

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023 – Juni 2024, yang terletak di Kampung Benteng Kelurahan Sukamenak Kecamatan Purbaratu Kota Tasikmalaya. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Benteng *Farmhouse* merupakan salah satu Agrowisata yang cukup populer dan dianggap sebagai tempat wisata *hidden gem* di Kota Tasikmalaya. Pertimbangan lainnya yaitu karena Agrowisata Benteng *Farmhouse* memiliki beberapa permasalahan sehingga perlu adanya strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Tabel 5. Waktu dan Tahapan Penelitian

Tahapan Kegiatan	Waktu Penelitian						
	Desember 2023	Januari 2024	Februari 2024	Maret 2024	April 2024	Mei 2024	Juni 2024
Perencanaan	■						
Inventarisasi Pustaka	■						
Penulisan Usulan Penelitian	■						
Seminar Usulan Penelitian	■						
Revisi Proposal Usulan Penelitian	■	■					
Pengumpulan Data		■	■				
Pengolahan Data dan Analisis Data		■	■	■			
Penulisan Hasil Penelitian		■	■	■	■		
Seminar Kolokium			■	■	■	■	
Revisi Kolokium						■	
Sidang Skripsi							■
Revisi Skripsi							■

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Studi Kasus. Penelitian Studi kasus merupakan jenis penelitian kualitatif yang mendalam tentang individu, kelompok, institusi dan sebagainya dalam waktu tertentu. Tujuan studi kasus adalah berusaha menemukan makna, meneliti proses, serta memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam serta utuh dari individu, kelompok atau institusi tertentu. Data studi kasus diperoleh dengan wawancara, observasi dan mempelajari berbagai dokumen yang terkait dengan topik yang diteliti (Sugiarto, 2017).

3.3 Penentuan Sumber Informan

Penelitian ini mengambil data dari informan dengan kriteria khusus yaitu informan yang mempunyai pengalaman kerja di Agrowisata Benteng *Farmhouse* dan juga melibatkan pemerintah setempat. Penelitian ini menggunakan informan sebanyak 7 (tujuh) orang. Antara lain pemilik, *manager* pengelola usaha, dua orang pengunjung, masyarakat sekitar tempat wisata dan ketua RT, serta satu orang lainnya sebagai perwakilan dari pemerintah setempat.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

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

- 1) Data Primer, pengumpulan data yang digunakan untuk data primer yaitu dengan melakukan pengamatan langsung (observasi), wawancara dan pengisian kuesioner. Penelitian ini menggunakan dua kuesioner, yaitu kuesioner penilaian rating dan bobot faktor strategis internal dan eksternal perusahaan menggunakan matriks SWOT. Kuesioner kedua yaitu kuesioner penilaian pembobotan strategi menggunakan AHP. Kuesioner meliputi pertanyaan terbuka dan tertutup yang meliputi identitas responden, serta pertanyaan mengenai faktor internal eksternal perusahaan serta prioritas strategi.
- 2) Data Sekunder, diperoleh dari instansi-instansi pemerintah, artikel ilmiah dan skripsi yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data yang diperlukan adalah literatur jurnal, publikasi pemerintah, dan sumber lain yang mendukung. Data sekunder diperoleh melalui dokumen, artikel, maupun literatur mengenai Agrowisata. Selanjutnya penelitian juga menggunakan dokumnetasi yaitu metode pengumpulan data dengan klasifikasi dan kategori bahan-bahan tertulis baik yang bersumber dari dokumen maupun catatan yang berhubungan dengan topik penelitian.

3.5 Definisi dan Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk operasional dalam melakukan penelitian di lapangan, yang menunjukkan bagaimana cara mengukur variabel yang telah ditentukan. Definisi operasional merupakan suatu informasi yang membantu

peneliti lain jika ingin menggunakan variabel yang sama. Oleh karena itu pada tabel diuraikan tentang variabel dan definisi operasionalnya.

