

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari Bulan Desember 2023 sampai dengan Bulan Mei 2024. Tempat penelitian dilaksanakan di Desa Taraju, Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Taraju telah berhasil mendapatkan penghargaan dalam ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia pada tahun 2023 di tingkat nasional.

Tabel 2. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu Penelitian																							
	Desember 2024				Januari 2024				Februari 2024				Maret 2024				April 2024				Mei 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Perencanaan Kegiatan	■	■																						
Survey Pendahuluan			■	■																				
Penyusunan Usulan Penelitian					■	■	■	■	■	■	■	■												
Seminar usulan Penelitian											■													
Revisi Usulan Penelitian											■													
Pengumpulan data											■	■	■	■										
Pengolahan data											■	■	■	■	■	■								
Penulisan hasil penelitian															■	■	■	■	■	■				
Seminar kolokium																					■	■		
Revisi Kolokium																					■	■	■	■
Sidang skripsi																								■
Revisian Skripsi																								■

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus pada Desa Wisata Taraju, Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya. Metode studi kasus merupakan bentuk penelitian kualitatif yang fokus pada subjek tertentu yang terkait dengan suatu konteks spesifik. Dalam metode ini, penulis melakukan eksplorasi mendalam terhadap program, kejadian, dan proses yang melibatkan individu, yang terkait oleh waktu dan aktivitas. Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang hal tersebut (Sugiyono, 2022). Selain metode studi kasus, dalam penelitian ini juga menggunakan metode FGD (*Focus Group Discussion*). FGD adalah suatu bentuk pembicaraan terstruktur yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam dari sekelompok individu dalam masyarakat mengenai suatu tema tertentu. Tujuan utama FGD

adalah menghimpun informasi mengenai pandangan, keyakinan, sikap, dan persepsi masyarakat, bukan untuk mencapai kesepakatan atau membuat keputusan bersama (Bisjoe, 2018).

### 3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan mencari, mengumpulkan, dan mengukur data yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Data yang terdapat dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Data primer, yaitu data pendukung tentang perkembangan Desa Wisata Taraju yang langsung didapatkan dari narasumber yang diperoleh melalui metode FGD, wawancara, observasi, dokumentasi, dan menggunakan kuesioner dengan responden yang terlibat di lapangan.
- 2) Data Sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung dari objeknya, melainkan dari berbagai literatur seperti internet, jurnal penelitian, buku-buku, atau bahkan dari instansi pemerintah yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.4 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengklasifikasikan *stakeholders* yang dijadikan informan. Informan pertama adalah pihak-pihak atau orang yang benar-benar memahami tentang keadaan internal Desa Wisata Taraju (*key Informan*) (Endraswara, 2006). Informan yang bersangkutan meliputi dinas pariwisata Kabupaten Tasikmalaya, perangkat Desa Taraju, pengelola desa wisata, tokoh masyarakat, penerima manfaat dan wisatawan. Jumlah informan keseluruhan adalah 11 orang, lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penentuan Jumlah Informan

No.	Informan ( <i>Stakeholders</i> )	Jumlah (orang)
1.	Dinas Pariwisata	1
2.	Perangkat Desa	1
3.	Pokdarwis	1
4.	Tokoh Masyarakat	1
5.	Pedagang	1
6.	Wisatawan	6
<b>Jumlah</b>		<b>11</b>

Sumber : Data primer 2024

Penentuan informan wisatawan menggunakan *purposive sampling* (secara sengaja) dengan pertimbangan bahwa wisatawan tersebut bersedia menjadi

informan dan pernah mengunjungi beberapa wisata di Desa Taraju. Proses perhitungan bobot dan rating dalam Matriks IFAS dan EFAS dengan menggunakan jawaban dari 11 informan, tetapi dalam perhitungan Matriks QSPM hanya menggunakan jawaban dari 8 informan saja yaitu 5 orang *key* informan dan 3 orang wisatawan karena ada beberapa informan yang tidak bisa dihubungi.

