

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek/Subjek Penelitian**

##### **1. Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi yang objek wisatanya masih sangat memerlukan pengembangan yaitu Agrowisata Kebun Teh Kaligua, Desa Pandansari, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes.

##### **2. Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini, subjek yang digunakan peneliti adalah pedagang yang berada di daerah kawasan Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

#### **B. Jenis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis SWOT. Analisis deskriptif kuantitatif yang di gunakan bertujuan untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) berdasarkan penilaian pedagang dalam pengembangan objek wisata. Dan analisis SWOT di gunakan untuk tujuan merumuskan dan menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

Metode analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari lingkungan internal maupun eksternal dengan mengarahkan dan merumuskan proses perencanaan strategi yang sesuai dalam proses pengembangan objek wisata.

Analisis ini didasarkan pada logika, yang mana mampu memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) dari faktor internal, namun dengan adanya hal tersebut dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) dari faktor eksternal secara bersamaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal yaitu Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) dan faktor eksternal yang mana Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu dengan menggunakan teknik wawancara dan penyebaran kuesioner secara langsung terhadap subjek penelitian Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel atau sampling dapat diartikan sebagai proses pemilihan atau penentuan sampel yang di tunjukkan pada bagian dari populasi (Bungin, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Peneliti dapat memilih sampel dengan memberi kesempatan yang sama kepada seluruh jumlah populasi untuk kemudian

dapat ditetapkan sebagai sampel. Peneliti dapat memilih sampel dengan memberi kesempatan yang sama kepada seluruh jumlah populasi untuk kemudian dapat ditetapkan sebagai sampel. Untuk menentukan jumlah sampel maka digunakan rumus Slovin.

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

$$n = \frac{55}{55 \cdot 0.0025 + 1} = 48 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah sebesar 48 responden. Level signifikansi yang digunakan sebesar 0,05.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam memperoleh data yang akurat dan lengkap sesuai yang di perlukan, peneliti menggunakan analisis dan pengumpulan data. Dalam penelitian ini, metode yang di gunakan adalah sebagai berikut :

##### **1. Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti dapat melihat, mendengar, mencium, atau mendengarkan suatu objek penelitian yang di teliti dan selanjutnya ia menyimpulkan informasi-informasi yang di peroleh dari yang di amati (Muri, 2014). Kegiatan observasi yang di lakukan peneliti dengan mengamati secara langsung lokasi penelitian atau objek wisata penelitian agar mendapatkan informasi yang di perlukan.

## 2. Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan narasumber atau sumber informasi (*interviewee*) melalui komunikasi secara langsung (Muri, 2014). Tujuan peneliti melakukan wawancara yaitu untuk mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber yang di jadikan subjek penelitian. Wawancara dalam penelitian ini di tujukan kepada pengelola yang terdapat di Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

## 3. Kuesioner

Menurut Yusuf (2014) kuesioner yaitu suatu rangkaian pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan topik atau permasalahan tertentu yang di berikan kepada sekelompok individu atau orang perorangan dengan tujuan untuk memperoleh data secara langsung. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengetahui informasi tentang faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan objek wisata serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan hambatan objek wisata. Selain itu, dapat mengetahui potensi yang dapat dikembangkan dalam strategi pengembangan agrowisata ini yang mampu memberikan pengaruh ekonomi masyarakatnya.

## **E. Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa variabel, yang diantaranya adalah sebagai berikut :

### **1. Agrowisata**

Agrowisata merupakan rangkaian segala kegiatan pedesaan, termasuk dalam berpartisipasi mengikuti kegiatan bertani maupun berkebun, mempelajari adat maupun kebudayaan lokal, menikmati pemandangan sekitar serta keragaman hayati yang dimiliki, mempraktekkan pertanian organic maupun pertanian konvensional, dan memanen atau memetik buah-buahan maupun sayuran tropis (Herrera, 2004).

### **2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pengembangan Agrowisata**

#### **Kebun Teh Kaligua**

#### **a. Faktor Internal**

Faktor internal yang terdapat dalam pengembangan agrowisata berdasarkan penilaian pedagang meliputi kekuatan dan kelemahan potensi yang dimiliki oleh agrowisata. Adanya faktor kekuatan perlu dikembangkan dan dimaksimalkan secara meningkat serta terus menerus dan faktor kelemahan yang ada dapat diminimalisir dalam bentuk upaya yang lain.

#### **b. Faktor Eksternal**

Faktor Eksternal pengembangan agrowisata yang ada dapat menjadi peluang dan hambatan dalam pengembangan Agrowisata

Kebun Teh Kaligua, dalam merumuskan strategi pengembangan harus sesuai dengan kondisi potensi-potensi yang ada berdasarkan penilaian pedagang. Dengan merumuskan strategi yang sesuai maka mampu memanfaatkan peluang dengan maksimal dan meminimalisir ancaman.

