BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode peneliti yang digunakan adalah menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau pelukisan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai faktor internal dan eskternal yang ada di Tebing Gunung Hawu untuk selanjutnya disusun beberapa strategi untuk pengembangan Tebing Gunung Hawu sebagai wisata minat khusus.

Dari hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Jadi penelitian ini disajikan dalam bentuk deskripsi secara narasi dan ditunjang dengan data-data yang didapat dari subyek penelitian. Dengan menggunakan metode kualitatif ini tujuannya adalah untuk menjelaskan secara mendalam tentang bagaimana kondisi dan partisipasi masyarakat untuk menjadikan Tebing Gunung Hawu sebagai wisata minat khusus.

B. Partisipan dan Tempat Penelitian

1. Partisipan

Menurut Sugiyono (100-60) *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam menentukan partisipan, peneliti menggunakan *non probability* sampling dengan teknik *purposive sampling* sebagaimana disebutkan pada Ibrahim (2015, hlm. 72) bahwa purposive sampling signifikan digunakan dalam 3 situasi sebagai berikut :

a. Peneliti menggunakan *purposive sampling* guna memilih responden unik yang akan memberi informasi penting.

b. Peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu peneliti cenderung subyektif (misalnya menentukan sampel berdasarkan kategorisasi atau karakteristik umum yang diterimakan sendiri oleh peneliti).

c. Tatkala peneliti ingin mengidentifikasi jenis responden tertentu untuk diadakan wawancara mendalam.

Partisipan dalam penelitian ini adalah:

1) Kepala Desa Padalarang

2) Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis)

3) Pengunjung

2. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Jl. Raya Pamucatan KM 21.7, Kampung Pamucatan RT. 02 / RW. 19, Desa Padalarang, Kecamatan Padalarang, Kabupaten Bandung Barat. Kordinat: 6°5'5.47"S; 107°27'37.03"T.

Gambar 3.1 Lokasi Penelitian

C. Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data penelitian, maka penelitian akan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau yang ada hubungannya dengan objek yang diteliti (Moh. Pabundu Tika:2005:44). Adapun data primer yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara dan observasi.

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2012), wawancara adalah diskusi antara dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab dengan tujuan tertentu. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari para responden dalam berbagai situasi dan konteks.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab terhadap narasumber atau subjek dalam penelitian tersebut. Data diperoleh dengan melakukan wawancara semi-terstruktur yaitu jenis wawancara yang termasuk *in-depth interview* yang pelaksanaannya lebih bebas dan terbuka dalam mengungkap ide dan pendapat dibandingkan wawancara terstruktur (Sugiyono, 2011).

Wawancara ini dilakukan kepada narasumber yang mengetahui informasi Tebing Gunung Hawu berbagai sudut. Wawancara ini menjadi teknik yang sangat penting untuk menggali informasi secara mendalam mengenai potensi yang ada di Tebing Gunung Hawu sekarang ini. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposivesampling*, dimana informan tersebut sengaja dipilih dengan tujuan dan pertimbangan tertentu. Narasumber yang dipilih untuk wawancara yaitu :

Tabel 3.1 Narasumber

Sampel	Keterangan
Pemerintah	Kepala Desa
Pengelola	Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis)
Pengunjung	Sabtu dan Minggu

Sumber: Peneliti (2017)

b. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan mengamati secara langsung kondisi Tebing Gunung Hawu dan dilakukan observasi secara pasif, yaitu peneliti datang ke tempat yang akan diamati. Peneliti mengamati keadaan tempat tersebut yang akan dijadikan sebagai wisata minat khusus.

2. Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a. Studi literatur

Menurut Nazir (1988) studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan menjadikan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan, yaitu faktor internal dan eksternal dari Tebing Gunung Hawu serta strategi yang harus diterapkan di Tebing Gunung Hawu untuk menjadikannya sebagai wisata minat khusus.

b. Studi dokumentasi

Menurut Sugiyono (2011) dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi dokumentasi untuk meninjau data-data yang dimiliki oleh pihak pengelola Tebing Gunung Hawu ataupun pihak lain yang berhubungan dengan penelitian.

c. Pencarian Data di Internet

Dilakukan untuk mempermudah penyusun memperoleh data yang dibutuhkan. Data diambil dari website dan blog yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Variabel Penelitian

Menurut kamus besar bahasa Indonesia variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Variabel penelitian menurut Sugiyono (2010: 58) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai (Singarimbun, 1989:48)

Tabel 3.2 Variabel Penelitian

Variabel	Sub.Variabel	Indikator
Faktor Eksternal	Peluang	1. Sektor Pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati 2. Teknologi yang semakin berkembang 3. Opini positif dari wisatawan 4. Melestarikan lingkungan dan budaya
	Ancaman	1. Persaingan pariwisata antar objek wisata 2. Terjadinya bencana/gangguan alam 3. Kondisi jalan yang rusak 4. Kerusakan alam
Faktor Internal	Kekuatan	1. Obyek wisata yang unik dan menarik 2. Pemandangan alam indah dan menantang dengan morfologi kasrt nya berbeda dengan tebing-tebing gunung yang lain 3. Pilihan wisata minat khusus (sky hammock) 4. Merupakan paket wisata yang lengkap dengan beberapa pilihan fasilitas
	Kelemahan	1. Promosi belum maksimal 2. Kurangnya fasilitas penunjang 3. Kurangnya pusat informasi 4. Akses jalan yang kurang baik

Sumber : Hasil Olahan Data 2017

E. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah menggunakan teknik analisis SWOT, analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi

yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Menurut Fredy R. David (2009) analisis *strength, weakness, opportunities, threats* (SWOT) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal, yaitu peluang dan ancaman.

Menurut H. Abdul Manap (2016), Analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi.

Menurut Gitosudarmo (2001 : 155), kata SWOT merupakan pendekatan dari *Strengths*, *Weakness*, *Opportunity, and Threats*, yang dapat diterjemahkan menjadi: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman.

Dari berbagai pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan, Analisis SWOT adalah bagaimana perusahaan melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki akibat pengaruh dari dalam perusahaan dan bagaimana perusahaan melihat peluang dan ancaman dari lingkungan luar yang perlu diketahui untuk menyusun strategi yang efektif. Definisi dari faktor-faktor penilaian tersebut adalah sebagai berikut:

1) Kekuatan (Strengths)

   Adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan relatif perusahaan dan keinginan pasar yang dilayani perusahaan atau diharapkan untuk dilayani. Kekuatan muncul dalam bentuk sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok serta faktor lainya.

2) Kelemahan (weaknesses)

   Adalah keterbatasan atau kekurangan yang secara berarti mengurangi kinerja sebuah perusahaan. Sumber dari kekurangan ini berupa sumber daya keungan, kemampuan manajemen, keterampilan pemasaran dan citra.

3) Peluang (Opportunities)

   Adalah yang paling menguntukan dalam suatu lingkungan perusahaan. Identifikasi peluang dapat dilihat dari segmen pasar, perubahan kompetisi, atau kebijakan perintah, perubahan teknologi dan peningkatan hubungan dengan pembeli atau pemasok.

4) Ancaman (Threats)

   Adalah situasi yang tidak menguntungkan perusahaan. Bentuk ancaman yang dihadapi perusahaan datangnya dari pesaing, pertumbuhkan pasar yang lambat, meningkatnya kekuatan menawar dari pembeli atau pemasok, pemasok, perubahan teknologi dan perubahan kebijakan.

Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

1. Matriks IFE (Internal Factors Evaluation)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal Tebing Gunung Hawu berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal Tebing Gunung Hawu dapat digali dari beberapa fungsional Tebing Gunung Hawu. Berikut ini tahapan kerja matriks IFE:

a. Buatlah daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha untuk aspek internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan bagi Tebing Gunung Hawu.

b. Pembobotan didapat oleh para ahli (expert judgement) dari faktor-faktor tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1. Nilai bobot dinilai dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya.

c. Beri (*rating* nilai) 1 sampai 4 masing-masing faktor yang memiliki nilai:

4= jawaban superior

3= jawaban diatas rata-rata

2= jawaban rata-rata

1= jawaban buruk

d. Kalikan antara bobot dengan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya.

e. Jumlahkan skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal Tebing Gunung Hawu adalah lemah, sedangkan apabilanilainya diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Seperti halnya pada matriks EFE , matriks IFE terdiri dari cukup banyak faktor. Jumlah faktor-faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena ia selalu berjumlah 1,0.

Tabel 3.3 Matriks IFE

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

Sumber: Fred R. david (2009)

2. Matriks EFE (External Factors Evaluation)

Matriks EFE dibuat untuk menilai respon Tebing Gunung Hawu terhadap kondisi eksternalnya. Nilai matriks ini kemudian akan dimasukkan kedalam matriks internal-eksternal untuk mengetahui posisi Tebing Gunung Hawu. Terdapat lima langkah dalam mengembangkan matriks EFE:

a. Buat daftar faktor-faktor eksternal yang diidentifikasi dalam proses audit eksternal yang mencakup peluang dan ancaman bagi Tebing Gunung Hawu.

b. Beri bobot pada setiap faktor dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (amat penting). Pembobotan didapatkan dari para ahli/narasumber (expert judgement). Bobot menunjukan kepentingan relatif dari faktor tersebut agar berhasil dalam industri tersebut. Peluang sering mendapat bobot lebih besar ketimbang ancaman, tetapi ancaman dapat juga menerima bobot tinggi bila berat atau mengancam. Jumlah seluruh bobot yang diberikan pada faktor diatas harus sama dengan 1,0.

c. Berikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor sukses kritis untuk menunjukan seberapa efektif strategi Tebing Gunung Hawu saat ini untuk menjawab faktor ini, dengan catatan :

   4=jawaban superior
   3=jawaban di atas rata
   2=jawaban rata-rata
   1=jawaban buruk

   Peringkat/rating didasarkan pada efektifitas strategi di Tebing Gunung Hawu. Peringkat didasarkan pada keadaan di Tebing Gunung Hawu, sedangkan bobot dalam langkah 2 didasarkan pada industri.

d. Kalikan setiap bobot dengan peringkat/rating untuk menentukan nilai yang dibobot.

e. Jumlahkan nilai yang dibobot untuk setiap variabel untuk menentukan nilai yang dibobot total bagi Tebing Gunung Hawu.

Tabel 3.4 Matriks EFE

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

Sumber : Fred R. David (2009)

Tanpa memperdulikan jumlah peluang dan ancaman kunci yang dimasukan dalam Matriks EFE, total nilai yang dibobot tertinggi untuk suatu organisasi adalah 4,0 dan yang terendah adalah 1,0. Rata-rata nilai yang dibobot adalah 2,5. Jumlah nilai yang dibobot sama dengan 4,0 menunjukan bahwa Tebing Gunung Hawu memberi jawaban dengan cara yang luar biasa pada peluang dan ancaman yang ada pada industrinya. Jumlah nilai sama dengan 1,0 menunjukan bahwa strategi Tebing Gunung Hawu memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman eksternal.

