 8,28% dari luas wilayah Provinsi Jawa Barat yang terbagi dalam 42 kecamatan dan 422 desa dan 21 kelurahan. Kecamatan paling luas adalah kecamatan Cibalong dengan luas 21,359 ha atau 6,97% dari luas Kabupaten Garut sedangkan yang memiliki wilayah terkecil adalah kecamatan Kersamanah dengan luas 1,650 ha atau 0,54% dari luas Kabupaten Garut (Prencana Program Investasi Jangka Menengah (RPIJM) Kabupaten Garut Tahun 2015-2019).

3.2 Metoda Penelitian

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix methodes*.

Penelitian ini menggabungkan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif (Creswell, 2010). Penelitian *mixed methode* merupakan penelitian kualitatif dan kuantitatif yang digabungkan secara bersama-sama dalam satu penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komperhensif, valid, reliable dan obyektif (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, 2011).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan strategi metode campuran sekuensial /bertahap (*sequensial mixed methodes*) yaitu pada strategi eksplanatoris sekuensial. Tahap pertama dalam penelitian ini adalah menganalisis dan mengumpulkan data kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah empat terkait daya tarik Desa Wisata Saung Ciburial. Kemudian pada tahap kedua mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif dalam menjawab rumusan maslaah kesatu, kedua, ketiga dan kelima yaitu hasil wawancara pendapat narasumber terhadap identifikasi makanan lokal Desa Wisata Saung Ciburial, aspek gastronomi yang terkandung didalamnya, pengembangan gastronomi Sunda Desa Wisata Saung Ciburial dan paket wisata yaitu hasil wawancara dengan narasumber ahli terhadap potensi wisata gastronomi serta analisis SWOT terhadap Daya Tarik Desa Wisata Saung Ciburial.

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan penulis yaitu statistik deskriptif, (Sugiyono, Metodologi Kualitatif dan Kuantitatif, dan R & D. , 2012) yaitu 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.

Setelah data terkumpul, hasil akan dihitung menggunakan pendekatan skala likert. Menurut (Sugiyono, Metodologi Kualitatif dan Kuantitatif, dan R & D. , 2012, p. 93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Untuk mengukur setiap jawaban responden, digunakan skala likert yang memiliki bobot dan kategori sebagai berikut : Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), sangat setuju (5)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2009) berpendapat bahwa variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti yang selanjutnya akan diimplementasikan lebih lanjut hasilnya

Variabel merupakan sebuah konsep agar dapat diteliti secara empiris. Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut.

Agar penelitian ini dapat mengukur variabel-variabel penelitian dengan tepat, maka perlu dibuat indikator-indikator yang dapat secara *valid* dan *reliable* mengukur variabel penelitian. Hal ini sangat penting dilakukan agar dapat sesuai dengan kerangka teori yang telah dipilih sebelumnya dan dapat memudahkan untuk menyusun pertanyaan dalam kuesioner.

Beberapa definisi operasional yang terkait adalah sebagai berikut

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Kualitatif					
1.	Identifikasi makanan lokal Desa Wisata Saung Ciburial	Timbul Haryono (2015) dalam (Turgarini, 2018, p. 24)mendefinisikan makanan tradisional sebagai produk lokal yang mengandung aspek keperilakuan menyangkut tempat terjadinya proses pembuatan atau pengolahan makanan, proses penggunaan bahan baku dalam fungsi pengolahan makanan, proses deposisi yaitu mewariskan kepada generasi yang alamnya. Kontribusi bagi pariwisata dalam makanan lokal yaitu meningkatkan daya	Makanan lokal yang dianalisis meliputi Jenis-jenis makanan lokal	Data diperoleh melalui dokumentasi dan wawancara dari masyarakat desa, pengelola desa, pemerintah desa Sukalaksana (camat/kepala desa) meliputi : a. jenis makanan lokal b. filosofi makanan lokal c. sejarah makanan lokal d. asal-usul makanan lokal e. proses pembuatan makanan lokal f. bahan baku dalam proses pembuatan	likert