### 3. Pedagang

Pedagang adalah seseorang atau individu yang menjalankan usaha niaga, usaha kerajinan, maupun usaha pertukangan kecil. Pedagang juga dapat di artikan sebagai seseorang atau individu yang dengan mempunyai modal relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang maupun jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan individu maupun anggota kelompok masyarakat (Damayanti, 2011).

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan barang, kepada konsumen baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut jalur distribusi yang dilakukan pedagang dibedakan menjadi, sebagai berikut:

- a. Pedagang distributor (tunggal) adalah pedagang yang memegang hak distribusi maupun produk dari perusahaan tertentu.
- b. Pedagang (partai) besar adalah pedagang yang membeli berbagai produk atau barang dalam jumlah kuantitas besar dengan tujuan untuk dijual kepada pedagang lain.

- c. Pedagang eceran adalah pedagang yang menjual produk atau barang secara langsung kepada konsumen (Damsar,1997: 106-107).

#### 4. Pengembangan Agrowisata

Upaya mengembangkan objek dan daya tarik wisata serta kegiatan promosi dan pemasarannya, baik di dalam maupun di luar negeri sselalu ditingkatkan secara terencana, terarah, terpadu, efektif dan efisien serta berkelanjutan, antara lain dengan memanfaatkan secara optimal kerja sama antara kepariwisataan regional dan global guna untuk meningkatkan hubungan antara bangsa (Pendit, 1999).

Menurut Muljadi (2014) pembangunan pariwisata dalam negeri telah di arahkan untuk memupuk cinta tanah air dan bangsa, menumbuhkan jiwa dan semangat serta nilai-nilai luhur bangsa, meningkatkan kualitas budaya bangsa, memperkenalkan budaya-budaya bangsa, keindahan alam termasuk bahari dengan terus meningkatkan wisata remaja-remaja dan pemuda. Untuk mewujudkan pembangunan pariwisata, hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain yaitu :

- a. Kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya masyarakat.

- b. Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang terdapat dalam lingkungan masyarakat.
  - c. Kelestarian budaya dan kualitas lingkungan hidup.
  - d. Potensi pariwisata itu sendiri.
5. Pedagang terhadap Pariwisata

Kepariwisata semakin berkembang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, peningkatan jumlah hotel, jumlah restoran dan lama tamu menginap menimbulkan peningkatan permintaan akan produk-produk pangan. Pendapatan masyarakat semakin meningkat, ketika pendapatan masyarakat masih relatif rendah, maka mereka mengkonsumsi bahan pangan relatif sedikit. Ketika pendapatan masyarakat meningkat, maka mereka mengkonsumsi bahan pangan semakin meningkat (Bagus, 2006).

6. Strategi

Strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat *incremental* atau senantiasa berkelanjutan dan meningkat terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang yang dapat dilihat dari yang diharapkan oleh pelanggan untuk kemudian hari atau masa depan (Hamel dalam Rangkuti, 2002).

Analisis SWOT merupakan proses pengambilan keputusan strategis selalu berhubungan dengan pengembangan misi, mencapai tujuan, strategi maupun kebijakan-kebijakan perusahaan, dengan adanya hal tersebut perencanaan strategis perusahaan yang meliputi

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi yang sesuai saat ini (Rangkuti, 2002).

## **F. Uji Kualitas Instrumen**

Sebelum melakukan analisis data, dalam penelitian ini perlu dilakukan pengujian instrumen yaitu uji validitas dan uji reabilitas data.

### **1. Uji Validitas**

Validitas yaitu tingkat kesahihan dan keabsahan alat ukur yang digunakan. Apabila suatu instrument dinyatakan valid maka menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan bersifat valid atau dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang harus diukur. (Sugiyono dalam Agus Tri, dkk, 2014). Kuesioner dapat dinyatakan valid (Santoso dalam Syamsudin Noor, 2014) apabila pertanyaan yang terdapat pada suatu kuesioner mampu menyatakan sesuatu yang telah diukur oleh kuesioner tersebut.

### **2. Uji Reabilitas**

Uji reabilitas digunakan untuk menetapkan instrument atau kuesioner yang dapat dipergunakan lebih dari sekali, paling tidak oleh subjek peneliti atau responden yang sama maka dapat memperoleh data yang konsisten (Basuki & Yuliadi, 2014). Reliabilitas (Singarimbun dan Effendi dalam Syamsudin Noor, 2014) adalah indeks yang menyatakan bahwa bagaimana suatu alat pengukur dapat bersifat nyata atau dapat dipercaya.

