

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dari bulan September 2023 sampai Maret 2024 yang berlokasi di Desa Ciganjeng Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran. Waktu penelitian dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Waktu Penelitian

Tahap Penelitian	Waktu penelitian						
	2023				2024		
	Septem ber	Oktober	Novem ber	Desemb er	Januari	Februar i	Maret
Perencanaan Penelitian							
Penyusunan Proposal UP							
Seminar Usulan Penelitian							
Revisi Usulan Penelitian							
Pembuatan Surat Izin Penelitian							
Pengumpulan Data							
Pengolahan dan Analisis Data							
Penulisan Hasil Penelitian							
Seminar Kolokium							
Revisi Hasil Seminar Kolokium							
Sidang Skripsi							

### **3.2. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif serta analisis SWOT, sebagaimana yang disebutkan oleh Sugiyono (2022). Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen atau alat utama. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrumen harus melewati proses "validasi" untuk mengevaluasi sejauh mana kesiapan peneliti kualitatif untuk melakukan penelitian yang melibatkan pengamatan lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen mencakup pemeriksaan pemahaman terhadap metode penelitian kualitatif, kecakapan dalam memahami bidang penelitian, serta kesiapan peneliti dalam hal persiapan akademis untuk menghadapi obyek penelitian.

### **3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder :

1. Data primer yaitu data yang bersumber dari opini dan wawancara dengan informan, yaitu : pemilik usaha, karyawan, Pengunjung dan Aparat Desa.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh oleh peneliti yang bersumber dari dokumen dari instansi terkait, seperti : internet dan sumber pustaka atau buku literatur.

### **3.4. Penentuan Responden**

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) melalui teknik orang kunci (*key person*). *Key Person* adalah seorang yang ahli di bidangnya. Penentuan responden berdasarkan pada pertimbangan bahwa responden tersebut benar-benar mengetahui permasalahan agrowisata di Desa Ciganjeng. Key person dalam penelitian ini melibatkan Pemilik usaha, Anggota Kelompok, Pengunjung dan Aparat Desa. Telah ditentukan yaitu 10 orang responden (1 orang pemilik usaha agrowisata 1 orang pekerja, 1 orang anggota Kelompok Taruna Tani Mekar Bayu, 1 orang Kepala Desa Ciganjeng, 1 orang petugas bpp kecamatan padaherang dan 5 orang pengunjung agrowisata anggur)

### 3.5. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2022), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara.

#### 1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

#### 2. Kuisisioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2022) Kuisisioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data efisien bila peneliti tahu dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan responden.

#### 3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan bertujuan untuk mendalami prinsip-prinsip dan teori geografi dalam kaitannya dengan aspek-aspek pertanian guna melengkapi data yang dapat menunjang jalannya proses penelitian

### 3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2022), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban, yang diwawancarai.

#### 1. Tahap Input

Struktur perumusan meliputi Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation*) serta Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation*), yang berfungsi sebagai dasar informasi untuk matriks-matriks yang berperan pada tahap berikutnya.

Alat-alat input membantu pembuat strategi dalam menilai subjektivitas pada awal proses perumusan strategi. Dengan membuat keputusan kecil dalam matriks input yang berkaitan dengan signifikansi relatif faktor-faktor eksternal dan internal, para pembuat strategi dapat lebih efektif mengembangkan dan mengevaluasi berbagai strategi alternatif. Penilaian intuitif yang baik tetap diperlukan untuk menentukan bobot dan peringkat secara tepat.

a. *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE)

*Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan sebuah alat formulasi strategi yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut.

Adapun tahap-tahap dalam mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal dalam matriks IFE adalah sebagai berikut:

- 1) Menuliskan faktor internal utama seperti diidentifikasi dalam proses audit internal.
- 2) Memberi bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk masing-masing faktor. Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengindikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0.
- 3) Melakukan pemeringkatan 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut menunjukkan sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapatkan peringkat 3 atau 4, dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2.
- 4) Melakukan perkalian pada masing-masing bobot faktor dengan peringkat untuk menentukan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel.
- 5) Jumlahkan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel untuk menentukan total rata-rata tertimbang untuk organisasi. Nilai rata-rata adalah 2,5. Total rata-rata tertimbang di bawah 2,5 menggambarkan

organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Meskipun variabel yang dimasukkan ke dalam Matriks Evaluasi Faktor Internal dapat bervariasi, nilai total bobot berkisar antara 1,0 sebagai nilai terendah dan 4,0 sebagai nilai tertinggi, dengan nilai rata-rata 2,5. Nilai total bobot di bawah 2,5 menandakan kelemahan internal organisasi, sementara nilai yang secara signifikan melebihi 2,5 menunjukkan kekuatan internal. Seperti halnya Matriks EFE, Matriks Evaluasi Faktor Eksternal sebaiknya mencakup antara 10 hingga 20 faktor. Namun, jumlah faktor tidak mempengaruhi rentang nilai total bobot karena total bobot selalu berjumlah 1,0.