### 3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel berfungsi mengarahkan variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian ini ke indikator-indikatornya secara kongkrit, yang berguna dalam pembahasan hasil penelitian. Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Strategi yaitu suatu tindakan yang bersifat *incremental* (berkembang) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang yang berorientasi pada pencapaian. Strategi mempunyai konsep multifungsional dan multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal atau eksternal yang dihadapi.
- 2) Pengembangan adalah suatu proses pembangunan Desa Wisata Taraju secara bertahap dan teratur yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki.
- 3) Strategi Pengembangan adalah hasil dari formulasi antara kekuatan dan kelemahan internal terhadap peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan desa wisata.
- 4) Desa Wisata adalah kawasan pedesaan yang menawarkan suasana asli desa, baik segi ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, hingga keindahan alamnya.
- 5) Pengembangan desa wisata adalah upaya untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di sebuah desa untuk meningkatkan pendapatan, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian budaya dan lingkungan.
- 6) Faktor Internal adalah faktor-faktor dari dalam yang menggambarkan kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weakness*) serta dapat berpengaruh dalam pengembangan desa wisata, seperti manajemen desa wisata, strategi organisasi pengelola desa wisata, lokasi desa wisata, potensi yang dapat dikembangkan.

- a. Kekuatan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam Desa Taraju yang merupakan keunggulan dari Desa Wisata Taraju.
  - b. Kelemahan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam yang merupakan keterbatasan atau kekurangan Desa Wisata Taraju.
- 7) Faktor Eksternal adalah faktor-faktor dari luar yang menggambarkan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) serta dapat mempengaruhi pengembangan desa wisata seperti dukungan pemerintah, efektifitas hubungan masyarakat, pesaing pasar dan potensi pendukung.
    - a. Peluang adalah faktor yang berasal dari luar desa wisata dan bersifat menguntungkan bagi Desa Wisata Taraju.
    - b. Ancaman adalah faktor yang berasal dari luar dan bersifat mengganggu keberlangsungan Desa Wisata Taraju.
  - 8) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Taraju.
  - 9) Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi pengembangan Desa Wisata Taraju yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi pengelola dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.
  - 10) Alternatif strategi pengembangan Desa Wisata Taraju adalah alternatif alat untuk mewujudkan pengembangan wisata dalam kaitannya dengan tujuan jangka pendek, jangka panjang dan program tindak lanjut.
  - 11) Prioritas strategi pengembangan Desa Wisata Taraju adalah strategi yang harus didahulukan untuk mewujudkan pengembangan wisata dalam kaitannya dengan tujuan jangka pendek, jangka panjang dan program tindak lanjut.
  - 12) Matriks QSPM adalah alat yang digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap alternatif strategi secara objektif, berdasarkan *key success factor* internal eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya.

### **3.6 Kerangka Analisis**

Analisis strategi untuk pengembangan Desa Wisata Taraju ini dianalisis secara deskriptif yaitu dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths Weakness Opportunities*

*Threats*). Dalam melakukan analisis SWOT, faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan dapat diorganisir secara sistematis ke dalam kategori kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Untuk menyederhanakan proses analisis, penggunaan matriks SWOT menjadi sangat berguna. Matriks ini berperan sebagai alat untuk menyusun dengan rinci faktor-faktor strategis perusahaan, yang nantinya dapat dihubungkan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Melalui hasil analisis SWOT, perusahaan dapat merumuskan empat alternatif strategi yang dapat diterapkan guna mencapai tujuan perusahaan (Rangkuti, 2016).

Matriks SWOT digunakan sebagai instrumen analisis untuk merencanakan elemen strategis suatu perusahaan. Matriks tersebut efektif mengilustrasikan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap peluang dan mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal. Dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya, perusahaan dapat memanfaatkan matriks SWOT untuk merancang empat opsi strategi alternatif (Rangkuti, 2016). Menurut David (2016) mengungkapkan bahwa bagian atas dari QSPM terbentuk oleh opsi strategi yang berasal dari Matriks SWOT. Komponen-komponen dalam QSPM melibatkan berbagai alternatif strategi, faktor-faktor kunci, bobot, nilai AS (*Attractiveness Score*) yang mencerminkan tingkat daya tarik, TAS (*Total Attractiveness Score*) yang merupakan total nilai daya tarik yaitu sebagai akumulasi keseluruhan nilai daya tarik.

