

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kombinasi atau *mixed method research*. Menurut Tashakkori & Creswell (2007, hlm. 4) secara luas metode kombinasi adalah di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis data, mengintegrasikan temuan dan menarik kesimpulan menggunakan pendekatan atau metode kuantitatif dan kualitatif.

Dijelaskan oleh Mustari & Rahman (2012, hlm. 8) metode kuantitatif merupakan kajian metode yang diungkapkan secara statistik yang dikaitkan dengan nomor dan ketepatan. Instrumen yang biasa dipakai dalam metode kuantitatif adalah angket/kuesioner, instrumen yang digunakan harus tertata dan ditentukan sebelumnya dengan baik sehingga tidak memberi banyak peluang bagi fleksibilitas, refleksitas dan masukan imajinatif (Mulyadi, 2011. hlm 52). Sedangkan metode kualitatif adalah metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, metode ini menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dari lisan dan perilaku orang-orang yang diamati (Siyoto & Sodik, 2015. hlm 17).

Lebih jelasnya peneliti menggunakan *mixed method research* tipe *triangulasi* yang mana dalam desain *triangulasi* peneliti melakukan metode kualitatif dan kuantitatif secara seimbang dalam waktu bersamaan, baik dalam pengumpulan data maupun analisis data dalam menjawab rumusan masalah. Pengumpulan data pada metode kualitatif menggunakan wawancara, studi literatur, studi dokumentasi dan observasi, sedangkan pengumpulan data metode kuantitatif peneliti menggunakan kuesioner. Tujuan penggunaan *mixed method research* dalam penelitian ini adalah untuk mengolaborasi dan menjelaskan temuan kuantitatif berupa daya tarik wisata Waduk Jatigede sebagai destinasi wisata kuliner di Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang dan data kualitatif yang digunakan untuk menganalisis temuan lainnya.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Winarno, 2013. hlm 26). Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah wisata kuliner yang berada di kawasan wisata Waduk Jatigede Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang.

Menurut Mustari & Rahman (2012, hlm. 22) subjek penelitian dapat berupa masyarakat, institusi, kelompok atau individu. Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti mendeskripsikan subjek penelitiannya adalah wisatawan yang sudah berkunjung ke Waduk Jatigede dan para *stakeholder* yang terlibat dalam wisata kuliner di kawasan wisata Waduk Jatigede Kabupaten Sumedang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh secara langsung di lapangan didapat dari pihak pertama untuk tujuan dari penelitian tertentu, ada empat metode dalam pengumpulan data primer yaitu: wawancara, observasi, kuesioner, dan eksperimen (Sekaran & Bougie, 2016. hlm 38). Data primer merupakan data yang berbentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, perilaku atau gerak-gerik yang dilakukan oleh subjek penelitian yang dapat dipercaya (Siyoto & Sodik, 2015. hal 28). Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan dan diisi oleh responden, observasi langsung dan wawancara.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak didapat secara langsung oleh peneliti, biasanya diperoleh dari dokumen-dokumen kualitatif yang bersifat publik (laporan, koran atau makalah) ataupun privat (surat, email, dan buku harian) dan dokumen resmi berupa foto, video, segala jenis suara/bunyi atau objek-objek seni (Gumilang, 2016. hlm 155). Data sekunder diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada wisatawan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Siyoto & Sodik (2015, hlm. 50) dalam bukunya menjelaskan bahwa variabel adalah objek penelitian yang mana suatu besaran dapat berubah atau diubah sehingga dapat memengaruhi hasil penelitian atau peristiwa. Selanjutnya, Sugiyono (2013, hlm. 38) menyatakan bahwa variabel adalah suatu nilai, sifat, atau atribut dari kegiatan, obyek, atau orang yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Maka, perlu adanya indikator pada setiap variabel yang akan digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel yang digunakan. Hal ini bertujuan agar data yang dihasilkan valid dan reliabel. Berikut tabel operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis
Daya Tarik Wisata	Daya tarik wisata merupakan kemampuan suatu obyek/destinasi wisata dalam memenuhi kebutuhan wisatawan (Vengesayi et al., 2009)	Faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata yang dianalisis adalah: 1. <i>Destination attraction</i> 2. <i>Destination support service</i> 3. <i>People-Related Factor</i> (Vengesayi et al., 2009) dan daya tarik wisata yang dianalisis mencakup:	Data diperoleh dari: 1. Kuesioner 2. Observasi 3. Dokumentasi

