

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada obyek wisata alam Pantai Karang Jahe yang ada di Desa Punjulharjo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah.

2. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek atau *stakeholder* yang akan diteliti adalah pengelola obyek wisata seperti Kepala Camat, Kepala Desa, Ketua POKDARWIS, pelaku wisata yaitu pemilik warung makan, penyewa payung, pedagang telur gulung, pedagang pentol tusuk, tukang parker, nelayan dan wisatawan.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan mengumpulkan data berupa data primer. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika sedangkan pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber terkait dengan penelitian mengenai keadaan obyek wisata Pantai

Karang Jahe. Data diperoleh dari FGD (*Focus Group Discussion*) dan wawancara langsung dengan responden yang berupa pihak pengelola lokasi obyek wisata, tokoh masyarakat dan pelaku wisata yang mengetahui dengan jelas tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari obyek wisata tersebut serta mengetahui latar belakang obyek wisata tersebut.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, FGD dan dokumentasi.

1. Teknik Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati kondisi obyek wisata secara langsung dan membandingkan dengan obyek yang ada disekitarnya.
2. Teknik Wawancara (*In-depth interview*) yaitu dengan mewawancarai para pengelola obyek wisata untuk memperoleh informasi yang mendukung pengembangan pariwisata pada pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang. Selain itu, peneliti juga melihat kondisi masyarakat yang tinggal disekitar lokasi pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang.
3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan informasi dari responden menggunakan pertanyaan tertulis. (Arikunto, 1996:99) Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik kuesioner untuk menggali informasi tentang hambatan dan peluang dari faktor eksternal objek wisata, kekuatan dan kelemahan dari faktor internal objek wisata, serta untuk mengetahui

pengaruh adanya objek wisata terhadap pendapatan masyarakat sekitar. Dalam hal ini data diperoleh dari pengunjung dan para pengelola objek wisata Pantai Karang Jahe.

4. Teknik Dokumentasi yaitu sebagai bukti informasi selama peneliti melakukan penelitian berupa foto-foto, literature dokumen, surat kabar, dan referensi statistik.

A. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan apa yang menjadi perhatian penelitian atau objek penelitian. (Arikunto, 1996:99) Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal pengembangan objek wisata Pantai Karang Jahe:

- a. Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) pengembangan objek wisata Pantai Karang Jahe

Faktor lingkungan internal adalah data yang diperlukan dari lingkungan internal meliputi kualitas SDM pengelolaan, kondisi objek wisata, serta manajemen pengelolaan. Faktor lingkungan yang ada dapat menjadi kekuatan maupun kelemahan pengembangan objek wisata. Sebelum merumuskan strategi pengembangan terlebih dahulu dicari tahu tentang faktor internal yang dapat mendorong ataupun menghambat pengembangan objek wisata Pantai Karang Jahe. Dengan mengetahui kekuatan dan

kelemahan pengembangan objek wisata Pantai Karang Jahe, maka dapat dirumuskan strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang ada dan menghilangkan kelemahannya.

b. Faktor eksternal (peluang dan ancaman) pengembangan objek wisata Pantai Karang Jahe

Dalam perumusan strategi menggunakan analisis SWOT perlu diketahui kekuatan dan kelemahan dari segi internal serta peluang dan ancaman dari segi eksternal. Faktor lingkungan eksternal adalah data yang diperoleh dari luar objek wisata yang berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata. Faktor lingkungan eksternal yang ada dapat menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan objek wisata. Untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata Pantai Karang Jahe perlu diketahui kondisi eksternal yang ada baik peluang ataupun ancaman supaya strategi yang dirumuskan tepat. Strategi yang digunakan harus bisa memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang ada.

2. Strategi pengembangan objek wisata Pantai Karang Jahe

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam suatu perusahaan dengan cara pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang ada. (Chandler dalam Rangkuti, 2014:4) Strategi pengembangan pariwisata merupakan segala sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan pengembangan pariwisata. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yakni SWOT.