		saing daerah tersebut		makanan lokal	
Nilai Gastronomi	Menurut (Turgarini, 2018) gastronomi secara diferensial memiliki bidang kajian tentang aspek-aspek gastronomi yaitu gastronomi praktis (mengubah bahan baku makanan menjadi hidangan), gastronomi teoretis (ilmu pengetahuan), gastronomi teknis (performa, kinerja, evaluasi system), gastronomi makanan (penebarangan produk), dan gastronomi molekuler (transformasi fisio-kimiawi pangan). Kelima aspek tersebut memiliki karakteristik yang berbeda sesuai bidang gastronomi yang akan dilakukan.	Nilai gastronomi yang dianalisis meliputi : 1. filosofi, sejarah, tradisi dan sosial 2. etika dan etiket 3. cara memasak 4. bahan baku 5. mencicipi 6. menghidangkan 7. pengetahuan gizi 8. Mempelajari, meneliti dan menulis makanan 9. mencari pengalaman yang unik (Turgarini, 2018)	Data diperoleh dari pakar gastronomi, akademisi, dinas pariwisata, pemerintah desa sukalaksana Garut dan NGO (ICA) dan (LPM) dengan metode wawancara dan observasi meliputi : 1. filosofi, sejarah tradisi dan sosial 2. etika dan etiket 3. cara memasak 4. bahan baku 5. mencicipi 6. menghidangkan 7. Pengetahuan gizi 8. Mempelajari, meneliti dan menulis makanan 9. mencari pengalaman unik.	likert	
Model pengembangan gastronomi sunda	Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan (Turgarini, 2018) pengelolaan gastronomi sunda sebagai jantung model yang bersifat komplementer yaitu klasik- tradisional dan kontemporer-progresif. Model pengelolaan gastronomi sunda menyiratkan unsur klasik- tradisional gastronomi sunda berkaitan dengan esensi sebagai sumber energi manusia untuk bertahan hidup yang dilengkapi dan dilindungi etika sosial dan etiket atau budaya makan yang baik dan santun.	Model pengembangan gastronomi yang dianalisis meliputi : a. Unsur klasik-tradisional (unsur makanan dari kelahiran, perkawinan dan kematian) b. Unsur kontemporer-progresif (unsur diplomasi dan negosiasi, dampak positif terhadap Kesehatan, makanan sunda sebagai bahan cerita dari pengetahuan konsumen untuk rekomendasi selanjutnya.	Data diperoleh melalui wawancara dengan narasumber pengelola desa wisata, warga desa wisata, pemerintah desa Sukalaksana (camat/kepala desa) pertanyaan meliputi: a. unsur klasik-tradisional pengembangan gastronomi sunda b. unsur kontemporer progresif pengembangan gastronomi sunda .	Likert	

		Ruang penyimpan memori yang kolektif, layaknya album atau buku yang dapat dibuka ulang untuk menengok kisah kasih perjalanan hidup individu, komunitas maupun masyarakat di sepanjang hayatnya juga merupakan peran dari gastronomi sunda, selain itu gastronomi sunda merupakan bagian penting upacara adat sunda yang selalu melibatkan unsur makan dan makanan, mulai dari kelahiran, perkawinan sampai kematian			
Kualitatif (analisis SWOT)					
Faktor internal (kekuatan dan kelemahan)	Analisis internal merupakan proses para perencana strategi mengkaji factor 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.	Factor internal yang dianalisis meliputi : 1.Sumber Daya Manusia 2.Pemasaran 3.Keuangan 4.Produksi dan oprasi	Data diperoleh dari <i>management</i> Desa Wisata Saung Ciburial, pemerintah daerah, masyarakat setempat dan media dengan wawancara meliputi : 1.SDM: a. peran pengusaha b. kualitas dan kuantitas pekerja c. kualitas dan kuantitas pemasok d. kontribusi masyarakat desa wisata 2. Pemasaran : a.target pemasaran b. etoda yang digunakan dalam pemasaran 3. Keuangan : a. sumber pendanaan b. presentase pendanaan 4. proses produksi : a. bahan baku	Likert	