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Atraksi 2. Amenitas 3. Aksesibilitas <p>(Zaenuri, 2012)</p>	
Wisata Kuliner	<p>Dalam pengembangannya, wisata kuliner mencakup beberapa hal menurut (Sasongko et al., 2019) yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata kuliner adalah pasar yang berkembang 2. Mengetahui seperti apa wisatawan kuliner 3. Wilayah dalam mempersembahkan wisata kuliner 4. Produk sebagai dasar wisata kuliner 5. Warisan budaya 6. Tradisi dan inovasi 7. Keberlanjutan 8. Kerja sama 	<p>Wisata kuliner yang dianalisis mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wisatawan kuliner 3. Produk wisata kuliner 	<p>Data diperoleh dengan cara:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kuesioner 2. Wawancara
Faktor Internal (Kekuatan-Kelemahan)	<p>Faktor internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dapat dikendalikan suatu perusahaan</p>	<p>Faktor internal yang dianalisis mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber Daya Manusia 	<p>Data diperoleh dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Observasi 3. Dokumentasi

	atau organisasi yang dilakukan secara baik atau buruk. Terdiri dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi, produksi dan operasi (David, 2011).	2. Pemasaran 3. Operasional	
Faktor Eksternal (Peluang-Ancaman)	Faktor eksternal menganalisis tentang peluang dan ancaman, lingkungan eksternal terdapat dua macam yaitu lingkungan makro dan lingkungan mikro (Pardede, 2011. hal. 149). Lingkungan mikro terdiri dari pesaing dan pelanggan, sedangkan lingkungan makro merupakan lingkungan eksternal yang tidak berpengaruh dan berhubungan langsung dengan	Faktor eksternal yang dianalisis mencakup : 1. Lingkungan mikro 2. Lingkungan makro	Data diperoleh dari wisatawan dengan menyebarkan kuesioner, meliputi : 1. Faktor Daya Tarik Wisata <i>a. Destination attraction</i> <i>b. Destination support services</i> <i>c. People-related factor</i> 2. Daya Tarik Wisata Data diperoleh dari pelaku usaha, pengelola,

	aktivitas-aktivitas perusahaan.		pemerintah, pakar dan komunitas pariwisata, dengan cara wawancara dan observasi, mengenai: Strategi pengembangan wisata kuliner di waduk Jatigede Kabupaten Sumedang.
Nona Helix atau Salapan Cinyusu	Nona Helix merupakan sinergi sembilan pemangku kepentingan yang didapat dari pemikiran ulang dan rekayasa ulang produk pangan untuk mendukung Bandung sebagai Kota Gastronomi, berikut Sembilan pemangku kepentingan tersebut: 1. Pelaku Usaha 2. Pemerintah 3. Pakar/Ahli 4. Akademisi	<i>Stakeholder</i> yang akan dianalisis mencakup: 1. Pelaku Usaha 2. Pemerintah 3. Pakar/Ahli 4. Akademisi 5. Pemerhati 6. Penikmat 7. NGO 8. Pemasok 9. Media	Data diperoleh dengan cara : Wawancara