Tabel 6. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Devinisi Operasional	Pengukuran Vriabel
Lingkungan Internal	Sumberdaya Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	Sumberdaya alam	Sumberdaya yang meliputi bahan baku yang dimiliki agrowisata seperti lahan dan produktifitas tanaman hidroponik	Menggunakan Skala Bobot sebagai berikut: 1= kurang penting 2= sama penting 3= lebih penting Rating: 1= sangat lemah 2= lemah 3= kuat 4= sangat kuat
		Sumberdaya Manusia	Sumberdaya yang meliputi kompetensi dan manajemen sumberdaya manusia yang dimiliki oleh pengelola agrowisata	
	Produksi dan operasi Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	Ketersediaan produk	Kondisi tanaman hidroponik untuk memenuhi kebutuhan pengunjung	
		Fasilitas dan pelayanan agrowisata	Fasilitas yang tersedia di Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	
	Pemasaran Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	Produk dan Jasa	Produk dan jasa yan ditawarkanoleh Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	
		Harga	Harga tiket masuk, paket wisata dan harga produk di Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	
		Lokasi	Lokasi Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	
		Promosi	Kegiatan-kegiatan yang dilakukan Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i> untuk mengenalkan dan menarik minat pengunjung untuk datang	
Lingkungan Eksternal	Demografi Kota Tasikmalaya	Usia	Dinamika kependudukan yang meliputi usia	Menggunakan Skala Bobot sebagai berikut: 1= kurang penting 2= sama penting 3= lebih penting Rating: 1= sangat lemah 2= lemah 3= kuat 4= sangat kuat
		Jumlah Penduduk	Bagaimana jumlah penduduk berubah yang disebabkan oleh perpindahan penduduk dan kelahiran serta kematian	
	Kebijakan pemerintah Kota Tasikmalaya	Peraturan Pemerintah	Peraturan yang direncanakan dan dirumuskan oleh masing-masing pemerintah daerah yang berhubungan dengan perusahaan	
	Perkembangan teknologi di masyarakat	Teknologi Informasi dan Komunikasi	Pemanfaatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu media	

Konsep	Variabel	Indikator	Devinisi Operasional	Pengukuran Vriabel
			pengunjung untuk mengenal Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	Menggunakan Skala Bobot sebagai berikut: 1= kurang penting 2= sama penting 3= lebih penting Rating: 1= sangat lemah 2= lemah 3= kuat 4= sangat kuat
	Kondisi alam Kota Tasikmalaya	Iklm	Kondisi iklim yang ada di Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i> terkait dengan budidaya dan lingkungan yang nyaman untuk wisatawan	
	Sosial budaya masyarakat Kota Tasikmalaya	Gaya Hidup	Gaya hidup masyarakat saat ini khususnya yang menjadi sasaran Agrowista Benteng <i>Farmhouse</i>	
	Pesaing Agrowisata Tasikmalaya	Agrowisata Sejenis	Persaingan dari agrowisata sejenis di daerah Tasikmalaya	
Prioritas Strategi Agrowisata Benteng <i>Farmhouse</i>	Strategi Pengembangan Agrowisata Tasikmalaya	Strategi Utama	Strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT	Skala Kepentingan: 1= sama penting 3= sedikit lebih penting 5= lebih penting 7= sangat penting 9= mutlak lebih penting 2,4,6,8= nilai tengah
		Sub Strategi	Strategi yang lebih detail dan aplikatif dari strategi utama	

3.6 Kerangka Analisis

Metode pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi dan menentukan prioritas startegi. Alat analisis data yang digunakan adalah matriks IFAS (*Internal Factors Analys Summary*), matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*), matriks SWOT dan AHP. Metode deskriptif dilakukan dengan pengumpulan data untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Analisis lingkungan internal dan eksternal digunakan untuk membuat matriks IFAS dan EFAS. Hasil analisis dari matriks IFAS dan EFAS dimasukkan ke diagram SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan saat ini, kemudian dimasukkan ke matriks SWOT sehingga diperoleh alternatif strategi yang layak bagi perusahaan. Selanjutnya dengan menggunakan AHP dilakukan pemilihan prioritas strategi pengembangan yang sesuai dari alternatif strategi yang ada.

3.6.1. Analisis Matriks IFAS dan EFAS

1. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

- a. Pada kolom 1 (*Internal Factor*) buatlah daftar dari 5-10 kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*) paling penting yang dihadapi perusahaan.
- b. Pada kolom 2 (*Rating/Peringkat*), berikan peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 5,0 (sangat baik) sampai 1,0 (buruk) yang didasarkan pada tanggapan para pengelola saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan para pengelola tentang seberapa baik manajemen perusahaan saat ini dalam menghadapi masing-masing faktor internal tersebut.
- c. Pada kolom 3 (*Weight/Bobot*), berikan bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran 1,0 (sangat penting) sampai bobot 0,0 (tidak penting). Pembobotan diperoleh dari matriks perbandingan faktor dengan memberikan nilai 1 pada faktor yang kurang penting terhadap faktor lain, nilai 2 untuk faktor yang sama penting dengan faktor lain dan nilai 3 untuk faktor yang lebih penting dari faktor lain yang dibandingkan. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot dalam IFAS.
- d. Pada kolom 4 (*Score*) nilai tertimbang, mengalikan rating pada kolom 2 dengan bobot masing-masing faktor yang terdapat di kolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 5,0 (sangat bagus) sapai 1,0 (buruk) dengan nilai rata-rata sebesar 3,0.
- e. Langkah yang terkhir yaitu menjumlahkan masing-masing nilai tertimbang yang ada pada kolom 4 untuk memperoleh jumlah nilai tertimbang total bagi suatu perusahaan.