				b. proses produksi c. alur distribusi.	
Kuantitatif (Analisis SWOT)					
	Faktor external (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: pemasok, pesaing, dan pelanggan (Pontas, 2011, p. 49) sedangkan lingkungan makro adalah suatu lingkungan eksternal perusahaan yang tidak berhubungan dan berpengaruh langsung dengan aktivitas-aktivitas perusahaan	Factor eksternal yang dianalisis mencakup : 1.Lingkungan mikro 2.Lingkunga makro	Data diperoleh dari wisatawan mengenai wisata gastronomi dengan menyebarkan kuisisioner dengan skala <i>likert</i> meliputi: 1.Daya Tarik a. <i>attraction</i> b. <i>supporting services</i> data diperoleh dari pakar gastronomi, akademisi, Dinas Pariwisata, pemerintah Desa Sukalaksana Garut dan NGO (ICA dan LPM) dengan metode wawancara dan observasi meliputi Desa Wisata Saung Ciburial Sebagai Potensi Wisata Gastronomi di Kabupaten Garut	likert
Kuantitatif					
	Factor-faktor yang mempengaruhi daya tarik wisatawan	(vegesayi, Mavondo, & Reisinger, 2009)mengatakan bahwa factor yang mempengaruhi daya tarik yaitu:	Factor daya tarik yang dianalisis meliputi : 1. <i>attraction</i> (X1) Indikatornya terdiri dari a. <i>cultural and historical attractions</i> b. <i>natural attractions</i> c. <i>Reaction Facilities</i> d. <i>unique attractions</i> e. <i>Created attractions</i> 2. <i>supporting services</i> (X2) indikatornya terdiri	Data diperoleh melalui kuisisioner meliputi : Wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Saung Ciburial	Likert

			<p>dari:</p> <p>a. <i>accommodation facilities</i></p> <p>b. <i>destination utilities</i></p> <p>c. <i>communication facilities</i></p> <p>d. <i>destination accesbility</i></p>		
	Daya Tarik	Daya tarik wisata menurut (Kodhyat, 1996) adalah segala hal yang mendorong orang untuk berkunjung dan singgah di daerah tujuan wisata	<p>Daya tarik yang dianalisis meliputi:</p> <p>a. atraksi wisata alam</p> <p>b. fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan</p> <p>c. aksesibilitas</p> <p>d. akomodasi</p> <p>e. factor-faktor pendukung seperti kegiatan pemasaran pengembangan dan koordinasi</p>	Data diperoleh melalui kuisisioner meliputi :	likert
	Paket wisata	“paket wisata merupakan wisata yang dikategorikan sebagai sebuah sistem. Sebuah tatanan yang dikategorikan sebagai suatu sistem.” (Nuriata, 2017)	<p>Paket wisata yang dianalisis meliputi</p> <p>a. wisatawan</p> <p>b. atraksi</p> <p>c. Fasilitas</p> <p>d. Waktu</p>	Data diperoleh melalui hasil analisis dari kuisisioner dan wawancara.	

Sumber : data diolah penulis

3.5 Sumber Data

Data dari penelitian ini dilakukan dengan proses kuantitatif dan kualitatif. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif yang disajikan dalam bentuk tabel. Penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya akan berupa angka yang kemudian akan dianalisis lebih lanjut dalam bentuk analisis data. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang akan digunakan. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer yaitu data yang dibuat peneliti untuk maksud khusus untuk menyelesaikan

permasalahan yang sedang ditangani seorang penulis. Dalam penelitian ini data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer diperoleh dengan melakukan survey menggunakan kuesioner terhadap pelaku usaha wisata dan pengunjung/wisatawan , wawancara mendalam dan observasi (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan RD, 2009)

- b. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat diperoleh dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2009)

Teknik penelitian sebagai salah satu unsur yang sangat penting. Selain analisis secara kuantitatif yang akan menghasilkan serta deskriptif dari hasil analisis lapangan, untuk penelitian potensi wisata gastronomi di Desa Wisata Saung Ciburial Kabupaten Garut ini penulis juga melakukan wawancara mendalam ke beberapa narasumber dari berbagai instansi yang sudah ditentukan sebelumnya (Meleong, 2007)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Studi Kepustakaan

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

2. Kuesioner

Kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data dalam bentuk pengujian pertanyaan atau pertanyaan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk mengumpulkan persepsi wisatawan tentang variable.

2. Wawancara

Teknik wawancara menurut (Cooper, 2001) dalam (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2010) pengertian wawancara sebagai berikut :

- a. 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
- b. 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 pengelola desa wisata saung ciburial kabupaten Garut, salapan cinyusu dan wisatawan.

3. Dokumentasi

Menurut (Hamidi, 2004) metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013:240), 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 dilokasi.

4. 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. (Bugin, 2011, pp. 127-128)

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, metodologi kualitatif dan kuantitatif dan R & D, 2012) 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 tanggapan wisatawan terhadap Daya Tarik wisata gastronomi di Desa wisata saung ciburial kabupaten Garut.