SWOT merupakan singkatan dari *Strengths*(kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) lingkungan internal dan *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis. (Rangkuti, 2014:20)Kekuatan (*strengths*) merupakan faktor lingkungan internal yang dapat mendorong pengembangan objek wisata,juga dapat menjadi daya tarik atau alasan seseorang mengunjungi objek wisata. Kelemahan (*weaknesses*) merupakan faktor lingkungan internal yang dapat menghambat pengembangan objek wisata.Peluang (*opportunities*) merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan bagi pengembangan objek wisata, jadi peluang adalah hal-hal positif dari lingkungan eksternal objek wisata yang memberikan dampak positif bagi pengembangan objek wisata. Lain halnya dengan ancaman (*threats*) yaitu segala sesuatu dari lingkungan eksternal yang dapat menjadi penghambat pengembangan objek wisata.

3. Pendapatan masyarakat

Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh masyarakat dalam jangka waktu tertentu sebagai bentuk imbalan atas produksi yang mereka hasilkan. (Reksoprayitno dalam Samaji 2015:37) Pendapatan merupakan salah satu unsur penting dalam perekonomian karena adanya pendapatan akan berpengaruh terhadap konsumsi. Pendapatan juga dapat digunakan sebagai tolok ukur kesejahteraan masyarakat.

Semakin tinggi pendapatan, maka semakin sejahtera masyarakat.

Adanya pendapatan akan berdampak pada perputaran ekonomi.

B. Uji Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). Untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata pada obyek wisata Pantai Karang Jahe dengan menggunakan analisis yang meliputi dua tahap. Tahap pertama, menggunakan analisis faktor strategi internal dan eksternal, setelah itu dilakukan riset SWOT matriks internal IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Faktor Analisis Summary*), tahap berikutnya dari matriks IFAS dan EFAS ditentukan dengan uji analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

1. Analisis Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Hal pertama yang harus dilakukan dalam penyusunan strategi dengan menggunakan alat analisis SWOT yaitu dengan menganalisis faktor internal dan eksternal suatu objek penelitian. Hal ini perlu dilakukan agar peneliti mengetahui dan memahami apa saja masalah yang ada dalam internal ataupun eksternal objek wisata. Adapun bentuk dari analisis faktor internal dan faktor eksternal adalah sebagai berikut:

TABEL 3.1.
Matriks Faktor Internal

KEKUATAN (<i>STRENGTHS</i>)	KELEMAHAN (<i>WEAKNESS</i>)
1. 2. 3. dst	1. 2. 3. dst

TABEL 3.2.
Matriks Faktor Eksternal

PELUANG (<i>OPPORTUNITIES</i>)	ANCAMAN (<i>THREATS</i>)
1. 2. 3. dst	1. 2. 3. dst

Sumber : Rangkuti (2016)

2. Riset SWOT

Setelah selesai dilakukan analisis faktor internal dan eksternal, langkah selanjutnya yaitu melakukan riset SWOT. Riset SWOT bertujuan untuk menganalisis dan mengklasifikasikan secara kuantitatif faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis suatu organisasi. Riset SWOT dilakukan dengan menggunakan perhitungan berdasarkan hasil Kuisioener.

3. Analisis Matriks IFAS dan Matriks EFAS

Dalam menentukan analisis faktor strategi internal dan eksternal yaitu mengolah faktor-faktor strategis pada kondisi lingkungan internal dan eksternal dengan pemberian bobot dan rating pada setiap faktor

strategis. Faktor strategis yang digunakan meliputi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Faktor internal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor EFAS (*Eksternal Strategic Faktor Analisis Summary*). Pada lingkungan internal (IFAS) ditentukan faktor apa saja yang mendukung adanya kekuatan dan menghambat adanya kelemahan. Lingkungan eksternal (EFAS) dengan ditentukan peluang dan ancaman. Berikut cara penentuannya:

1. IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*)

Faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. (Rangkuti, 2016:26) Tahapannya adalah:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua jumlah bobot tidak boleh melebihi skor total 1,00.)
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*),

berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3.3.