Ketika faktor internal secara bersamaan merupakan kekuatan dan kelemahan bagi organisasi, faktor tersebut harus tercantum dua kali dalam Matriks Evaluasi Faktor Internal, dengan pemberian bobot dan peringkat pada setiap penampilannya.

Tabel 4. *Internal Factor Evaluation* (Matrik IFE)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1		

b. *Matriks External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dianggap penting. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan.

Tahap-tahap dalam mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal dalam matriks EFE adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat daftar faktor eksternal yang diidentifikasi dalam proses audit eksternal.

- 2) Memberi bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk masing-masing faktor. Bobot mengindikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0.
- 3) Melakukan pemeringkatan 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor eksternal kunci tentang seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = respon sangat bagus, 3 = respon di atas rata-rata, 2 = respon rata-rata, 1 = respon perusahaan di bawah rata-rata. Peringkat didasari pada efektivitas strategi perusahaan, sedangkan bobot didasarkan pada industri.
- 4) Kalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan nilai tertimbang.
- 5) Jumlahkan nilai tertimbang dari masing-masing variabel untuk menentukan total nilai tertimbang bagi organisasi. Nilai nilai tertimbang tertinggi adalah 4,0 dan nilai tertimbang terendah adalah 1,0. Total nilai tertimbang rata-rata adalah 2,5. Total nilai tertimbang sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa organisasi merespon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal. Total nilai 1,0 mengindikasikan bahwa strategis perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal.

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal memiliki banyak peluang dan ancaman utama namun, skor bobot total tertinggi yang mungkin dicapai sebuah organisasi adalah 4,0, dan skor bobot terendah adalah 1,0. Skor bobot total rata-rata adalah 2,5, dan skor bobot total 4,0 menunjukkan bahwa sebuah organisasi merespon dengan sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Dengan kata lain, strategi bisnis secara efektif dapat memanfaatkan peluang saat ini dan mengurangi dampak negatif dari ancaman eksternal. Skor totalnya 1,0 menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak mampu memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman.

Tabel 5. *Eksternal Factor Evaluation* (Matrik EFE)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Ancaman			
Total	1		

c. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matrik Internal eksternal IE merupakan gabungan dari matriks IFE dan EFE, yang kemudian digunakan untuk menganalisis posisi tiap divisi dalam diagram simetris secara lebih detail untuk melihat strategi apa yang tepat untuk diterapkan.

Matriks IE terdiri dari sumbu X merupakan total skor matriks IFE dan sumbu Y yaitu total skor matriks EFE. Sumbu X pada matriks IE dengan skor yaitu 1,0-1,99 yang menyatakan posisi internal adalah lemah, skor 2,0-2,99 menyatakan posisi internal rata-rata, dan skor 3,0-4,0 dapat diaktegorikan posisi yang kuat. Sumbu Y yang dipakai untuk matriks EFE dengan skor 1,0-1,99 merupakan kategori rendah, skor 2,0-2,99 kategori sedang, dan skor 3,0-4,0 merupakan kategori tinggi yang ditetapkan dari bawah ke atas. Terdapat sembilan area strategi yaitu area I, II dan IV yang merupakan strategi tumbuh dan berkembang, area III V dan VII dengan strategi bertahan atau stabilisasi, sedangkan area VI VIII dan IX merupakan area tutup atau divestasi. (David, 2019)

Penilaian total nilai IFE dari sumbu matriks X adalah sebagai berikut:

- 1) Jika total nilai IFE berada pada bobot 1,0 sampai 1,99, maka posisi tersebut menunjukkan posisi internal lemah
- 2) Jika total nilai IFE berada pada bobot 2,0 sampai 2,99, maka posisi tersebut berada pada posisis sedang.
- 3) Jika total nilai IFE berada pada bobot 3,0 sampai 4,0, maka posisi tersebut dianggap posisi yang kuat. Demikian halnya dengan sumbu y, jika nilai EFE yang diberi bobot 1,0 sampai 1,99 dianggap lemah, nilai 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang, sedangkan 3,0 sampai 4,0 dianggap kuat.