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.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati” (sugiyono, 2014). 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 likert. Skala likert untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. (sugiyono, 2014) Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrument angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut :

1. SB : Sangat Baik diberi skor 5
2. B : Baik diberi skor 4
3. CB : Cukup Baik diberi skor 3
4. TB: Tidak Baik diberi skor 2
5. ST : Sangat tidak baik diberi skor 1

Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi instrument penelitian. “Kisi-kisi bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variable yang diteliti dengan sumber data atau teori yang diambil.” (Arikunto, 2006, p. 162)

3.8 Penyusunan Alat dan Pengumpulan Data

3.8.1 Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakuakn untuk mempersiapkan sebelum meneliti lapangan. Untuk menyiapkan segala bentuk perlengkapan yang diperlukan. Hal yang harus dilakukan dalam proses persiapan menurut (Meleong, 2007, pp. 127-133) adalah sebagai berikut :

- a. Memahami latar belakang, mempersiapkan diri merancang penelitian yang telah disusun , rancangan kondisi lapangan, informan yang bersangkutan , Menyusun jadwal penelitian dan mempersiapkan mental serta fisik.
- b. Mendapatkan izin penelitian
- c. Menyiapkan alat kelengkapan wawancara seperti pertanyaan wawancara, pedoman penelitian , alat perekam suara, perangkat alat tulis, alat dokumentasi dan alat komunikasi lain yang dapat menunjang dalam pengumpulan data.

3.8.2 Tahap Pengumpulan Data

Data yang sudah diperoleh, lalu dianalisis dan membaca ulang kembali catatan-catatan yang sudah dilakukan dilapangan hasil dari wawancara untuk menemukan pola-poa yang muncul. Temuan tersebut digabungkan dalam bentuk narasi (Emzir, 2011)

Setelah melakukan analisis, maka peneliti melakukan proses pendalaman pustakan yang dilakukan untuk pengolahan data dan menjustifikasi teori yang mungkin ditemukan dalam proses pengumpulan data (Meleong, 2007, p. 280)

3.9 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.9.1 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. (Ghazali, 2013)

Pada penelitian ini penulis menggunakan aplikasi SPSS sebagai alat untuk mengetahui validitas data dari hasil data yang telah diperoleh. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas ke 30 responden Desa Wisata Saung Ciburial yang telah diuji

dengan aplikasi SPSS sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Uji Validitas Responden X1 (Attraction)

Variabel	N	Nilai R Tabel 1%	Nilai R Tabel 5%	Nilai R Hitung	Keputusan
Unsur Sejarah					
X1.1	30	0,463	0,361	0,847	Valid
Wisata Budaya					
X1.2	30	0,463	0,361	0,767	Valid
Fasilitas					
X1.3	30	0,463	0,361	0,693	Valid
Kegiatan Rekreasi					
X1.4	30	0,463	0,361	0,760	Valid
Wisata Yang Unik					
X1.5	30	0,463	0,361	0,705	Valid
Fasilitas Perbelanjaan					
X1.6	30	0,463	0,361	0,765	Valid
Daya Tarik Wisata					
X1.7	30	0,463	0,361	0,580	Valid
Atraksi Wisata Berbasis Alam					
X1.8	30	0,463	0,361	0,635	Valid

Sumber: data diolah penulis 2020

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Responden X2 (Supporting Services)

Variabel	N	Nilai R Tabel 1%	Nilai R Tabel 5%	Nilai R Hitung	Keputusan
Fasilitas <i>Home Stay</i>					
X2.1	30	0,463	0,361	0,815	Valid
<i>Hygiene Quantity</i>					
X2.2	30	0,463	0,361	0,686	Valid
Kualitas Listrik					
X2.3	30	0,463	0,361	0,703	Valid
Akses Internet					
X2.4	30	0,463	0,361	0,813	Valid
Akses Jalan					

X2.5	30	0,463	0,361	0,830	Valid
Akses Transportasi					
X2.6	30	0,463	0,361	0,792	Valid

Sumber : dat adiolah penulis 2020

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Responden Y (Daya Ttarik)

Variabel	N	Nilai R Tabel 1 %	Nilai R Table 5 %	Nilai R Hitung	Keputusan
Atraksi Wisata					
Y	30	0,463	0,361	0,676	Valid
Fasilitas Yang Lengkap					
Y	30	0,463	0,361	0,822	Valid
Pelayanan Makanan dan Minuman					
Y	30	0,463	0,361	0,796	Valid
Akses Transportasi					
Y	30	0,463	0,361	0,778	Valid
Pemasaran Wisata					
Y	30	0,463	0,361	0,794	
Paket Wisata					
Y	30	0,463	0,361	0,743	Valid
Pola Perjalanan Wisata					
Y	30	0,463	0,361	0,772	Valid

Sumber : dat adiolah penulis 2020

Nilai R table untuk $n=30$ dan tingkat kesalahan α 5% sama dengan 0,361

($db = n-2$). Dari data diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata variabel lebih besar nilainya dari nilai table. Artinya, semua pernyataan yang terkandung dalam variable X dan Y adalah Valid.