Bobot setiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus:

$$a_i = \frac{x_i}{\sum x_i}$$

Keterangan:

- a_i = bobot variabel ke-i
- n = jumlah data
- x_i = nilai variabel x ke-i
- i = 1,2,3...n

Tabel 7. Matriks Perbandingan Bobot Antar Faktor Internal

FSI	I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I 6	I 7	I 8	I 9	I 10	Jumlah	Bobot
I 1	■											
I 2		■										
I 3			■									
I 4				■								
I 5					■							
I 6						■						
I 7							■					
I 8								■				
I 9									■			
I 10										■		
Total												

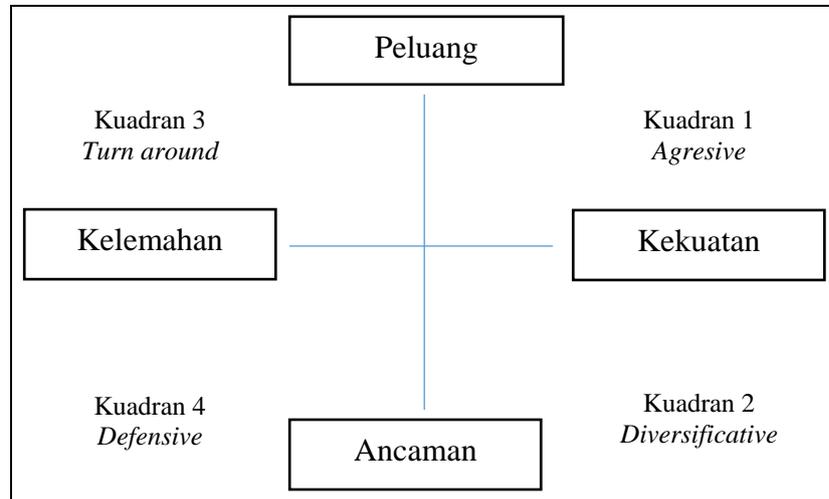
2. Matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*)

Alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci dalam matriks EFAS dilakukan tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Pada kolom 1 buatlah daftar dari 5-10 peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) paling penting yang dihadapi perusahaan.
- b. Pada kolom 2 (*Rating/Peringkat*), berikan peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 4 (sangat baik) sampai 1 (buruk) yang didasarkan pada tanggapan para pengelola saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan para pengelola tentang seberapa baik manajemen perusahaan saat ini dalam menghadapi masing-masing faktor eksternal.
- c. Pada kolom 3 (*Weight/Bobot*), memberikan bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran 1,0 (sangat penting) sampai bobot 0,0 (tidak penting). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini. Pembobotan diperoleh dari matriks perbandingan faktor dengan memberikan nilai 1 pada faktor yang kurang penting terhadap faktor lain, nilai 2 untuk faktor yang sama penting dengan faktor lain dan nilai 3 untuk faktor yang lebih penting dari faktor lain. Semakin tinggi bobot, maka semakin penting faktor tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan saat ini maupun di masa mendatang. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot dalam EFAS.

3.6.2. Analisis Matriks SWOT

Sebelum melakukan analisis SWOT dibuat diagram SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan saat ini. Diagram SWOT merupakan tahapan pencocokan pada proses formulasi strategi.



Gambar 6. Diagram SWOT

Keterangan masing-masing kuadran:

- Kuadran 1: merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Arena dalam kondisi ini selain kekuatan, peluang yang dimiliki juga dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).
- Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, masih ada kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi
- Kuadran 3: meskipun memiliki kelemahan, perusahaan masih bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk menutupi kelemahan. Pada kuadran 3 strategi yang dapat diterapkan adalah mendukung strategi *defensive*.
- Kuadran 4: pada kuadran ini memiliki posisi kompetitif yang kuat namun berada dalam industri yang pertumbuhannya lambat. Perusahaan-perusahaan ini mempunyai kekuatan untuk mengadakan program diversifikasi ke bidang-bidang pertumbuhan baru yang lebih menjanjikan.

Matriks SWOT terdiri dari empat unsur yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Dari

matriks SWOT akan diperoleh empat tipe alternatif strategi, yaitu: strategi S-O (*strengths-opportunities*), strategi W-O (*weaknesses-opportunities*), strategi S-T (*strengths-threaths*) dan strategi W-T (*weaknesses-threaths*). Hasil dari pencocokan dengan menggunakan matriks SWOT adalah alternatif strategi yang layak dipakai oleh perusahaan.