	5. Pemerhati 6. Penikmat 7. NGO 8. Pemasok 9. Media		
Paket Wisata	Paket wisata adalah suatu perjalanan wisata yang mempunyai satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari beberapa, minimal dua, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap dan dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata Nuriata, 2014 dalam (Mulyani & Wirakusuma, 2016. hlm 5)	Seluruh komponen yang dibutuhkan dalam paket wisata : <ol style="list-style-type: none"> 1. Atraksi wisata 2. Fasilitas wisata 3. Wisatawan 4. Waktu 	Data diperoleh dengan cara : <ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Observasi

Sumber : Data diolah Penulis, 2021

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Siyoto & Sodik (2015, hlm. 64) menyimpulkan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri dari objek dan subjek yang

memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Populasi tidak terpaku pada makhluk hidup, tapi pada semua objek penelitian yang dapat diteliti, dan tidak hanya meliputi jumlah objek yang diteliti, akan tetapi meliputi semua sifat-sifat serta karakteristik yang dimiliki objek tersebut (Siyoto & Sodik, 2015. hlm 64). Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang melakukan kegiatan wisata ke Waduk Jatigede Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, tetapi tidak semua populasi dipilih menjadi sampel. Jadi, sampel merupakan sub kelompok atau sub set dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016. hlm 237). Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang wisatawan yang telah berkunjung ke Waduk Jatigede Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang.

3.5.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan Teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2013. hlm 81). Terdapat dua cara dalam pengambilan sampel, yaitu secara random (*random sampling, probability sampling method*) dan *nonrandom (nonrandom sampling, nonprobability sampling)* (Utama, 2016. hlm 83).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*, di mana setiap unsur dalam populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk menjadi bagian dari sampel. Jadi teknik *non probability* bersifat subyektif, tergantung pada selera peneliti yang mengambil sampel (Utama, 2016. hlm 86).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam kegiatan pengumpulan data ada dua hal yang harus diperhatikan yaitu teknik pengumpulan data dan alat pengumpulan data atau instrumen penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dipakai dalam pengumpulan data, sedangkan instrumen penelitian atau alat penelitian adalah alat bantu yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data (Mustari &

Rahman, 2012. hlm 54). Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang berfungsi sebagai bahan dalam menganalisis data, baik data statistik inferensial maupun statistik deskriptif (Mulyadi, 2011. hlm 135). Dalam penelitian ini metode angket dilakukan untuk mengambil data tentang faktor kekuatan, kelemahan, tantangan dan ancaman dari faktor internal dan faktor eksternal. Data ini diambil dari wisatawan dan para *stakeholder*.

3.6.2 Wawancara

Wawancara atau *interview* merupakan situasi sosial antara dua orang, yang melibatkan proses kedua psikologis individu secara timbal balik dalam memberikan beragam tanggapan sesuai dengan tujuan penelitian (Hardani et al., 2020. hlm 408). Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada para *stakeholder* dan pihak-pihak lain yang terkait dalam penelitian ini, untuk memperoleh informasi yang jelas dan mendalam mengenai faktor-faktor pendorong dan penghambat serta strategi pengembangan wisata kuliner yang akan dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Penulis melakukan wawancara demi memenuhi data kualitatif kepada pedagang/pengusaha, pemerintah, pengelola, pakar, pemerhati dan NGO/LSM untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan akurat.

3.6.3 Observasi

Observasi atau disebut pula pengamatan langsung merupakan bagian dalam pengumpulan data yang melakukan kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra (Winarno, 2013. hlm 108). Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung di daerah obyek wisata Waduk Jatigede,

peneliti mengelompokkan data yang ada di lokasi penelitian seperti keadaan obyek wisata kuliner, fasilitas utama dan fasilitas penunjang pariwisata dan strategi apa saja yang sudah dilakukan.

3.6.4 Studi kepustakaan

Menurut Rahmadi (2011, hlm. 72) studi kepustakaan atau studi literatur adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan bacaan atau berbagai sumber tertulis baik berupa buku (ensiklopedia, kamus, buku teks dan lainnya), jurnal, laporan penelitian (disertasi, *thesis*, dan skripsi) maupun dalam bentuk majalah, baik yang tersimpan di perpustakaan ataupun tidak (Rahmadi, 2011. hlm 72).