Faktor-faktor Strategis Internal IFAS

(Internal Strategic Factors Analysis Summary)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobot (Bobot x Rating)
Kekuatan (Strength/S) 1. Kekuatan 1 2. Kekuatan 2	Bobot kekuatan 1 Bobot kekuatan 2	Rating kekuatan 1 Rating kekuatan 2	
Jumlah S	A		B
Kelemahan (Weakness/W) 1. Kelemahan 1 2. Kelemahan 2	Bobot kelemahan 1 Bobot kelemahan 2	Rating kelemahan 1 Rating kelemahan 2	
Jumlah W	C		D
Total	(A+C)=1		(B+D)

Sumber : Rangkuti, 2016

2. EFAS (*Eksternal Strategic Faktor Analisis Summary*)

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal EFAS (*Eksternal*

Strategic Faktor Analisis Summary). Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (Rangkuti, 2016:24):

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai

total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan inidengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3.4.

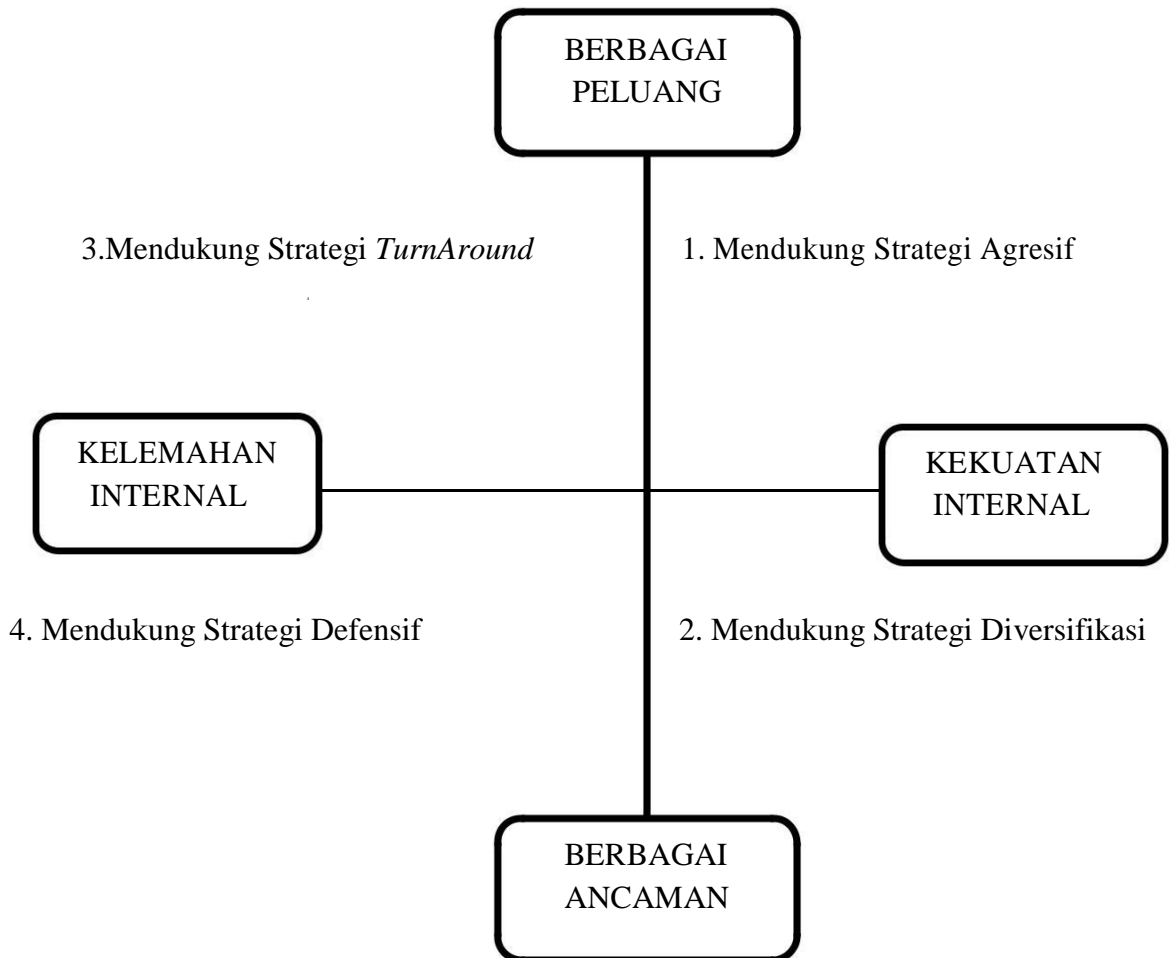
Faktor-faktor Strategis Internal EFAS

(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary)