Langkah-langkah dalam menentukan strategi yang dibangun melalui matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar peluang eksternal perusahaan
2. Membuat daftar ancaman eksternal perusahaan
3. Membuat daftar kekuatan internal perusahaan
4. Membuat daftar kelemahan internal perusahaan
5. Mengkombinasikan kekuatan internal dan peluang eksternal dan hasilnya dicatat dalam sel strategi S-O
6. Mengkombinasikan kelemahan internal dan peluang eksternal dan hasilnya dicatat dalam sel strategi W-O
7. Mengkombinasikan kekuatan internal dan ancaman eksternal dan hasilnya dicatat dalam sel strategi S-T
8. Mengkombinasikan kelemahan internal dan ancaman eksternal dan hasilnya dicatat dalam sel strategi W-T

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Faktor Kekuatan Internal	WEAKNESS (W) Faktor Kelemahan Internal
OPPORTUNITIES (O) Faktor Peluang Eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Faktor Ancaman Eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Wheelen dan Hunger (2003)

Gambar 7. Matriks SWOT

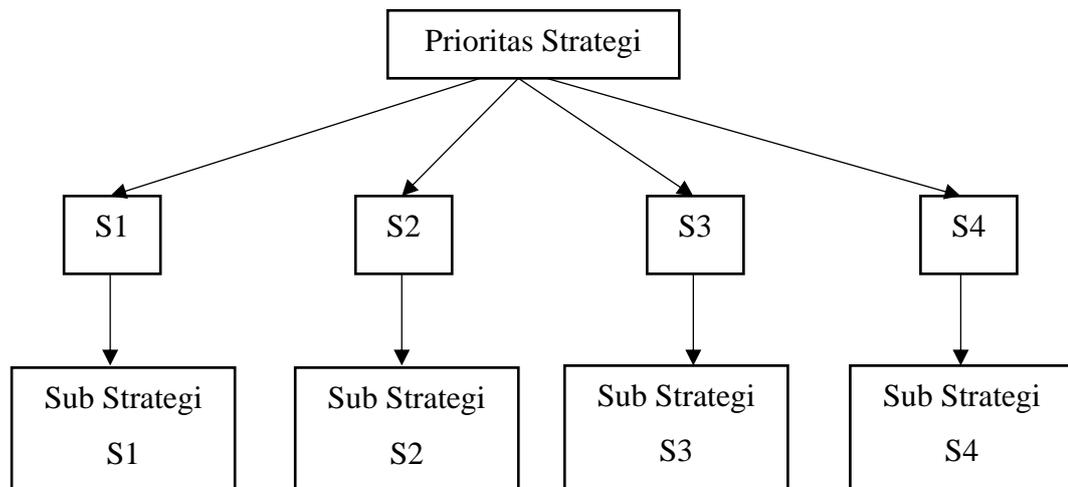
Langkah selanjutnya hasil analisis disusun ke dalam format tabel matriks SWOT. Tujuan dari masing-masing pencocokan adalah untuk menghasilkan alternatif strategi yang layak, bukan untuk memilih mana strategi yang terbaik. Tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT akan dipilih untuk diimplementasikan.

3.6.3. Tahap Keputusan dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Perhitungan bisa dilakukan menggunakan *software* Super Decisions. Langkah-langkah Penggunaan AHP dengan aplikasi Super Decisions:

1. Buka *software* Super Decisions.
2. Pada *software* Super Decisions kemudian dibuat model dari hierarki yang dibutuhkan. Penyusunan hierarki bertujuan untuk memperoleh pengetahuan secara terperinci dari realitas yang kompleks kedalam bagian yang menjadi elemen pokoknya, kemudian bagian tersebut ke bagian-bagiannya lagi.
3. Setelah itu buka *pairwise comparisons* untuk membuat perbandingan berpasang, yaitu elemen-elemen dibandingkan berpasangan terhadap suatu kriteria yang ditentukan dengan skala 1-9 sesuai dengan tabel 4.
4. Pada menu *pairwise comparison* masukkan data dari responden hingga terisi semua. Pada aplikasi *super decission* jika data sudah diinput dalam aplikasi maka akan di sintesis secara otomatis. Sintesis merupakan salah satu proses pembobotan dan penjumlahan untuk menghasilkan suatu bilangan tunggal yang menunjukkan prioritas setiap elemen.
5. Setelah itu kita dapat melihat hasil prioritas strategi dan juga rasio inkonsistensi pada bagian kanan layar. Konsistensi berguna untuk menguji bahwa hasil hasil yang diperoleh sah dalam dunia nyata. Pada AHP rasio inkonsistensi yang dianggap sah yaitu kurang atau sama dengan 10 persen.

Model AHP dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Diagram Struktur AHP