3. Positioning Kuadran SWOT

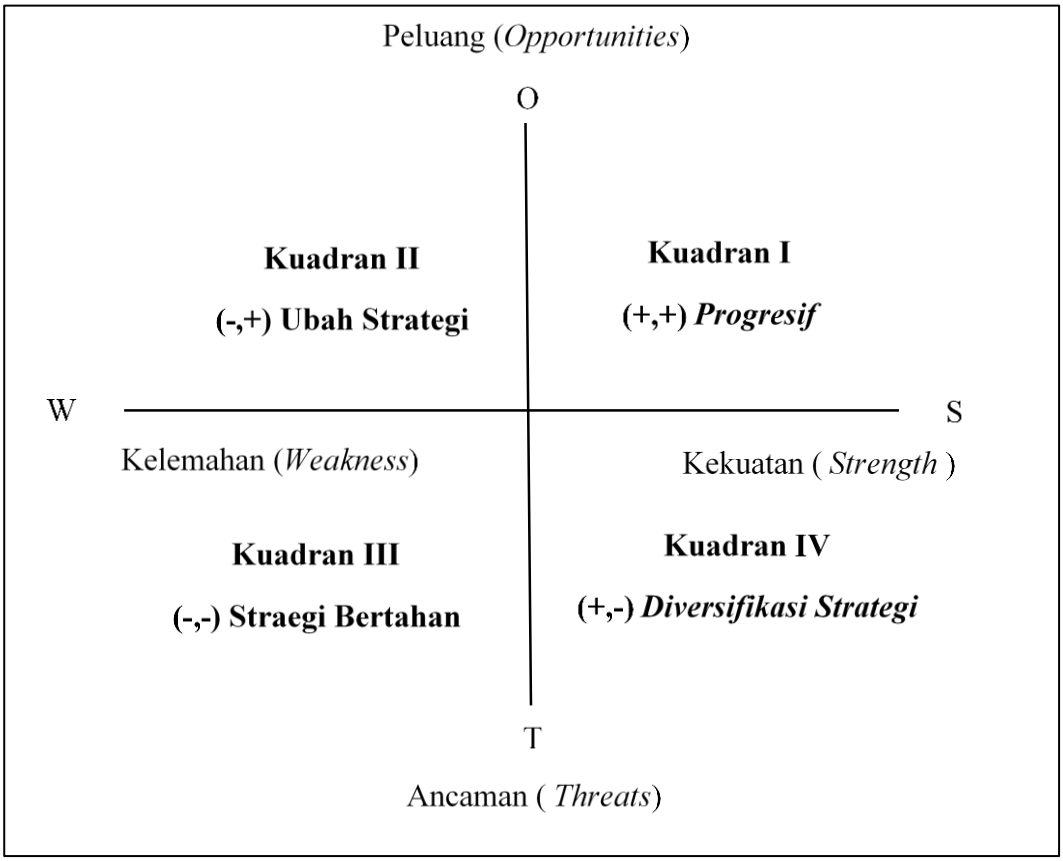
Dari matriks IFE dapat diketahui posisi sumbu X dengan rumus sebagai berikut :

X = Total Kekuatan – Total Kelemahan

Sedangkan dari matriks EFE dapat diketahui posisi sumbu Y dengan rumus sebagai berikut :

Y = Total Peluang – Total Ancaman

Berdasarkan matriks IFE dan EFE tersebut dapat diketahui posisi sumbu X dan posisi sumbu Y yang menentukan posisi di kuadran SWOT dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut :



Sumber : Fred R. David (2009)

Gambar 3.2 Posisi dalam Kuadran SWOT

a. Kuadran I (positif , positif)

   Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspensi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

b. Kuadran II (positif , negatif)

   Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada

strategi sebelumnya. Oleh karenanya, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya.

c. Kuadran III (negatif , positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah ubah strategi, artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

d. Kuadran IV (negatif , negatif)

Posisi ini menandakan sebuah oranisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi bertahan, artinya kondisi *internal* organisasi berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja *internal* agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

4. Matriks SWOT / TOWS

Matriks SWOT atau TOWS adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini memiliki 4 strategi yaitu:

a. Strategi SO (Strength-Opportunity*)*

Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk dapat menarik keuntungan dari peluang eksternal. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan. Tatkala sebuah organisasi dihadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentarsi pada peluang.

b. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi WO adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan

internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang.

c. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkaran eksternal.

d. Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi WT adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancama eksternal. Untuk lebih jelas, berikut ini adalah enam tahap bagaimana penentuan strategi dibangun melalui matriks TOWS/SWOT. Tahapan yang dimaksud adalah :

1) Buat daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan, masukan ke dalam tabel EFE (external Factors Evaluation)

2) Buat daftar kekuatan dan kelemahan kunci internal perusahaan, masukan ke dalam tabel IFE (Internal Factors Evaluation)

3) Cocokan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.

4) Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WO.

5) Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi ST.

6) Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WT.

Tabel 3.5 Matriks Analisis SWOT

IFE / EFE	*Strength* (kekuatan)	*Weakness* (kelemahan)
Opportunities (peluang)		
Threats (ancaman)		