### 3.6.1 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis internal dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan yang dapat dimaksimalkan perannya dan faktor-faktor kelemahan yang harus segera diatasi. Sedangkan analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor peluang yang dapat dimaksimalkan perannya dan faktor-faktor ancaman yang harus dihindari. Merumuskan faktor-faktor strategi internal dan eksternal disusun dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Factors Anality Summary*) dan matrik EFAS (*Eksternal Factors Anality Summary*) (Rangkuti, 2016).

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) secara rinci disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Format Dasar Matriks IFAS

Faktor – Faktor Strategi Internal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)
KEKUATAN :			
1.			
2.			
Dst.			
KELEMAHAN :			
1.			
2.			
Dst			
Total	1,00		

Sumber : Rangkuti, 2016

Matriks dasar EFAS (*External Factors Analysis Summary*) secara lengkap disajikan pada Tabel 5

Tabel 5. Format Dasar Matriks EFAS

Faktor – Faktor Strategi Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)
PELUANG :			
1.			
2.			
Dst.			
ANCAMAN :			
1.			
2.			
Dst			
Total	1,00		

Sumber : Rangkuti, 2016

Langkah-langkah penyusunan Matriks IFAS dan Matriks EFAS sebagai berikut:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kolom 1.
- 2) Pemberian bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting), jumlah bobot tidak boleh melebihi skor 1,00. Nilai bobot dicari dengan :

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total Penilaian IFAS}} \quad \text{dan} \quad \text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total Penilaian EFAS}}$$

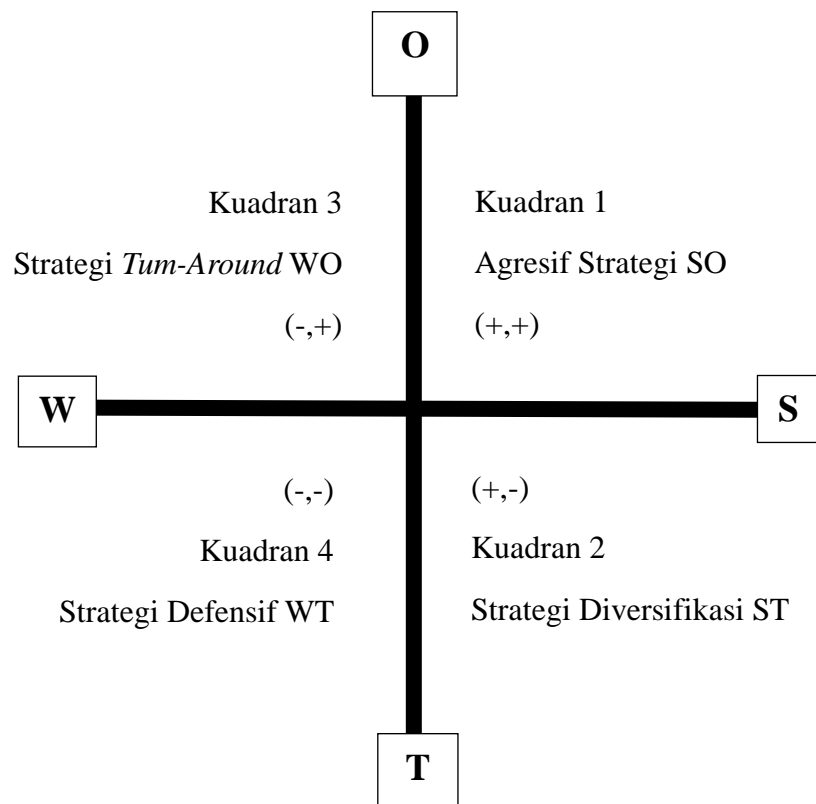
- 3) Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outsanding*) sampai dengan 1

(*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi .

- 4) Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh skor pada kolom 4 untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outsanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*) (Rangkuti, 2016).

### 3.6.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi (Rangkuti, 2016). Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi ancaman.



Gambar 3. Matriks Diagram SWOT

**Kuadran 1:** Dalam situasi yang sangat menguntungkan dan perusahaan memiliki peluang dan kekuatan, langkah strategis yang perlu diambil adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

**Kuadran 2:** Perusahaan dihadapkan pada berbagai ancaman, namun perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internalnya. Strategi yang disarankan adalah menggunakan kekuatan tersebut dengan menerapkan strategi diversifikasi (produk atau pasar).

**Kuadran 3:** Perusahaan ini memiliki peluang pasar besar tetapi juga menghadapi kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah dengan meminimalkan masalah-masalah internalnya sehingga perusahaan dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

**Kuadran 4:** Dimana perusahaan menghadapi ancaman dan kelemahan internal, langkah strategi harus difokuskan pada mitigasi risiko dan perbaikan internal. Penting untuk mengatasi ancaman dan kelemahan tersebut agar perusahaan dapat keluar dari kondisi yang tidak menguntungkan.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*). Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan matriks SWOT adalah:

- 1) Tentukan faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan
- 2) Tentukan faktor-faktor lingkungan internal perusahaan
- 3) Sesuaikan kekuatan dengan peluang untuk mendapatkan strategi S-O
- 4) Sesuaikan kelemahan dengan peluang untuk mendapatkan strategi W-O
- 5) Sesuaikan kekuatan dengan ancaman untuk mendapatkan strategi S-T
- 6) Sesuaikan kelemahan dengan ancaman untuk mendapatkan strategi W-T

Tabel 6. Analisis Matriks SWOT

EFAS IFAS	STRENGTHS (S) Menentukan faktorkekuatan internal	WEAKNESSES (W) Menentukan kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Menentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATHS (T) Menentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2016



### 3.6.3 *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

Adapun unsur-unsur yang terdapat di dalam QSPM adalah strategi-strategi alternatif, faktor-faktor kunci, bobot, AS (*Attractiveness Score*) = nilai daya tarik, TAS (*Total Attractiveness Score*) = total nilai daya tarik.

Pada Matrix QSPM terdapat enam langkah yang diperlukan untuk mengembangkan QSPM didefinisikan dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Matriks IFAS dan EFAS dalam perusahaan membuat daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
2. Setiap faktor internal dan eksternal memasukan bobot untuk masing-masing faktor, bobot ini sama dengan matriks IFAS dan EFAS, bobot ini disajikan pada kolom sebelah kanan kolom faktor kesuksesan internal dan eksternal penting. 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (penting) bobot menentukan kepentingan relatife dari faktor tersebut dengan jumlah seluruh bobot yang akan diberikan harus sama dengan 1,0.
3. Memeriksa matriks SWOT dengan mengenali strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan.
4. Didefinisikan penentuan skor daya tarik sebagai nilai numerik yang menunjukkan daya tarik relatif, setiap strategi diantara alternatif-alternatif yang ada. Skor daya tarik *attractive score* (AS) ditentukan dengan menguji setiap faktor internal dan eksternal pada suatu waktu dan mengajukan pertanyaan, apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang dibuat. Secara spesifik (AS) sebaiknya diberikan dalam setiap strategi untuk mengindikasikan daya relatife dari satu strategi lainnya dengan mempertimbangkan faktor tertentu.
  - a) 1= Tidak menarik
  - b) 2= Kurang menarik
  - c) 3= Cukup menarik
  - d) 4= Sangat menarik

Perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, mengeksploitasi peluang atau menghindari ancaman serta dapat mengembangkan QSPM.

5. Menghitung total skor daya tarik *Total Attractive Score* TAS dengan cara mengalikan bobot dengan nilai daya tarik masing-masing. Pada total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing strategi alternatif, dengan mempertimbangkan dampak dari faktor keberhasilan internal dan eksternal. Semakin tinggi TAS, semakin menarik strategi alternatif tersebut ketika hanya mempertimbangkan faktor keberhasilan yang sangat terbatas.
6. Hitung total skor daya tarik, tambahkan TAS pada setiap kolom strategi QSPM. Total skor daya tarik menunjukkan strategi yang paling menarik dalam setiap rangkaian alternatif, skor yang lebih tinggi menunjukkan strategi yang lebih menarik ketika mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan strategis.

Tabel 7. *Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)*

Faktor Kunci	Rata-rata	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (Strengths)							
1. Dst.							
Kelemahan (Weakness)							
1. Dst.							
Peluang (Opportunities)							
1. Dst.							
Ancaman (Threats)							
1. Dst.							
Total							

Sumber : David, 2016