

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Jl. Raya Cisoka Kp. Koja RT 19 RW 13, Desa Cikuya, Kecamatan Solear, Kabupaten Tangerang. Secara astronomis, kawasan destinasi wisata Tebing Koja terletak pada koordinat 6°18'52.04" LS dan 106°23'48.04" BT. Luas kawasan Tebing Koja adalah ±3,4 Hektar. Topografi kawasan destinasi wisata Tebing Koja merupakan dataran rendah dengan ketinggian ±28 meter diatas permukaan laut. Suhu udara rata-rata dikawasan tersebut berkisaran antara 25-29° Celcius. Secara administratif lokasi destinasi wisata Tebing Koja berbatasan:

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Lebak dan Serang
- b. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Cikarao
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Cileles dan Kecamatan Tigaraksa
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Cikasungka dan Kabupaten Bogor

Pemilihan lokasi penelitian didasari oleh sifat potensial dari kawasan Tebing Koja sebagai aset wisata daerah, karena masih minim sekali strategi pengembangan destinasi Tebing Koja, baik dari pengelola maupun pemerintah daerah. Hal ini disayangkan karena kawasan tersebut memiliki landscape tebing-tebing yang begitu indah dengan kolam dan sawah terlihat asri.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian ini akan mencakup beberapa tahapan mengenai proses pelaksanaan penelitian sebagai berikut.

1. Pra Penelitian

Pada tahapan ini, peneliti menentukan kawasan destinasi wisata yang akan dikaji. Peneliti mengkaji masalah berdasarkan fakta yang di lapangan dan dikuatkan dengan studi literatur yang mendukung. Selanjutnya peneliti menentukan judul penelitian yang akan diangkat serta merumuskan usulan penelitian dalam bentuk latar belakang, rumusan masalah, manfaat, tujuan

dan metode penelitian secara sistematis. Usulan penelitian yang telah dirancang akan menjadi tujuan terlaksananya penelitian ini.

2. Penelitian

- a. Tahapan pengumpulan data: pada tahap ini data dikumpulkan melalui data primer atau observasi langsung di lapangan. Pengumpulan data ini berupa observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner mengenai komponen pariwisata serta bagaimana pengembangan destinasi wisata tersebut berjalan. Peneliti melakukan wawancara kepada wisatawan, pengelola, masyarakat dan Dinas Pariwisata Kabupaten Tangerang.
- b. Tahapan pengolahan data: setelah data terkumpul dan lengkap, maka dilakukannya pengolahan data dengan mencari nilai bobot dan rating indikator setiap analisis SWOT.
- c. Tahapan analisis data: pada tahap ini dilakukannya analisis data dengan menentukan faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) destinasi Tebing Koja serta analisis SWOT, bertujuan untuk memperoleh langkah-langkah yang akan diambil dalam strategi pengembangan destinasi pariwisata.

3. Pasca Penelitian

Hasil dari penelitian ini ialah strategi pengembangan destinasi pariwisata Tebing Koja melalui faktor internal maupun eksternal. Hasil penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi pemerintah dalam mengembangkan aset wisata daerah baik dari segi sarana/prasarana serta pelayanan bagi calon wisatawan yang akan berkunjung ke kawasan tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:2). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menunjukkan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2013:8).

Penelitian ini menggunakan metode survey, yaitu peneliti mengumpulkan informasi dari suatu sampel dari sebuah pengamatan melalui wawancara maupun

kuesioner dalam menggambarkan aspek dari populasi yang akan dituju (Asrul, 2018).

Penelitian ini menggunakan Skala Likert yang dipergunakan untuk mengukur sikap dan pendapat wisatawan dalam berkunjung ke destinasi Tebing Koja. Aspek dalam penggunaan skala likert ini mengacu pada 5 aspek Kemenarikan Pariwisata yaitu Keamanan: jika wisatawan bebas dari rasa khawatir dan bebas dari ancaman tindakan kekerasan, Kenyamanan: hal yang berkaitan dengan rasa nyaman dengan kondisi lingkungan yang tidak mengganggu wisatawan dalam berkunjung, Kebersihan: kondisi yang menyajikan suasana bersih dan sehat dari segi lingkungan maupun sarana dan prasarana dari segala penyakit ataupun bakteri, Cinderamata: sesuatu yang dibawa oleh wisatawan sebagai benda kenang-kenangan seperti baju, gantungan kunci dan lain sebagainya, dan Variasi aktifitas wisata: kegiatan yang dapat dilakukan sesuai dengan fasilitas/jenis wisata misalnya wisata air seperti naik perahu didanau.