Faktor-faktor	Bobot	Rating	Skor Pembobot (Bobot x Rating)
Strategi Eksternal			
Peluang (Opportunities/O)			
1. Peluang 1	Bobot peluang 1	Rating peluang 1	
2. Peluang 2	Bobot peluang 2	Rating peluang 2	
Jumlah O	A		B
Ancaman (Threats/T)			
1. Ancaman 1	Bobot ancaman 1	Rating ancaman 1	
2. Ancaman 2	Bobot ancaman 2	Rating ancaman 2	
Jumlah T	C		D
Total	(A+C)		(B+D)

Sumber : Rangkuti, 2016

4. Analisis SWOT



Sumber : Rangkuti, 2016:20

GAMBAR 3.1.
Diagram Analisis SWOT

Kuadran I: merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Pantai Karang Jahe memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran II: meskipun menghadapi berbagai ancaman, Pantai Karang Jahe masih memiliki kekuatan dari strategi internal. Strategi yang harus

ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa).

Kuadran III: Pantai Karang Jahe menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, juga mengalami kendala/kelemahan internal. Fokus strateginya adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran IV: merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, Pantai Karang Jahe menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

5. Matriks IE

Matriks IE merupakan perpaduan strategi antara analisis IFAS dan EFAS yang terdiri dari dua dimensi, yaitu nilai total (*total score*) dari matriks IFAS pada sumbu Y dan nilai total matriks EFAS pada sumbu X. Tujuan dari penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi ditingkat korporat yang lebih detail.

Total skor faktor strategi internal

	Kuat 3,0-4,0 3,0	Sedang 2,0-2,99 2,0	Lemah 1,0-1,99 1,0
Tinggi 3,0-4,0	I GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertikal	II GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal	III RETRENCHMENT <i>Turnaround</i>
Sedang 2,0-2,99	IV STABILITY Hati-hati	V GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal STABILITY Tak ada perubahan Profit Strategi	VI RETRENCHMENT <i>Captive Company</i> atau <i>Divestment</i>
Lemah 1,0-1,99	VII GROWTH Diversifikasi Konsentrik	VIII GROWTH Diversifikasi Konglomerat	IX RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi

Sumber : Rangkuti (2016:95)

GAMBAR 3.2.
Matriks Internal - Eksternal

Matriks Internal dan Eksternal (IE) dapat mengidentifikasi 9 sel strategi, tetapi kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, yaitu:

Pertama : *Growth Strategy* yang merupakan pertumbuhan Pantai Karang Jahe itu sendiri (sel I, II dan V) atau upaya diversifikasi (sel VII dan VIII).

Kedua : *Stability Strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.

Ketiga : *Retrenchment Strategy* (sel III, IV dan IX) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan Pantai Karang Jahe.

6. Matriks SWOT

Matrik Analisis SWOT merupakan identifikasi dari berbagai faktor yang menjadi landasan di dalam menyusun strategi pengembangan produk-produk wisata di suatu daerah. Analisis SWOT sebagai suatu analisis situasi yang mengkaji kondisi faktor-faktor eksternal dan kondisi internal dari setiap obyek dan daya tarik wisata suatu daerah. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal, yaitu kekuatan (*strength*), dan kelemahan (*weakness*) pengembangan pariwisata, dengan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan akan mampu mengurangi kelemahan yang ada dan pada saat yang sama memaksimalkan kekuatan. Hal yang sama juga berlaku pada tantangan dan ancaman, dimana pada saat tantangan dapat diperkecil, peluang yang ada justru diperbesar. Dari hasil tersebut dapat dijadikan empat strategi analisis matrik SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata pada sektor pariwisata khususnya pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang.