BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya penelitian guna memperoleh informasi dan data-data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan yaitu pariwisata di Kabupaten Trenggalek yang menggunakan tiga lokasi pada Pantai Karanggongso, Goa Lowo, dan Hutan Mangrove. Pemilihan tempat tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa potensi pariwisata di Kabupaten Trenggalek memiliki potensi yang sangat menjanjikan jika dikelola dan dimanfaatkan dengan maksimal. Akan tetapi pada lokasi wisata yang ada di Kabupaten Trenggalek terdapat suatu problem dimana terdapat banyak lokasi wisata serta keindahan alamnya namun masih rendahnya jumlah kunjungan wisata pada Kabupaten Trenggalek. Hal ini menjadi suatu permasalahan yang membuat peneliti ingin menganalisis masalah-masalah yang terjadi pada lokasi.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Metode kualitatif biasanya digunakan untuk mengatasi banyak faktor, seperti beradaptasi dengan realitas empiris dan menunjukkan kepekaan yang tinggi terhadap penyesuaian. Pendekatan ini memungkinkan para peneliti untuk menyempurnakan pemahaman mereka tentang pola dan potensi dampaknya. Para peneliti diinstruksikan untuk mendapatkan dokumen yang berkaitan dengan peningkatan Pariwisata Halal di Trenggalek.

Ketika melakukan penelitian lapangan, peneliti sering kali menemukan materi yang memerlukan pemeriksaan lebih mendalam. Dalam kasus seperti itu, peneliti mengandalkan metode kualitatif untuk memfasilitasi perolehan data yang lebih spesifik. Hal ini karena metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk secara aktif mengamati dan terlibat dengan proses yang terjadi di lapangan. Dalam

penelitian ini, keterlibatan aktif peneliti sangat penting untuk memperoleh materi secara sistematis yang berkaitan langsung dengan objek yang diteliti.

C. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data premier merupakan data yang diambil secara langsung dilapangan, yang mana data tersebut didapatkan dari penelitian lapangan dengan membagikan kuesioner kepada para pengunjung.

Sebaliknya, data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek selain itu diambil melalui sumber-sumber tambahan. Sumber-sumber pendukung yang disebutkan di atas berasal dari jurnal yang telah ditinjau oleh rekan sejawat, dan artikel-artikel terkemuka yang berkaitan dengan topik Pariwisata Halal. Selain itu, data tersebut mengalami pemrosesan dan analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian, menyelesaikan tantangan dunia nyata, dan mengumpulkan data atau informasi yang komprehensif yang kemudian dapat dirakit dan diperiksa.

D. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan obyek penelitian apabila seseorang akan meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 2010). Populasi pada penelitian ini yaitu pengunjung objek wisata Halal Kabupaten Trenggalek yang rata-rata berjumlah 600 orang per hari pada objek wisata pantai Karanggongso, 37 orang per hari pada objek wisata Goa Lowo dan 50 orang per hari pada objek wisata Hutan Mangrove.

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah teknik *covenience* atau *oppurtunity sampling*, yang sampelnya tidak sengaja ditemui oleh peneliti (Coolican, 2018). Sedangkan penentuan besarnya sampel menurut (Arikunto, 2006) yaitu diambil antara 10-15% atau 20- 25% atau lebih, dengan alasan :

1. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, curahan waktu dan dana
2. Kecil luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal menyangkutbanyak sedikitnya dana.
3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian besartentu saja jumlah sampel yang besar lebih baik.

Menurut (Slovin, 1960) ukuran sampel dapat ditentukan dengan menggunkan rumus :

$$n = \frac{\mathrm{N}}{(\mathrm{N.e}^2) + 1}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan yang masih ditorerir 10%.

Berikut merupakan perhitungan sampel pada lokasi wisata Pantai Karanggongso :

$$n = \frac{600}{(600(10\%)^2) + 1}$$

n = 85,71 atau sama dengan 85 orang

Berdasarkan pertimbangan di atas, mengingat jumlah populasi pada penelitian rata-rata 600 pengunjung per hari, maka peneliti mengambil 85 pengunjung sebagai sampel.

Berikut merupakan perhitungan sampel pada lokasi wisata Goa Lowo :

$$n = \frac{37}{(37(10\%)^2) + 1}$$

n = 27.00 atau sama dengan 27 orang

Berdasarkan pertimbangan di atas, mengingat jumlah populasi pada penelitian rata-rata 37 pengunjung per hari, maka peneliti mengambil 27 pengunjung sebagai sampel.

