

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Pantai Widuri, dipilihnya lokasi ini karena di objek wisata tersebut merupakan satu-satunya objek wisata yang terpopuler dikalangan masyarakat serta paling banyak pengunjungnya baik dari masyarakat Kabupaten Pemalang maupun masyarakat luar Kabupaten. Wilayah kabupaten Pemalang terletak di wilayah pantai utara Jawa Tengah memanjang kearah Selatan,dengan letak geografis :

- Bujur Timur (BT) : 109°17'30" - 109°40'30"
- Lintang Selatan (LS) : 6°52'30" - 7°20'11"

Dan dengan batas – batas wilayah :

1. Sebelah Utara : laut Jawa.
2. Sebelah Barat : Kabupaten Tegal
3. Sebelah Selatan : Kabupaten Purbalingga
4. Sebelah Timur : Kabupaten Pekalongan

Kabupaten Pemalang memiliki luas areal kurang lebih 101.200 ha. Dengan jumlah penduduk 1,2 juta dan mayoritas jumlah penduduk beramata pencaharian pertanian, sedangkan yang lainnya pegawai pedagang buruh dan nelayan. Secara geografis di sebelah selatan kota Pemalang berupa dataran tinggi yang berhawa sejuk penuh panorama alam

pegunungan, sedangkan belahan utara adalah daerah pantai dengan pemandangan yang mempesona.

Dengan keadaan geografis yang mendukung ini maka sektor pariwisata dimungkinkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Dengan obyek wisata unggulan dan potensi obyek wisata baru yang di kembangkan oleh pemerintah kabupaten Pemalang.

## **B. Teknik analisis**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini Nasution (1988) menyatakan “analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang *grounded*”. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. *In fact, data analysis in qualitative researce is an ongoing activity that accurs throuhout the investigative proses rather than after process.* Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi lapangan, wawancara, penyebaran kuesioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi.

#### 1. Pengumpulan data dengan observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Pengumpulan data dengan metode ini dilakukan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan variable penelitian ( Prof. DR. H.Abdurrahmat Fathoni, M.Si : 2006).

Penulis melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian yaitu dengan melakukan pengamatan dan penilaian terhadap kondisi actual dari Objek Wisata Pantai Widuri, tujuannya adalah untuk melihat dan menganalisis secara langsung kondisi actual dari Pantai Widuri khususnya yang berkaitan dengan fasilitas.

#### 2. Pengumpulan data dengan wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses Tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak pengelola dan pihak-pihak terkait lainnya seperti pengunjung dan masyarakat sekitar untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam

penelitian dengan cara mencatat langsung hasil wawancara tersebut. Pertanyaan yang diajukan tidak lain seputar Pantai Widuri.

### 3. Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner

Menurut Sugiyono (2006) kuesioner adalah cara mengumpulkan data dengan mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh nara sumber. Kuesioner sendiri mengacu pada kumpulan pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada narasumber dan jawaban yang diperoleh juga dalam bentuk tertulis. Isi dari kuesioner tersebut antara lain pertanyaan-pertanyaan yang mengacu kepada informasi mengenai karakteristik wisatawan, preferensi serta ekspektasi wisatawan terhadap Objek Wisata Pantai Widuri khususnya yang berkenaan dengan penambahan fasilitas.

### 4. Pengumpulan data dengan studi kepustakaan

Untuk memperoleh data sekunder, penulis melakukan studi kepustakaan yaitu dengan menggali teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan aspek-aspek dalam penelitian. Data yang diperoleh berasal dari buku-buku yang dijadikan sebagai literature/ referensi, brosur, Koran, dan data internet, serta data yang diperoleh dari pihak manajemen Pantai Widuri.

### 5. Pengumpulan data dengan dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan studi dokumen sebagai pelengkap wawancara dan observasi. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data dengan pengambilan gambar-gambar berupa foto dengan menggunakan alat kamera.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut sugiyono (2010:80), populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Widuri.

### 2. Sampel

Roscoe dalam sugiyono (2010:91) mengemukakan bahwa jumlah sampel 30 sampai dengan 500 orang termasuk ukuran sampel yang layak dalam penelitian. Sampel responden dalam penelitian ini adalah sebagian masyarakat yang tinggal di Desa Widuri. Besaran sampelnya akan dirumuskan dengan menggunakan Slovin. Dalam penelitian ini jumlah masyarakat Desa Widuri pada tahun 2010 sejumlah 3.117 jiwa, sedangkan tingkat kesalahan (*error tolerance*) (=e) ditetapkan 10%. Maka dengan menggunakan rumus Slovin, berikut adalah perhitungannya :

Berikut adalah rumus Slovin yang dimaksud :

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

$$n = \frac{3117}{1+3117 (0.1)^2} \rightarrow n = \frac{3117}{31.8} \rightarrow n = 97.40 \rightarrow n \approx 97 \text{ (dibulatkan)}$$

**Keterangan :**

- n : Jumlah sampel  
 N : Jumlah seluruh anggota populasi  
 e : Nilai toleransi terjadinya kesalahan

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah minimum sampel sebagian masyarakat yang masuk dalam wilayah kajian penelitian yang harus diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 97,40 orang/responden, dibulatkan menjadi 97 orang/responden.

**E. Teknik Pengolahan Data**

Alat analisis dilakukan dengan metode analisis SWOT. Menurut Sondang P. Siagian (1998:172) SWOT merupakan akronim untuk kata *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Pengertian SWOT yaitu :

- a. Kekuatan (*Strength*), yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki oleh tempat yang kita teliti. Dengan mengetahui kekuatan, penulis akan mengetahui strategi pengembangan yang sesuai dengan kawasan ini.
- b. Kelemahan (*Weakness*), yaitu segala faktor yang tidak baik untuk dijadikan patokan pengembangan wisata di objek penelitian.
- c. Kesempatan (*Opportunities*), yaitu semua kesempatan yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian nasional atau global yang dianggap memberi peluang

bagi pariwisata untuk tumbuh dan berkembang dimasa yang akan datang.

- d. Ancaman (*Threats*), yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti Peraturan Pemerintah yang tidak memberikan kemudahan berusaha, rusaknya lingkungan dan sebagainya.

Dari analisis SWOT ini diharapkan dapat menghasilkan suatu strategi.

### **Metode SWOT (Strange, Weaskness, Opportunity, Threat)**

Analisis SWOT dimaksudkan untuk mengidentifikasifaktor internal (kekuatan dan kelemahan), faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi, sehingga strategi kebijakan dapat dirumuskan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelayakan dan ancaman (Rangkuti,2000; 18-20)

#### **1. Matriks *External Factor Evaluation (EFE)***

Matriks *EFE* digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal menangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, persaingan dipasar industri dimana perusahaan berada, serta data eksternal relevan lainnya. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan.

### ***Tahap Kerja***

- a. Membuat daftar *critical success factors* (faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha) untuk aspek eksternal yang mencakup perihal *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) bagi perusahaan.
- b. Menentukan bobot (*weight*) dari *critical success factors* tadi dengan skala yang lebih tinggi bagi yang berprestasi tinggi dan begitu pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya.
- c. Menentukan bobot (*weight*) dari *critical success factors* antara 1 sampai 4, dimana:
  - 1 = dibawah rata-rata,
  - 2 = rata-rata,
  - 3 = diatas rata-rata,
  - 4 = sangat bagus,Rating ditentukan berdasarkan efektivitas strategi perusahaan. Dengan demikian, nilainya didasarkan pada kondisi perusahaan.
- d. Mengalikan bobot dengan nilai rating-nya untuk mendapatkan skor semua *critical success factors*.
- e. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Skor total 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespons dengan cara yang luar biasa terhadap



peluang-pelungan yang ada dan menghindari ancaman-ancaman dipasar industrinya.

## 2. *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matriks *IFE* digunakan untukn mengetahui faktor-faktpor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Data dan informasi aspek internal perusahaan dapat digali dari beberapa fungsional perusahaan, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi, dan produksi/operasi.

### *Tahap Kerja*

- a. Beri rating (nilai) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing factor yang memiliki nilai:

1 = sangat lemah,

2 = tidak begitu lemah,

3 = cukup kuat,

4 = sangat kuat.

Jadi, *rating* mengacu pada kondisi perusahaan, sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

- b. Kalikan antara bobot dan ranting dari masing-masing faktor-faktor untuk menentukan nilai skornya.
- c. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal, perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi

internal yang kuat. Seperti halnya pada matriks IFE terdiri dari cukup banyak faktor. Jumlah faktor-faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena ia selalu berjumlah 1,0.

Metode swot/tows merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi.

Keempat strategi yang dimaksud adalah:

- Strategi SO (*strength-opportunity*)
- Strategi WO (*weakness-opportunity*)
- Strategi ST (*strangth-Threat*)
- Strategi WT (*weakness-threat*)

Penjelasan:

#### 1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan. Pada umumnya, perusahaan berusaha melaksanakan strategi-strategi WO, ST, atau WT untuk menerapkan strategi SO. Oleh karena itu, jika perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Sedangkan, jika perusahaan menghadapi banyak ancaman, perusahaan harus berusaha mnghindari dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada.

#### 2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO adalah mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada yakni dengan mengadakan suatu kerja sama (joint venture) dengan perusahaan lain yang memiliki kompetensi.

### 3. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST adalah memanfaatkan kekuatan dalam menghadapi ancaman yang ada. Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa perusahaan yang tangguh harus selalu mendapatkan ancaman.

### 4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT adalah berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya.

Secara lebih jelas, berikut ini adalah delapan tahap bagaimana penentuan strategi dibangun melalui matriks *TOWS/SWOT*. Tahapan yang dimaksud adalah:

- a. Membuat daftar peluang eksternal perusahaan.
- b. Membuat daftar ancaman eksternal perusahaan.
- c. Membuat daftar kekuatan kunci internal perusahaan.
- d. Membuat daftar kelemahan kunci internal perusahaan.

- e. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel Strategi SO.
- f. Mencocok kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang dan catat hasilnya dalam sel Strategi WO.