Aspek dalam penggunaan skala likert ini juga mengacu pada 8 aspek usaha pengembangan dalam analisis komponen wisata yaitu Atraksi wisata: sesuatu yang terdapat dikawasan destinasi menarik untuk dikunjungi seperti wisata alam, Akomodasi: tersedianya hotel atau tempat menginap untuk wisatawan, Fasilitas Pelayanan lain: tersedianya restoran/tempat makan, toko cinderamata, ruang informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan, Transportasi: tersedianya kendaraan lokal untuk wisatawan dalam berkunjung ke destinasi wisata, Infrastruktur lain: tersedianya air bersih, jaringan listrik dan tempat parkir, Fasilitas umum: kelengkapan fisik yang berfungsi dengan baik seperti tempat beribadah, Fasilitas Khusus: jenis sarana untuk mendukung kemudahan dalam berwisata seperti kejelasan jalur/rute yang dilalui menuju destinasi wisata dan, Aksesibilitas: semua jenis sarana dan prasarana yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal ke destinasi wisata.

Penelitian ini menggunakan metode sampel *Accidental* yaitu teknik penentuan sampel yang kebetulan cocok sebagai sumber data yang dapat digunakan oleh peneliti (Sugiyono, 2013:85). Peneliti menggunakan metode *Accidental* karena karakteristik respondennya itu tidak tetap berada disuatu tempat, sehingga

tidak diketahui populasinya berapa dan setiap menit atau setiap jam berubah-ubah. Maka peneliti menggunakan metode sampel accidental dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia disuatu tempat sesuai konteks penelitian ini.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan pengidentifikasian suatu instrument dari beberapa faktor yang terbentuk secara sistematis dalam menentukan strategi. Analisis ini memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities) secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Utama I Gusti, 2016:57).

3.4 Pendekatan Geografi

Pendekatan geografi terdapat tiga macam, yaitu pendekatan keruangan, pendekatan kelingkungan dan pendekatan kompleks wilayah. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan keruangan. Pendekatan keruangan adalah pendekatan yang mempelajari keragaman ruang di muka bumi dengan menganalisis setiap aspek keruangannya. Aspek-aspek ruang yang dikaji meliputi lokasi, kondisi alam serta sosial-budaya masyarakat (Ulya, 2021).

Ruang yang dikaji dalam penelitian ini adalah destinasi wisata Tebing Koja yang meliputi:

- a) Kondisi alam/Landscape: suatu hamparan daratan dengan berbagai keadaan alam, baik alami maupun buatan manusia. Kondisi landscape yang terdapat di destinasi Tebing Koja ialah pemandangan alam seperti suatu lembah dibawahnya terdapat hamparan sawah serta danau yang dikelilingi oleh tebing dan bukit pasir yang terbentuk secara alami/galian tambang oleh manusia.
- b) Lokasi/Keterjangkauan: mudah atau tidaknya suatu lokasi dijangkau melalui semua jenis sarana atau prasarana yang mendukung pergerakan wisatawan dari daerah asal menuju destinasi wisata. Keterjangkauan ini berhubungan dari jarak tempuh, waktu dan berbagai hambatan. Keterjangkauan dalam menuju lokasi Tebing Koja seperti Wisatawan berasal dari Kota Tangerang menuju destinasi Tebing Koja dengan jarak

±40 km ditempuh sekitar 1 jam 24 menit dengan menggunakan transportasi umum/pribadi seperti mobil atau motor.

- c) Kondisi Sosial/Budaya: segala sesuatu yang berhubungan dengan masyarakat sekitar. Kondisi sosial/budaya di Tebing Koja ialah peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Objeknya, masyarakat merupakan pemilik daya tarik seperti kesenian/adat istiadat. Subjeknya, masyarakat sebagai pengembangan destinasi seperti pemandu wisata, pembuat cinderamata, ketertiban atau keamanan tempat destinasi wisata.

Pendekatan keruangan berfungsi sebagai arah penelitian mengenai kondisi alam, kondisi manusia dan interaksi antara keduanya dalam kawasan destinasi wisata Tebing Koja, sehingga dapat merumuskan strategi pengembangan dalam suatu kawasan tersebut.

3.5 Alat dan Bahan Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian perlunya beberapa alat dan bahan dalam mendukung penelitian. Alat dan bahan yang digunakan sebagai berikut.