3.6.5 Studi dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui sejumlah informasi yang diperoleh dari berbagai dokumen baik berupa dokumen terekam (*recorded*) seperti rekaman video, film, CD, kaset dan sejenisnya; dokumen tertulis (*printed*) seperti laporan, surat, otobiografi, arsip, catatan harian, catatan kasus dan sejenisnya; dokumen verbal seperti dongeng, cerita rakyat, dan sejenisnya; maupun dokumen yang berupa dokumen material seperti buku-buku koleksi pribadi, kendaraan pribadi, rumah tempat tinggal, alat-alat rumah tangga, artefak dan sejenisnya (Rahmadi, 2011. hlm 72). Penggunaan metode ini ditujukan untuk melengkapi dan memperkuat data dari hasil wawancara, sehingga data yang diharapkan dapat diperoleh dengan lengkap, menyeluruh dan memuaskan. Data ini digunakan untuk memperoleh data jumlah wisatawan yang berkunjung, data tentang program strategi pengembangan dan data-data lain yang terkait.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1. Uji Validitas

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti, “data yang tidak

berbeda” dengan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian adalah data yang valid (Hardani et al., 2020. hlm 198). Kuesioner terlebih dahulu diuji untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya, sebelum melakukan pengumpulan data terhadap jumlah sampel yang ditentukan. Syarat yang harus dipenuhi pada setiap item apakah valid atau tidak:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel = instrumen dinyatakan valid
- b. Jika r hitung $<$ r tabel = instrumen dinyatakan tidak valid

Pada penelitian ini penulis menggunakan aplikasi *SPSS 25 for windows* sebagai alat untuk mengetahui validitas data dari hasil data yang telah diperoleh. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas ke 30 responden yang telah diuji dengan aplikasi SPSS 25:

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r hitung	r tabel	Hasil Uji
<i>Destination Attraction (X1)</i>				
1	Q1	0.666	0.361	VALID
2	Q2	0.645	0.361	VALID
3	Q3	0.726	0.361	VALID
4	Q4	0.863	0.361	VALID
5	Q5	0.734	0.361	VALID
6	Q6	0.604	0.361	VALID
7	Q7	0.661	0.361	VALID
8	Q9	0.794	0.361	VALID
9	Q10	0.781	0.361	VALID
10	Q11	0.505	0.361	VALID
<i>Support Service (X2)</i>				
11	Q1	0.684	0.361	VALID
12	Q2	0.608	0.361	VALID
13	Q3	0.468	0.361	VALID

14	Q4	0.657	0.361	VALID
15	Q6	0.788	0.361	VALID
16	Q7	0.614	0.361	VALID
17	Q8	0.400	0.361	VALID
18	Q9	0.386	0.361	VALID
19	Q12	0.466	0.361	VALID
People Related Factors (X3)				
20	Q1	0.528	0.361	VALID
21	Q2	0.582	0.361	VALID
22	Q3	0.547	0.361	VALID
23	Q4	0.511	0.361	VALID
24	Q5	0.684	0.361	VALID
25	Q6	0.638	0.361	VALID
26	Q7	0.498	0.361	VALID
Daya Tarik Wisata (Y)				
27	Q1	0.587	0.361	VALID
28	Q2	0.566	0.361	VALID
29	Q3	0.757	0.361	VALID
30	Q4	0.746	0.361	VALID
31	Q5	0.476	0.361	VALID

Sumber : Data diolah Penulis, 2021

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan terjemahan dari kata *reliability* yang berasal dari kata *rely* artinya percaya dan *reliable* yang berarti dapat dipercaya (Siyoto & Sodik, 2015. hlm 91). Menurut (Siyoto & Sodik, 2015. hlm 91) kepercayaan sangat berhubungan erat dengan konsistensi dan ketepatan. Tujuan dilakukannya uji realibilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran handal (*reliable*) apabila pengukuran dilakukan secara berulang (Utama, 2016. hlm 130). Uji relibilitas menggunakan SPSS yang dilakukan dengan *Realibility Analysis Statistic* dengan Alpha (*Cornbach*).