## **G. Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan suatu penjelasan dari pola uraian-uraian dan mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang digunakan agar lebih mudah di pahami dalam bentuk yang lebih sederhana.

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis SWOT. Analisis deskriptif kuantitatif yang di gunakan bertujuan untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam pengembangan agrowisata. Dan analisis SWOT di gunakan untuk tujuan merumuskan dan menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Kebun Teh Kaligua.

### **1. Analisis Deskriptif**

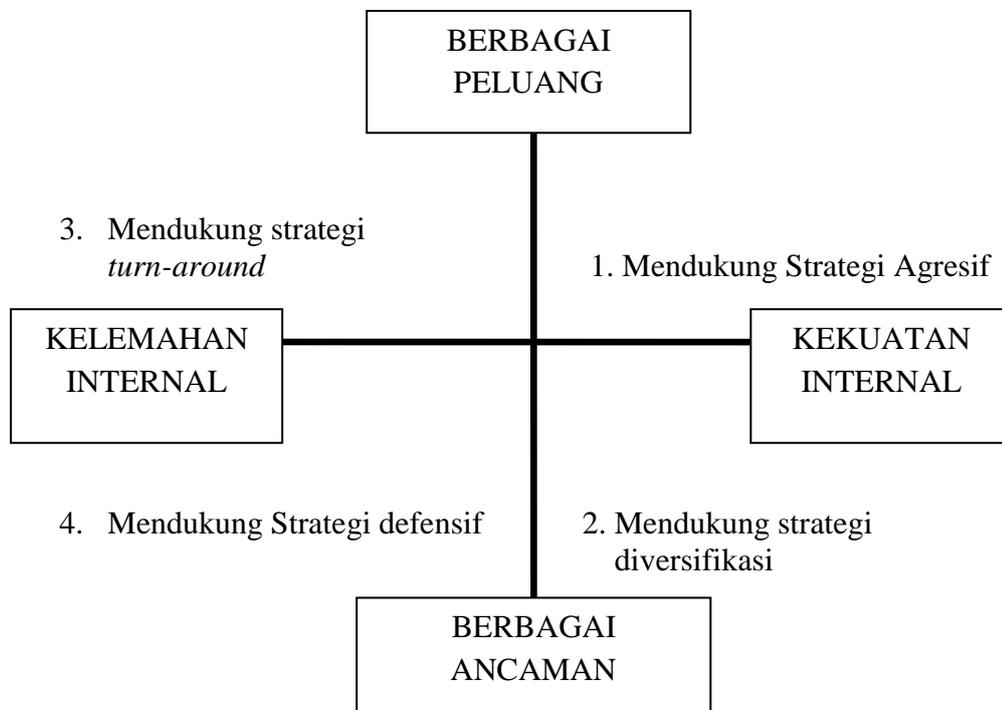
Metode analisis deskriptif digunakan dengan tujuan untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam pengembangan objek wisata. Dengan adanya penggunaan metode analisis deskriptif, maka data yang akan disajikan berupa data deskriptif dimana dengan adanya penggambaran kata-kata tertulis yang di peroleh dari segala aspek atau perilaku yang diamati (Pradikta, 2013).

### **2. Analisis SWOT**

Metode analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari lingkungan internal maupun eksternal dengan mengarahkan dan merumusan

proses perencanaan strategi yang sesuai dalam proses pengembangan objek wisata. Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan menganalisis faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman.

**Gambar 3.1 Analisis SWOT**



Sumber: Rangkuti, 2002:19

Kuadran 1: Ini termasuk dalam situasi yang sangat menguntungkan.

Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga mampu memanfaatkan peluang yang dimiliki. Strategi yang ditetapkan dalam situasi ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Dalam situasi ini menghadapi berbagai ancaman, akan tetapi perusahaan masih mempunyai kekuatan dari faktor internal. Strategi yang ditetapkan yaitu memanfaatkan kekuatan untuk memaksimalkan peluang dalam jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang yang besar, akan tetapi ia juga menghadapi beberapa kelemahan dari faktor internal. Strategi yang digunakan pada situasi ini adalah dengan meminimalkan kendala-kendala dari faktor internal perusahaan sehingga dapat mengambil peluang yang lebih baik.

Kuadran 4: Dalam situasi ini merupakan yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi beberapa kelemahan dan ancaman dari faktor internal.