1. Laptop

Laptop digunakan untuk mengerjakan laporan dan hasil analisis dengan menggunakan software Microsoft Word dan Microsoft Excel.

2. Aplikasi ArcGIS

Aplikasi ini berfungsi dalam pembuatan peta administrasi dan kawasan destinasi wisata yang dituju.

3. Gawai/*Handphone*

Gawai digunakan sebagai alat komunikasi, mencari informasi serta dokumentasi selama penelitian berlangsung. Selain itu, gawai dipergunakan dalam mencari destinasi wisata yang akan diteliti dengan menggunakan aplikasi *Google Maps* dan *GPS Essential* dalam menentukan titik lokasi destinasi wisata.

4. Kuesioner

Kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan dengan tujuan mengumpulkan informasi dari responden dan juga sebagai alat pendukung wawancara selama penelitian berlangsung.

3.6 Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhady, 1981 (dalam Sugiyono, 2013: 38) variabel penelitian merupakan atribut seseorang yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek lainnya. Menurut Kidder (1981) bahwa variabel merupakan suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan. Pada penelitian kuantitatif mencari hubungan sebab dan akibat. Variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen (sebab) atau timbulnya terhadap variabel dependen (terikat).

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik
Potensi dan Kemenarikan Pariwisata	Kemenarikan Daya Tarik Wisata (Enok Maryani, 2007)	Potensi melihat dari segi Potensi wista alam, budaya dan buatan manusia serta Kemenarikan melihat dari segi kemenarikan wisata	- Atraksi - Keamanan - Kenyamanan - Kebersihan - Cinderamata - Variasi Aktivitas Wisata
Pengembangan Destinasi Wisata	Usaha pengembangan pariwisata (Inskeep, 1991)	Pengembangan pariwisata melihat dari analisis komponen usaha pengembangan destinasi wisata.	- Atraksi wisata - Akomodasi - Fasilitas pelayanan - Transportasi - Infrastruktur lain

3.7 Populasi dan Sampel

3.7.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 80). Populasi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu 1) Populasi Wilayah: seluruh kawasan destinasi wisata Tebing Koja dan 2) Populasi Manusia: semua pihak yang ikut serta dalam melaksanakan strategi pengembangan (pengelola wisata, pemerintah daerah dan masyarakat) serta wisatawan, sebagai pengukur tingkat kepuasan selama menikmati destinasi wisata dan layanan yang diberikan pada kawasan tersebut.

Tabel 3.2 Populasi dalam Strategi Pengembangan Tebing Koja

No.	Populasi	Jumlah
1.	Pengelola Wisata	3
2.	Masyarakat Desa Cikuya	100
3.	Wisatawan	31
4.	Pemerintah/Dispar Kab. Tangerang	1
Jumlah Populasi		135

3.7.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013: 81) sampel merupakan sebagian populasi yang mewakili jumlah karakteristik populasi yang menjadi objek penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai pengumpulan data dengan melihat fenomena yang terjadi dilapangan dalam pengembangan destinasi pariwisata Tebing Koja.

Teknik sampling yang digunakan untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak berpeluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel data. Teknik yang digunakan ialah *Sampling Accidental*, yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan bila cocok sebagai sumber data dan dapat digunakan oleh peneliti sebagai sampel datanya. Teknik sampling accidental ini digunakan untuk wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Tebing Koja. Teknik sampling yang digunakan untuk pengelola, masyarakat dan pemerintah ialah teknik *Sampling Jenuh*, yaitu teknik penentuan sampel bila populasi relative kecil dan semua anggota populasi dijadikan sampel.

Sampel untuk wisatawan berkunjung ke destinasi Tebing Koja berjumlah 30 sampel. Menurut Sugiyono (2013:91) ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai 500 sampel. Masyarakat yang berada di kawasan destinasi wisata Tebing Koja di Desa Cikuya, Kecamatan Solear pengambilan sampel berjumlah 100 orang diambil dari kriteria tertentu (usia produktif) dengan menggunakan metode Slovin. Metode Slovin adalah metode pengambilan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (Utama I Gusti, 2016:51).

Rumus Slovin:

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

Keterangan:

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Batas Toleransi Kesalahan (tingkat toleransi dalam sampel ini 10%)

Sesuai dengan rumus Slovin tersebut diperoleh perhitungan sampel penduduk usia produktif di Desa Cikuya, Kecamatan Solear sebagai berikut:

$$n = \frac{\text{penduduk usia produktif di Desa Cikuya}}{1 + \text{penduduk usia produktif di Desa Cikuya} \times 0,01}$$

$$n = \frac{4,582}{1 + 4,582 \times 0,01}$$

$$n = \frac{4,582}{46,82}$$

$$n = 97,86 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel.}$$

3.8 Teknik Pengumpulan Data

3.8.1 Observasi

Menurut Sutrisno Hadi, 1986 (dalam Sugiyono, 2013: 145) observasi adalah suatu proses yang mendalam, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis maupun psikologis dan yang terpenting ialah proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi berfungsi bila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung dengan mengamati destinasi pariwisata Tebing Koja, untuk mengetahui pengembangan serta pelayanan yang diberikan selama dikawasan Tebing Koja yang dilakukan oleh pengelola maupun pemerintah daerah.

3.8.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui informasi dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2013: 137). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur. Teknik wawancara terstruktur, peneliti harus menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada setiap responden.

Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada pengelola destinasi wisata, pemerintah daerah serta wisatawan untuk mengetahui pengembangan wisata dan kelengkapan sarana/prasarana di kawasan tersebut.

3.8.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mengetahui jawabannya (Sugiyono, 2013: 142). Pada penelitian ini kuesioner dibuat untuk pengelola wisata, pemerintah daerah maupun wisatawan.

3.8.4 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan untuk menganalisis masalah terkait dalam bentuk catatan, buku, media cetak melalui dokumentasi atau fotografi dari fenomena yang ada. Dokumentasi yang digali dari lapangan kemudian dianalisis untuk mengetahui kondisi daya tarik yang ada di setiap lokasi sampel penelitian.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang mengenai fenomena sosial. Skala likert disini menggunakan format pertanyaan positif (+) seperti:

Skor 1: Sangat (tidak memadai/tidak baik/tidak layak/tidak jelas/kotor)

Skor 2: Tidak (memadai/jelas/baik/layak/jelas)

Skor 3: memadai/jelas/baik/layak/bersih)

Skor 4: Sangat (memadai/jelas/baik/layak/bersih)

Ada 31 responden yang memberikan jawaban dari kuesioner yang diberikan.

Berikut hasil penelitian.

1. Responden yang menjawab sangat (tidak memadai/tidak baik/tidak layak/tidak jelas/kotor) berjumlah 60 responden.
2. Responden yang menjawab tidak (memadai/jelas/baik/layak) berjumlah 152 responden
3. Responden yang menjawab memadai/jelas/baik/layak/bersih berjumlah 97 responden
4. Responden yang menjawab sangat (memadai/jelas/baik/layak/bersih) berjumlah 1 responden

Rumus: $T \times P_n$

T = Total jumlah responden yang menjawab

P_n = Pilihan angka skor Likert

1. Responden yang menjawab sangat tidak suka (4) = $60 \times 4 = 240$
2. Responden yang menjawab tidak suka (4) = $152 \times 4 = 608$
3. Responden yang menjawab suka (4) = $97 \times 4 = 388$
4. Responden yang menjawab sangat suka (4) = $1 \times 4 = 4$

Total Skor = 1,240

Berikut kriteria interpretasi skor interval:

1. Angka 0% - 19,99% = Sangat (tidak setuju/buruk/kurang sekali)
2. Angka 20% - 39,99 % = Tidak setuju/Kurang baik
3. Angka 60% - 79,99% = Setuju/Baik
4. Angka 80% - 100% = Sangat (setuju/baik)

Total Akhir:

= Total skor/Y \times 100

= $1,240/400 \times 100$

= 31%, berada dalam kriteria “Tidak setuju/Kurang baik”

Berdasarkan skala likert diatas, bahwa destinasi Tebing Koja kurang baik dalam pengembangan komponen destinasi pariwisata. Hasil dari analisis peneliti bahwa kriteria interpretasi wisatawan berada di angka 31% menyatakan bahwa

destinasi pariwisata Tebing Koja “Tidak Baik/Kurang Baik” dalam pengembangan komponen pariwisata.

3.9.2 Menentukan Faktor Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)

Matriks internal dan matriks eksternal dipergunakan untuk membantu merumuskan strategi yang akan diterapkan, setelah mengetahui posisi destinasi pariwisata Tebing Koja dalam matriks tersebut. Matriks internal merumuskan tentang kondisi internal mengenai kekuatan dan kelemahan dari pengembangan destinasi pariwisata Tebing Koja, sedangkan matriks eksternal menggambarkan peluang dan ancaman mengenai pengembangan destinasi pariwisata Tebing Koja. Berikut contoh tabel matriks Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS) dan External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS).