Jika nilai koefisien Alpha (*Cornbach*) > 0.700 maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel (cukup baik) dan di atas 0.800 (baik) (Janti, 2014. hlm 156).

Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas X1 *Destination Attraction*

Uji Reliabilitas X1			
<i>Reliability Statistics</i>			
<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai minimal <i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Hasil Uji
0.907	0.700	10	Reliabel

Sumber : Data diolah Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 3.3 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.907 dan jumlah item pertanyaannya adalah 10. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena $0.907 > 0.700$.

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas X2 *Destination Support Service*

Uji Reliabilitas X2			
<i>Reliability Statistics</i>			
<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai minimal <i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Hasil Uji
0.784	0.700	9	Reliabel

Sumber : Data diolah Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 3.4 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.784 dan jumlah item pertanyaannya adalah 9. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena $0.784 > 0.700$.

Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas X3 *Destination Attraction*

Uji Reliabilitas X3			
<i>Reliability Statistics</i>			

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai minimal <i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Hasil Uji
0.792	0.700	7	Reliabel

Sumber : Data diolah Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 3.5 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.792 dan jumlah item pertanyaannya adalah 7. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena $0.792 > 0.700$.

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Y Daya Tarik Wisata

Uji Reliabilitas Y			
<i>Reliability Statistics</i>			
<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai minimal <i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Hasil Uji
0.720	0.700	5	Reliabel

Sumber : Data diolah Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 3.6 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.720 dan jumlah item pertanyaannya adalah 5. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena $0.720 > 0.700$.

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian bertujuan untuk menjawab pertanyaan atau masalah penelitian melalui proses analisis data. Analisis data adalah kegiatan setelah data terkumpul dari seluruh responden dilakukan setelah semua data yang diperlukan dalam penelitian terkumpul (Sugiyono, 2013. hlm 147). Setelah semua data atau informasi terkumpul dari kuesioner, wawancara, studi dokumentasi, studi kepustakaan, dan observasi terkumpul, selanjutnya data akan dianalisis secara deskripsi yaitu menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Data juga akan dianalisis dengan metode analisis SWOT.

3.8.1 Analisis Kuesioner

Penelitian ini menggunakan skala *likert* yang memungkinkan responden menilai item pada serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti, setiap pernyataan memiliki lima poin dari skala *agree disagree* (Hardani et al., 2020. hlm 390) lalu data yang diperoleh masuk ke dalam kategori skala pengukuran ordinal yang menunjukkan urutan atau tingkatan di samping pengelompokan.

3.8.2 Analisis Matriks IFE dan EFE

Analisis SWOT merupakan tahap lanjutan dari proses manajemen strategi untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan internal dari suatu perusahaan serta peluang dan ancaman dari eksternal (Baadila et al., 2015. hlm 2). Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengetahui agar perusahaan dapat melihat posisinya terhadap perusahaan pesaing di industri yang sama. Analisis SWOT dilakukan melalui matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang akan menguraikan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) menguraikan faktor-faktor peluang dan ancaman perusahaan (Astuti & Ratnawati, 2020. hlm 62).

1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Setyorini et al, (2016, hlm. 49-50) menjelaskan bahwa analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi lingkungan internal perusahaan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berikut merupakan tahapan dalam penyusunan matriks IFE menurut (Ginting, 2006. hlm 2-3):

- a. Identifikasi faktor internal, dengan cara membuat daftar semua kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Data disajikan dengan faktor yang bersifat positif (kekuatan) ditulis sebelum faktor yang bersifat negatif (kelemahan).
- b. Beri bobot pada setiap faktor, dilakukan dengan cara menentukan nilai signifikansi
- c. Hitung peringkat/*rating*, menggambarkan seberapa besar efektif strategi perusahaan.