3.9.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan realible atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghazali, 2013).

Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas

<i>Sumber: data diolah penulis 2020 menggunakan an SPSS</i>	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Table diatas	<i>Attraction</i>	0,8668	8	0,867
	<i>Supporting Services</i>	0,866	6	0,866
	Daya Tarik	0,882	7	0,885

menunjukkan nilai Cronbach's Alpha semua variable, lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua pernyataan pada ketiga variable tersebut adalah reliabel.

3.10 Triangulasi

Triangulasi merupakan metode yang digunakan dalam menguji keabsahan data proses ini dilakukan dengan membandingkan antara informan yang diperoleh dari narasumber dengan melakukan wawancara pada situasi dan waktu yang berbeda pada suatu subjek. Peneliti melakukan pengujian kepada setiap informan untuk mendapatkan informasi dan data yang mendukung untuk penelitian. Teknik triangulasi ini digunakan untuk membandingkan informasi dari narasumber yang berbeda (Meleong, 2007).

3.11 Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh dari daya tarik terhadap potensi atraksi wisata gastronomi di Desa Wisata Sung Ciburial Kabupaten Garut

Ha : Terdapat pengaruh dari daya tarik terhadap potensi atraksi wisata gastronomi di Desa Wisata Sung Ciburial Kabupaten Garut.

3.12 Populasi dan Sampel

3.12.1 Populasi

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 Garut. Berdasarkan data badan pusat statistik (Sugiyono, metodologi kualitatif dan kuantitatif dan R & D , 2012).

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata saung ciburial sepanjang 2019 adalah 6.000 wisatawan.

3.12.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut atau lebih singkatnya sampel adalah bagian atau cuplikan dari populasi. Untuk mengetahui ukuran sampel dari populasi dengan menggunakan *aksidental sampling* yang artinya sampel ditentukan atas dasar kebutuhan dan pilihan secara kebetulan atau bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel jika orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, metodologi kualitatif dan kuantitatif dan R & D , 2012).

Penentuan pengambilan sampel pada penelitian ini 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. Penentuan responden dilakukan secara *convenient sampling*, dimana penentuan responden yang akan diteliti yaitu elemen populasi dipilih berdasarkan kemudahan dan kesediaan untuk menjadi sampel (Simomara, 2004, p. 191). Dalam 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 dan populasi, penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan mengambil populasi dari data wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Saung Ciburial tahun 2019 yaitu 6000 wisatawan, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3. 6 Data Pengujung Desa Wisata Saung Ciburial tahun 2018

BULAN	PENGUNJUNG	Jumlah Pengunjung	
		Lokal	Asing
Januari	UPTD DINKES Kec. Tawang Kota Tasikmalaya	178	
	SDIT Darul Abror	315	
	Desa Gudang Kahuripan	100	
	Kasatlantas Polres Garut	20	
	KEMENDES	6	
	P3MD Garut	220	
	PEMDA Kabupaten KLATEN	13	
Februari	Al Kahfi	17	
	SMPN 2 Samarang	71	
	KZOI Jakarta	21	
	Lokapoin Bandung	4	30
	BESTARI UTAMA BANDUNG	81	
	SMAN 7 DEPOK	236	
Maret	PA Iman Zahir	7	
	SMAN Islam PB Sudirman JAKARTA	70	
	KOMBO Jabar	300	
April	BTPN Jakarta	16	
	Qurota A'yun	260	
	KZOI Bekasi	12	
	MRL UPI	81	
	SMAN 5 DEPOK	385	
	TK At Taufik	26	
Mei	Tamu Selama Libur Lebaran	495	
Juni	KEBASNI	185	
	Darul Arqom	65	
	Pa Angga	20	
	Kel Kapolres Garut	17	
	UNPAS	7	
Juli	Pa Erna Tarogong	20	
	Desa Campaka Cirebon	90	