Tabel 6. Matrik Internal-Eksternal (IE)

<b>Matriks IE</b>	<b>Kuat 3,0-4,0</b>	<b>Sedang 2,0-2,99</b>	<b>Lemah 1,0-1,99</b>
<b>Tinggi 3,0-4,0</b>	I (Pertumbuhan)	II (Pertumbuhan)	III (Stabilisasi)
<b>Sedang 2,0-2,99</b>	IV (Pertumbuhan)	V (Stabilisasi)	VI (Divestasi)
<b>Rendah 1,0-1,99</b>	VII (Stabilisasi)	VIII (Divestasi)	IX (Divestasi)

Sumber: David (2019)

Dari tabel 6 menunjukkan:

- 1) Unit bisnis strategis yang masuk kedalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai unit bisnis strategis dalam kondisi *grow and built*. Strategi yang tepat dalam kondisi ini adalah strategi intensif seperti *market penetration strategy*, *market development strategy*, dan *product development strategy*, atau strategi integratif baik *backward strategy*, *forward strategy*, dan *horizontal strategy*.
  - 2) Unit bisnis strategis yang masuk kedalam sel III, V, atau VII dapat digambarkan sebagai unit bisnis strategis dalam kondisi *hold and maintain*. Strategi yang dapat dilaksanakan adalah strategi bertahan dan stabilitas. Untuk posisi seperti ini strategi yang paling tepat adalah melaksanakan strategi intensif yang terdiri dari *market penetration strategy* dan strategi *product development strategy*.
  - 3) Unit bisnis strategis yang masuk kedalam sel VI, VIII dan IX dapat digambarkan sebagai unit bisnis strategis dalam kondisi yang sulit untuk bertahan apalagi untuk tumbuh dan berkembang. Strategi yang tepat dalam kondisi ini adalah strategi pelepasan (*divestation strategy*).
2. Tahap Pencocokan

Tahap pencocokan berfokus pada menciptakan alternatif strategi yang layak dengan mencocokkan faktor kunci eksternal dan internal.



Tahap pencocokan terdiri dari teknik yang dapat digunakan yaitu: SWOT dan matriks IE. Alat-alat ini digunakan tergantung pada informasi yang diperoleh dari tahap input untuk memadukan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal. Mencocokkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal merupakan kunci untuk menciptakan strategi alternatif yang masuk akal.

a. Matriks SWOT

Teknik analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi strategi pengembangan Agrowisata Anggur adalah dengan menggunakan analisis matriks SWOT. Matriks SWOT digunakan untuk menyusun faktor-faktor peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan agrowisata Anggur di Desa Ciganjeng. Dimana matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan agrowisata tersebut. Faktor – faktor tersebut disusun dalam matriks SWOT seperti berikut :

- 1) Strategi SO adalah strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2) Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 3) Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman Rangkuti (2009).

Tabel 7. Matriks SWOT “*Strengths-Weakness-Opportunities-Threats*”

	<b>IFE</b>	<b>STRENGTH-S</b> Faktor-Faktor Kekuatan Internal Perusahaan	<b>WEAKNESS-W</b> Kelemahan Internal perusahaan
<b>EFE</b>			
<b>OPPORTUNITIES-O</b> Peluang Faktor Eksternal Perusahaan		<b>STRATEGI S-O</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI W-O</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREATS-T</b> Ancaman Faktor Eksternal Perusahaan		<b>STRATEGI S-T</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI W-T</b> Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan Dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2014).

### 3. Tahap keputusan

Perumusan strategi didasarkan pada intuisi dan analisis. Berbagai alternatif ditunjukkan oleh metode pencocokan yang baru saja dibahas. Setiap metode tambahan yang dihasilkan dari analisis pencocokan dapat dibahas dan dimasukkan ke dalam daftar opsi alternatif yang masuk akal. Para peserta dapat memeringkat berbagai strategi dalam skala 1 hingga 4 untuk membuat daftar strategi terbaik.

#### a. Matriks perencanaan strategis kuantitatif (QSPM)

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning* QSPM) merupakan matriks analisa keputusan di dalam mengevaluasi berbagai strategi alternatif yang ada secara objektif. Rekomendasi keputusan strategi yang telah diperoleh Matriks SWOT, akan dianalisis lebih lanjut untuk menentukan strategi terbaik melalui analisa keputusan berdasarkan Matriks QSPM. Teknik ini secara objektif menunjukkan strategi mana yang terbaik. QSPM adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya.

Secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibangun berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal. Adapun langkah yang diperlukan dalam mengembangkan QSPM yaitu :

- 1) Membuat daftar berbagai faktor peluang/ ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal utama.
- 2) Memberi bobot pada setiap faktor eksternal dan internal utama tersebut.
- 3) Identifikasi berbagai strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan oleh organisasi.
- 4) Tentukan skor daya tarik.
- 5) Menghitung skor daya tarik total (TAS).
- 6) Menghitung jumlah keseluruhan daya tarik total.

Tabel 8. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Alternatif strategi				
Faktor-faktor utama	Bobot	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3
Factor-faktor Eksternal Utama				
Ekonomi				
Politik/Hukum/Pemerintah				
Social/Budaya/Demografi/Lingkungan				
Teknologi				
Persaingan				
Factor-faktor Internal Utama				
Manajemen				
Pemasaran				
Keuangan/Akuntansi				
Produksi/Operasi				
Penelitian dan Pengembangan (Litbang)				
System Informasi Manajemen (SIM)				

Sumber: David (2019)