- d. Kalikan bobot dan *rating*, menentukan nilai tertimbang tiap faktor yang diperoleh dari perkalian bobot dengan peringkat/*rating* setiap faktor.
- e. Jumlahkan skor nilai tertimbang setiap faktor untuk memperoleh total nilai tertimbang. Berikut merupakan tabel matriks IFE:

Tabel 3. 7 Matriks IFE

Faktor-faktor internal kunci	Bobot	<i>Rating</i>	Nilai terbobot
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
-			
-			
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
-			
-			

Sumber: (Ginting, 2006. hlm 3)

2. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Matriks EFE merupakan instrumen untuk menganalisis lingkungan eksternal yang mengarah pada faktor peluang dan ancaman (Setyorini et al., 2016. hlm 49). Berikut adalah tahapan-tahapan dalam penyusunan matriks EFE menurut (Ginting, 2006. hlm 2-3):

- a. Identifikasi faktor eksternal yang berpengaruh terhadap perusahaan.
- b. Beri bobot pada setiap faktor, yang dilakukan dengan cara menentukan nilai signifikansi
- c. Beri *rating*/peringkat, yang menggambarkan seberapa besar efektif strategi yang dilakukan perusahaan saat ini dalam merespon faktor strategis yang ada.
- d. Kalikan *rating* dan bobot, untuk memperoleh nilai tertimbang tiap faktor, yang diperoleh dari perkalian *rating* dan bobot.
- e. Jumlahkan nilai tertimbang dari setiap faktor untuk memperoleh nilai total.

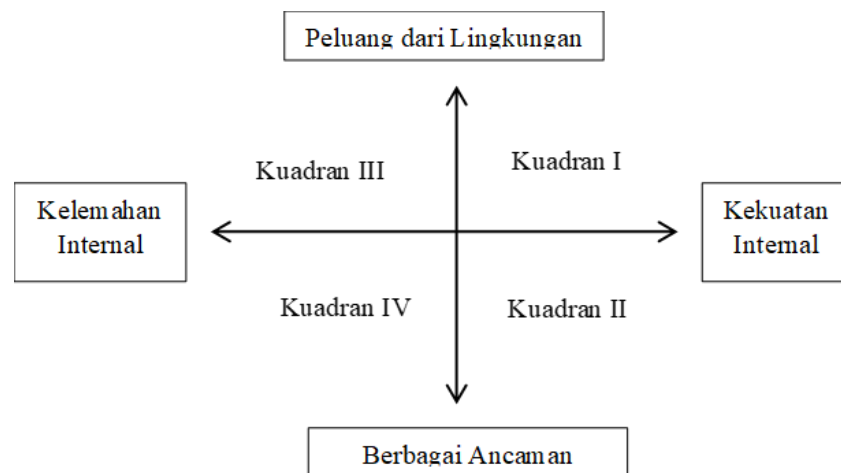
Tabel 3. 8 Matriks EFE

Faktor-faktor eksternal kunci	Bobot	Rating	Nilai terbobot
Peluang (<i>opportunities</i>)			
-			
-			
Ancaman (<i>Threats</i>)			
-			
-			

Sumber: (Ginting, 2006. hlm 3)

3.8.3 Positioning Kuadran SWOT

Setelah data dikumpulkan dan disusun ke dalam tabel sesuai dengan aturan matriks IFE dan EFE maka akan diperoleh hasil total skor.

Gambar 3. 1 Diagram Kuadran SWOT

Sumber: (Sulistiani, 2014)

(Sulistiani, 2014) menjelaskannya sebagai berikut:

1. Kuadran I: Perusahaan mempunyai peluang dan keuntungan, dalam kondisi seperti ini perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

dengan memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan serta peluang yang ada.

2. Kuadran II: Perusahaan menghadapi situasi yang tidak menguntungkan dari lingkungan, tetapi masih mempunyai kekuatan internal perusahaan yang bisa digunakan sebagai nilai tambah. Untuk situasi seperti ini, perusahaan harus menggunakan sumber daya dan kompetensinya untuk memanfaatkan peluang jangka Panjang dengan melakukan diversifikasi.
3. Kuadran III: Perusahaan mempunyai peluang yang sangat besar dari pasar tapi memiliki kelemahan dari sumber daya internal perusahaan. Dalam kondisi ini, perusahaan harus menghilangkan kelemahan internal sehingga bisa fokus untuk mengejar peluang pasar.
4. Kuadran IV: Posisi ini sangat tidak menguntungkan perusahaan, karena perusahaan memiliki hambatan pada sumber daya internal. Maka strategi yang harus diterapkan pada kondisi seperti ini adalah mengurangi atau dapat mengarahkan Kembali keterlibatan pasar atau produk yang telah menggunakan analisis SWOT.

3.8.4 Tahap Penentuan Strategi

Setelah menentukan perusahaan berada pada kondisi kuadran mana, maka tahap selanjutnya adalah menentukan strategi apa yang tepat untuk dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan posisi tersebut menggunakan matriks SWOT.

Tabel 3. 9 Matriks SWOT

Internal Eksternal	(Strength) Kekuatan	(Weakness) Kelemahan
	Faktor-faktor kekuatan internal	Factor-faktor kelemahan internal
(Opportunity) Peluang	S-O	W-O
Faktor-faktor peluang eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang	Merancang strategi untuk meminimalisasi kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang
(Threats) Ancaman	S-T	W-T
Faktor-faktor ancaman eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman	Merancang strategi untuk meminimalisasi kelemahan internal serta menghindari ancaman

Sumber: (Baadila et al., 2015. hlm 6-7)

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)
Menyusun strategi dengan cara mencocokkan kekuatan internal dan peluang eksternal perusahaan.
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)
Menyusun strategi dengan cara mencocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal perusahaan.
3. Strategi ST (*Strength-Threats*)
Menyusun strategi dengan cara mencocokkan kekuatan internal dan ancaman eksternal perusahaan.
4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)
Menyusun strategi dengan cara mencocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal perusahaan.

3.8.5 Tahap Keputusan

Tahap terakhir dalam formulasi strategi adalah penyusunan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), analisis QSPM digunakan untuk mengevaluasi strategi obyektif berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya (Setyorini et al., 2016. hlm 49). Berikut tahapan penyusunan matriks QSPM menurut (Setyorini et al., 2016. hlm 49):

1. Buat daftar kekuatan-kelemahan internal dan peluang-ancaman eksternal kunci perusahaan pada kolom kiri QSPM. Informasi ini dilihat dari matriks IFE dan EFE.
2. Beri bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal, bobot yang diberikan sama dengan bobot pada matriks IFE dan EFE.
3. Evaluasi matriks tahap 2 (pencocokkan) dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan untuk diimplementasikan.
4. Tentukan nilai daya Tarik (*attractives scores-AS*), didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya Tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu.
 - Nilai 1 = tidak menarik
 - Nilai 2 = agak menarik
 - Nilai 3 = cukup menarik
 - Nilai 4 = sangat menarik
5. Hitung nilai daya Tarik (*total attractives score-TAS*), diperoleh dengan cara mengalikan bobot dengan nilai AS. Strategi dengan Nilai TAS tertinggi adalah strategi yang paling layak untuk diimplementasikan.

Tabel 3. 10 Matriks QSPM

Alternatif Strategi	Total TAS	Peringkat
-		
-		
-		

Sumber: (Setyorini et al., 2016. hlm 51)