Agustus	Ibu Imas	100	
	Pak Agus Bandung	40	
	DPP KBPPPA	150	
	Star Energy	25	
	Penilaian Kabupaten Sehat	40	
September	Kel. Alm. E Rupisman	70	
	POT (pertandingan olah raga tradisional) se Jawa Barat	250	
Oktober	Keluarga Citra	7	
	Team Survey SMAN 8 Jakarta	26	
	Mahasiswa Asing ITB Bandung	6	50
	SDIT Persis Garut	84	
	Desa Sinar Tanjung Banjar	60	
	POKDARWIS Kab. Bantul	44	
November	SMA Al Azhar	79	
	SMP AL Amanah	290	
	Pa Eko Jakarta	20	
	SMP AL Mukhtariyah Garut	146	
	Dosen UIN Bandung	30	
	IBU Evi	50	
	SMP Al Istiqomah Garut	108	
	BAHIRAH Garut	15	
	Hotel Harmoni Tasikmalaya	50	
	Pa Reka Bandung	8	
	Ibu TITA KOPERASI	17	
	PT Everest	40	
Desember	Mrs Hyungyoung Song (ADB) (Korea Selatan)		1
	Mr Cliff Barkley (ADB) (AUSTRALIA)		1
	Mrs Yukiko Ito (ADB) (Jepang)		1
	KEMENDES	5	
	Dinas Pariwisata (Pelatihan Tata Kelola Destinasi Wisata)	30	
	PT Intisel Jakarta	75	
	PAUD Adyaksa Garut	36	
	PA Rubbi Jakarta	5	

	TK Baiturahman	62	
	TK AT Taufik Garut	15	
	MUI Jakarta	100	
	Yayasan Islam Kaffa Ciawi Tasikmalaya	56	
	TPID Sumedang	30	
	Desa Cinunuk Wanaraja Garut	15	
	Cleopatra	16	
	Yulius Jakarta	15	
	Pa Anwar Jakarta	4	
	SMAN 8 JAKARTA	360	
TOTAL JUMLAH PENGUNJUNG		5917	83
		6.000	

Sumber : *Management Desa Wisata Saung Ciburial 2019*

Menurut (sugiyono, 2014) Teknik *sampling* yang digunakan adalah *systematic random sampling*. Sample pada penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Saung Ciburial. Penentuan sample dituntukan menggunakan rumus Slovin, yaitu :

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

Keterangan : n = ukuran sampel

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang bisa ditolerir (e=0,1)

Dari rumus tersebut diperoleh hasil 98,36 atau dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.13 Teknik Analisis Data

3.13.1 Analisis Data

Menurut (Moleong, 2004, pp. 208-281) 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, Metodologi Kualitatif dan Kuantitatif, dan R & D, 2012) 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 variable yang didapatkan melalui kuesioner yaitu rangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pendapat serta penilaian wisatawan terhadap Daya tarik wisata. Sedangkan Teknik lain yaitu verifikatif dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh antara daya tarik desa wisata terhadap potensi wisata gastronomi di desa wisata saung ciburial Kabupaten Garut

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh baik melalui kuesioner dan bantuan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.13.2 Analisis Kuesioner

Penelitian ini menggunakan *skala Semantic Defferensial* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *chechlist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “*sangat positif*” terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang “*sangat negatif*” terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala yang digunakan untuk mengukur sikap/ karakteristik tertentu yang dipunyai seseorang (sugiyono, 2014).

3.13.3 Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE

3.13.3.1 Idetifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

Richad L.Daft (2010:253) dalam (Nisak, 2013, p. 2) menyebutkan bahwa SWOT merupakan analisis untuk mengetahui kekurangan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu perusahaan untuk menentukan kinerja, data yang didapatkan dari berbagai sumber, seperti pemasok, pemerintah, konsumen dan yang lainnya.

Metode ini mengarah pada *brainstorming* untuk menciptakan strategi- strategi alternative yang mungkin tidak terpikiran oleh manajemen. Metode analisis SWOT dipilih karena merupakan bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif atau memberi gambaran terhadap suatu masalah. Analisis ini menempatkann situasi dan kondisi Desa Wisata Saung Ciburial yang actual dan factual sebagai factor masukan yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing, baik itu kukuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Penggunaan metode ini nantinya diharapkan

akan menghasilkan suatu analisis dan pilihan strategis (*strategic analysis and choices*) yang menyeluruh, agar dapat digunakan untuk menentukan factor penentu keberhasilan dan factor kegagalan. SWOT mempunyai tujuan untuk memilah pokok masalah dan memudahkan dalam pendekatan strategis. Selain itu diharapkan pengembangan wisata gastronomy yang dilakukan senantiasa terfokus dan terarah. Inti dari SWOT adalah perumusan strategi gabungan IFE (*Internal Factors Evaluation*) dengan komponen EFE (*External Factors Evaluation*) sehingga menghasilkan empat macam strategi kombinasi untuk dianalisa lebih lanjut.

1. **Matriks Internal Factors Evaluation (IFE)**

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor Internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting, berikut tahap kerja dari matrik IFE :

Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan susunlah dalam kolom 1 (5 sampai 10 kekuatan dan kelemahan)

Beri bobot masing-masing factor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut posisi strategis dalam Desa Wisata (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan metode “*paired comparison*”, yaitu metode yang digunakan untuk memberikan

penilaian terhadap bobot pada setiap factor penentu internal serta factor- faktor dalam struktur industry. Penentuan bobot dari setiap factor digunakan skala 1,2 dan 3 dimana arti nilai tersebut sebagai berikut :

1 = jika faktor horizontal kurang penting dari factor vertical

2 = jika faktor horizontal sama penting dari factor 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 sebagai 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

$i = 1, 2, \dots, n$

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 3. 7 Pembobotan Matriks IFE "Paired Comparison"

Faktor Penentu				
Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : (David, 2009)

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. Variable yang bersifat positif (semua variable 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 variable yang bersifat negative, kebalikannya. Contohnya jika kelemahan Desa Wisata besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan Desa Wisata dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4, ratingnya adalah 1, sebaliknya jika kelemahannya sedikit ratingnya 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*)

Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi Desa Wisata yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana Desa Wisata bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan Desa Wisata lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut table untuk matrik IFE.

Tabel 3. 8 Matriks Evaluation Faktor Internal (IFE)

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

Sumber : (Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis , 2008, p. 249)

2. Matrikx External Factors Evaluation (EFE)

Analisis evaluasi faktor eksternal dikaukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Dalam analisis ini faktor lingkungan eksternal yang akan diidentifikasi antara lain pakar gastronomi, penikat, pemerintah, Teknologi Informasi.

Dalam mengevaluasi faktor tersebut menggunakan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE). Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor sinergis. 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 industry. 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 vertical
 2 = jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertical

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:

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

a_i = bobot faktor ke-i

X_i = nilai faktor ke-i

$i = 1,2,\dots,n$

bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3. 9 Pembobotan Matriks EFE "Paired Comparison"

Faktor Penentu Eksternal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : (Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis , 2008)

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 adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya besar, ratingnya adalah

1, sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 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, (*outsanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

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, (*outsanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

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 perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industry yang sama. Berikut table untuk matrikx EFE.

Tabel 3. 10 Matriks EFE

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

Sumber : (Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis , 2008, p. 249)

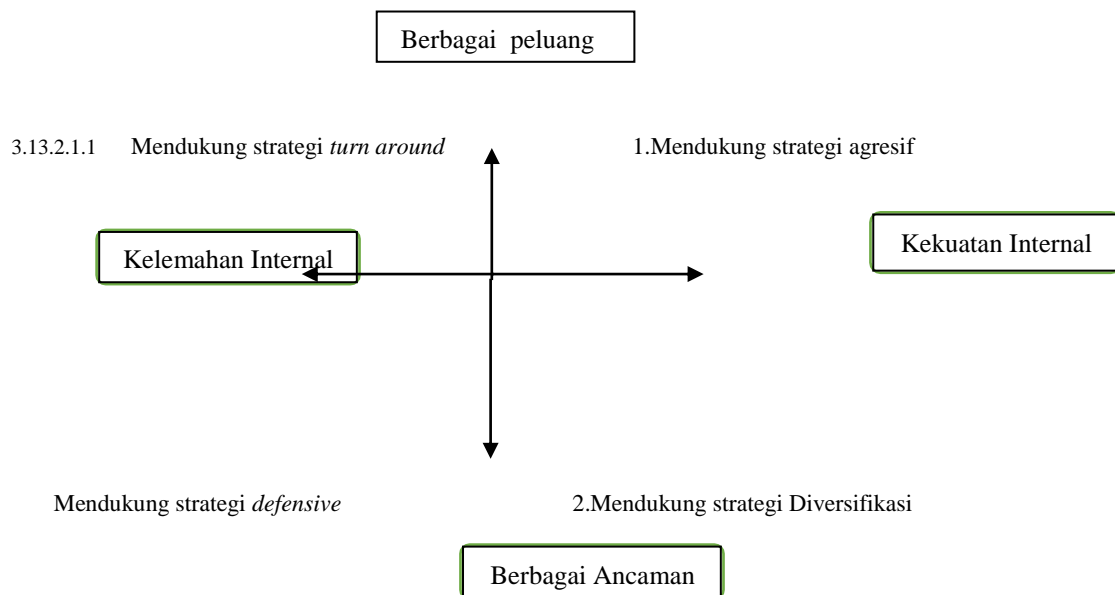
3.13.4 Positioning Kuadran SWOT

Setelah memasukan data kedalam matrik *Eksternal 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 didapat dari kedua matriks tersebut, yang dimana hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui *positioning* yang dimaksud disini adalah mengetahui posisi potensi Desa Wisata Saung Ciburial. Berikut tahapan kerja untuk menemukan *positioning* kuadran SWOT. Setelah sebelumnya membahas matrik IFE dan EFE dapat diketahui posisi sumbu x dengan rumus sebagai berikut :

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

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

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



Gambar 3.5 Kuadran Positioning Faktor Internal dan Eksternal

Sumber: (Rangkuti, 2014)

Keterangan (Rangkuti, 2014, p. 21)

1. Kuadran I (Positif, Positif)

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

2. Kuadran II (Positif, Negatif)

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini 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)

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG Matrix. Fokus Strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

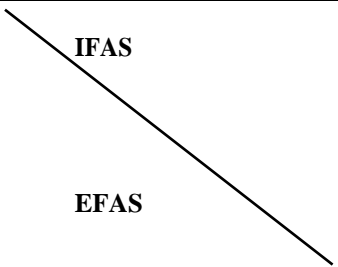
Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.13.5 Tahap Penentuan Strategi

Tahapan 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 TOWO/SWOT.

Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi seperti strategi *Strengths Opportunities (SO)*, *Strenght Threats (ST)*, *Weakness Opportunities (WO)*, dan *weaknesses*. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 3. 11 Matriks Analisis SWOT

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 factor berdasarkan 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 untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman.

Sumber: (Rangkuti, 2014)

Keempat macam strategi kombinasi tersebut adalah :

1. Strategi S – O (*Strenght – 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 komonen kelemahan (*weakness*) dan peluang (*Opportunity*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan startegi 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 ada serta menghindari ancaman.

3.13.6 Tahap Keputusan

Menurut (David, 2009) mengatakan bahwa tahap keputusan merupakan tahap terakhir dalam formulasi strategi, yaitu dengan menetapkan alternative strategi dimana perusahaan menetapkan strategi yang baik untuk terlebih dahulu dilaksanakan. Alat untuk menganalisis pada tahap ini adalah QPSM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis QPSM memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi alternative strategi secara objektif, berdasarkan factor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Adapun enam tahapan yang dibutuhkan untuk mengembangkan QPSM adalah sebagai berikut :

1. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal, kekuatan dan kelemahan
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 identifikasi alternative strategi yang harus dipertimbangkan internal perusahaan. Informasi diperoleh dari matriks IFE dan EFE
4. organisasi untuk diimplementasikan, kemudian dicatat pada bar
5. is atas QPSM.
6. Menentukan nilai daya tarik (*attractiveness score-AS*). Nilai ini mengindikasikan daya tarik relative masing-masing strategi. Nilai daya tarik relative 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.

7. Menghitung total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Score-TAS*) nilai ini didapatkan berdasarkan hasil dari perkalian bobot (langkah b) dengan nilai daya tarik (langkah d) dalam tiap baris total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relative untuk masing-masing strategi. Semakin besar nilainya, maka seakin baik alternative tersebut.
8. Menghitung jumlah total TAS pada masing-masing kolom strategi alternative strategi yang dipilih. Strategi dengan TAS tertinggi adalah strategi yang paling layak untuk diimplementasikan

Tabel 3. 12 Contoh Matriks QSPM

Faktor Utama	Alternatif Strategi			
	Weight	Strategi I	Weight	Strategi III
Faktor Eksternal 1.Pakar Gastronomi 2.Pemerintah 3. Penikmat 4. NGO 5. Teknologi Informasi				
Faktor Utama	Alternatif Strategi			
	Weight	Strategi I	Strategi II	Strategi III
Faktor Internal 1.Pengusaha 2.Pekerja 3. Pemasok				

Sumber : (Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis , 2008, p. 246)

Keterangan :

Faktor Internal :

Faktor Eksternal :

1 = Sangat Lemah

2 = Lemah

3 = Kuat

4 = Sangat Kuat

1 = Lemah

2 = Rata-rata

3 = Diatas rata-rata

4 = Superior