Analisis SWOT didasarkan pada logika, yang mana mampu memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) dari faktor internal, namun dengan adanya hal tersebut dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) dari faktor eksternal secara bersamaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal yaitu Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) dan faktor eksternal yang mana Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Berikut ini merupakan penjelasan dari unsur-unsur SWOT yang mana meliputi :

- a. S (*Strenghts*), mengacu pada keunggulan dari potensi yang dimiliki Agrowisata Kebun Teh Kaligua dalam pengembangan agrowisata.
- b. W (*Weaknesses*), meliputi beberapa kelemahan yang memungkinkan dapat menghambat proses pengembangan agrowisata.
- c. O (*Opportunities*), yaitu peluang yang dimiliki objek wisata yang dapat dimanfaatkan secara maksimal.
- d. T (*Threats*), yaitu berkaitan dengan ancaman yang dimiliki objek wisata yang dapat menjadi penghalang dalam mencapai tujuan pengembangan agrowisata.

Adanya unsur-unsur SWOT, selanjutnya pengklasifikasian dan pra-analisis data eksternal dan internal yaitu sebagai berikut :

- a. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Sebelum menyusun matrik faktor strategi eksternal, perlu diketahui dahulu faktor eksternal (EFAS). Penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) melalui beberapa cara sebagai berikut :

- 1.) Susunlah dalam kolom 1 (dimana terdapat 5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- 2.) Berikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, dimulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut memungkinkan dapat berpengaruh terhadap faktor strategis.

- 3.) Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan pemberian skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap proses pengembangan objek wisata. Selanjutnya, pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (dimana peluang yang semakin besar diberi rating +4, akan tetapi jika peluang yang diperoleh kecil, maka diberi rating +1). Sedangkan pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Dimisalkan, jika nilai ancamannya sangat besar, maka ratingnya adalah 1. Dan sebaliknya, jika nilai ancamannya kecil maka ratingnya 4.
- 4.) Kalikan bobot yang terdapat pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, dimana untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Kemudian hasil yang di peroleh berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang mana nilainya berbeda-beda mulai dari 4,0 (*outsanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5.) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan dalam proses pengembangan objek wisata. Nilai total tersebut menunjukkan bagaimana proses pengembangan objek wisata atau perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Tabel 3.1 EFAS

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang</b> <i>(Opportunities):</i> 1. 2. Dst. Tentukan 5 sampai 10 peluang.			
<b>Ancaman</b> <i>(Threats):</i> 1. 2. Dst. Tentukan 5 sampai 10 ancaman.			
<b>TOTAL</b>			

Sumber : Rangkuti, 2002.

b. Matrik Faktor Strategi Internal

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal, maka suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun dengan tujuan untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka *Strength and Weakness*. Berikut ini beberapa tahap dalam menyusun tabel IFAS antara lain :

- 1.) Dalam kolom 1 tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2.) Memberikan bobot masing-masing faktor dengan penggunaan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan skala 0,0 (tidak penting), berdasarkan pada faktor-faktor tersebut.

- 3.) Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan pemberian skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan skala 1 (*poor*), berdasar pengaruh faktor tersebut.
- 4.) Kalikan bobot yang terdapat dalam kolom 2 dengan rating pada kolom 3, dengan tujuan untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Kemudian diperoleh hasil berupa skor pembobotan yang nilainya bervariasi dimulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5.) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan dalam proses pengembangan objek wisata.

Tabel 3.2 IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan</b> ( <i>Strength</i> ) : 1. 2. Dst.			
<b>Kelemahan</b> ( <i>Weakness</i> ) : 1. 2. Dst.			
<b>TOTAL</b>			

Sumber: Rangkuti, 2002

### c. Matrik Tows atau Matrik SWOT

Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana faktor-faktor peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi terhadap pengembangan objek wisata yang disesuaikan dengan

faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dalam matrik ini terdapat beberapa kemungkinan alternatif strategis antara lain sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Matrik SWOT**

IFAS	<i>Strengths (S)</i> Menentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	<i>Weaknesses (W)</i> Menentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
EFAS	<i>Opportunities (O)</i> • Menentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	<i>Threats (T)</i> • Menentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal
	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan faktor kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi dengan meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan dari faktor kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalisir kelemahan dan menghalangi ancaman

Sumber: Rangkuti, 2002

#### 1.) Strategi SO

Strategi ini merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan atau memaksimalkan seluruh faktor kekuatan untuk memperoleh dan memanfaatkan peluang secara maksimal.

#### 2.) Strategi ST

Strategi ini merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki objek wisata untuk menghambat ancaman.

### 3.) Strategi WO

Strategi ini adalah strategi yang ditentukan berdasarkan adanya manfaat dari peluang yang dimiliki dengan cara, meminimalisir kelemahan yang ada.

### 4.) Strategi WT

Strategi ini adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan yang berupaya meminimalisir kelemahan yang dimiliki serta menghalangi ancaman.