Tabel 3.3 Matriks IFAS

No.	Faktor strategis internal	Bobot (%)	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenght</i>):				
1.				
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1.				

Pembuatan faktor strategi internal terlebih dahulu mengetahui Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS). Setelah faktor-faktor internal sebuah perusahaan teridentifikasi maka tahapan selanjutnya ialah merumuskan faktor-faktor tersebut dalam kerangka kekuatan serta kelemahan. Menurut Utama I Gusti (2016: 58) terdapat 5 langkah-langkah dalam penentuan matrik IFAS, yaitu:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan pada kolom 1 dan susunlah 5-10 faktor dari kekuatan maupun kelemahan.
2. Berikan bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor terhadap posisi strategi perusahaan.
3. Hitunglah ranting pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel

yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai +4 (sangat baik) membandingkan dengan rata-rata industry atau pesaing utama. Sedangkan variabel negatif kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri maka nilainya 1, sedangkan kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri maka nilainya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).
5. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor faktor yang dianalisis. Nilai total ini menunjukkan bagaimana variabel yang dianalisis bereaksi terhadap faktor strategi internalnya.

Tabel 3.4 Matriks EFAS

No.	Faktor strategis Eksternal	Bobot (%)	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunities):</i>				
1.				
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1.				

Dalam membuat matriks faktor strategi eksternal, perlu mengetahui terlebih dahulu faktor External Strategis Factor Analysis Summary (EFAS). Berikut langkah-langkah cara menghitung faktor strategi eksternal (EFAS), yaitu:

1. Susunlah pada kolom 1 (5-10 peluang maupun ancaman)
2. Berikan bobot pada masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis
3. Hitung rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala muali dari 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang) diberi rating +4 tetapi jika peluangnya kecil maka diberi rating +1. Pemberian rating terhadap

ancaman adalah kebalikannya. Seperti, jika nilai ancamannya sangat besar maka ratingnya 1, sebaliknya jika rating ancamannya sedikit maka nilainya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).
5. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan faktor yang dianalisis. Sehingga menunjukkan reaksi faktor strategis eksternalnya.

3.9.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah pengidentifikasian suatu instrumen dari beberapa faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan dalam merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Hasil dari analisis SWOT ini dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor strategis perusahaan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh langkah-langkah yang akan diambil sebagai suatu strategi pengembangan (Fatimah Fajar, 2020: 8).

Menurut Yoeti, 1995 (dalam Pratiwi Heniarti, 2017: 51) menjelaskan analisis SWOT mengenai pengembangan pariwisata yaitu:

1. Kekuatan (*strenght*)

Mengetahui kekuatan pariwisata yang akan dikembangkan sehingga mampu bersaing dari pariwisata lainnya. Dalam hal ini, kekuatan mampu mengambil keuntungan dari peluang yang ada.

2. Kelemahan (*weakness*)

Kondisi atau segala sesuatu yang menjadi kelemahan yang terdapat di sektor pariwisata.

3. Kesempatan (*opportunity*)

Suatu kondisi lingkungan yang mempunyai keuntungan dan dapat mengembangkan sektor pariwisata.

4. Ancaman (threats)

Suatu kondisi yang dapat mengganggu atau menimbulkan kerugian dalam sektor pariwisata.

Berdasarkan aspek di atas dapat dibuat matriks analisis SWOT. Analisis ini bertujuan untuk memperoleh langkah-langkah yang akan diambil sebagai suatu strategi pengembangan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata yaitu menganalisis faktor internal dan faktor eksternal. Berikut matriks analisis SWOT yang dapat dilihat pada tabel 3.5

Tabel 3.5 Matriks SWOT

EFAS \ IFAS	Kekuatan (strength) Tentukan faktor kekuatan internal	Kelemahan (weakness) Tentukan faktor kelemahan internal
Peluang (Opportunities) Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi (S-O) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (W-O) Ciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang
Ancaman/Hambatan (Threats) Tentukan faktor ancaman	Strategi (S-T) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman/hambatan	Strategi (W-T) Ciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman/hambatan

Sumber: Rangkuti, 2008 dalam Sudarti, Hidayat W, dan Bahiyah C, 2018.

3.10 Alur Penelitian