Berikut merupakan perhitungan sampel pada lokasi wisata Hutan Mangrove :

$$n = \frac{50}{(50(10\%)^2) + 1}$$

n = 33,33 atau sama dengan 33 orang

Berdasarkan pertimbangan di atas, mengingat jumlah populasi pada penelitian rata-rata 50 pengunjung per hari, maka peneliti mengambil 33 pengunjung sebagai sampel.

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel yang telah dijelaskan di atas maka pada penelitian ini total sampel yang digunakan sebanyak 145 orang/pengunjung wisata sebagai sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

   Observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti (populasi atau sampel). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi langsung pada objek yang diobservasi. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung tentang strategi penguatan pariwisata halal di Kabupaten Trenggalek.

2. Kuesioner

   Kuesioner adalah metode pengumpulan informasi dari banyak responden dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang kemudian responden harus menjawab atau menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang sudah terdaftar dan dijawab oleh responden kemudian dikumpulkan sebagai data. Data tersebut lalu dianalisis untuk menghasilkan penelitian yang diinginkan.

Dari pengertian tersebut kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan dari peneliti yang harus dijawab oleh responden untuk mengetahui informasi apa yang ingin diketahui oleh responden. Penelitina ini membagikan kuesioner di 85 pengunjung pariwisata di Kabupaten Trenggalek.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT merupakan bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan rencana untuk mencapai tujuan. Analisis ini didasarkan pada hubungan antar unsur internal dengan eksternal, suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Teknik analisis ini, diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi. Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan..

Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.Teknik ini mencakup evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan kemajuan pariwisata halal di Kabupaten Trenggalek.

Strategi S-O *(Strengths-Opportunity)* merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang-peluang yang ada.

Strategi W-O *(Weakness-Opportunity)* merupakan strategi yang bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang-peluang yang ada.

Strategi S-T *(Strengths-Threats)* merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi atau mengatasi ancaman-ancaman yang ada.

Strategi W-T *(Weakness-Threats)* yaitu strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tidak hanya dalam kasus seperti ini saja tetapi pada PT besar seperti PT Indofood juga menggunakan analisis swot untuk membuat strategi pengembangan

dan pemasaran bisnisnya seperti penelitian yang dilakukan oleh (Alvina et al., 2023) (Sauran, 2018).

Proses penentuan strategi pariwisata halal pada penelitian ini yaitu dengan melakukan survei pada lokasi, mengamati permasalahan yang ada dan juga melakukan wawancara kepada beberapa pengunjung mengenai kondisi lokasi wisata, pengalaman wisata yang pengunjung rasakan dan juga saran dan harapan wisatawan terhadap lokasi wisata. Lalu setelah itu peneliti menentukan strategi yang sesuai dengan permasalahan yang ada.

Pada penelitiannya menjelaskan berbagai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancamannya dan strategi-strategi yang disusun untuk menangani permasalahan.

1. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

   Berikut merupakan langkah-langkah penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) :

   a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
   b) Hitung pembobotan pada masing-masing faktor pada kolom 2 yang diperoleh dari hasil kuesioner.
   c) Beri rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) 1 (tidak baik), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan terkait. Pembarian rating untuk faktor peluang memiliki sifat positif (makin besar peluang diberi raning 4, akan tetapi bila memiliki peluang yang kecil, maka diberi rating 1).
   d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4 yang hasilnya berupa nilai skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
   e) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan. Nilai total tersebut menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan

perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam sektor industri yang sama.

2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategi internal, kemudian tabel IFAS (Internal Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut, Berikut merupakan langkah-langkah penentuan faktor IFAS :

a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
b) Hitung pembobotan pada masing-masing faktor pada kolom 2 yang diperoleh dari hasil kuesioner.
c) Beri rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) hingga 1 (tidak baik), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan terkait. Sedangkan variable yang memiliki sifat positif (semua variable yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai 1 hingga 4 (sangat baik). Sedangkan untuk variable yang bersifat negatif kebalikannya. Misalnya bila kelemahan memiliki pengaruh besar dibandingkan dengan rata-rata industri maka nilainya 1.
d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4 yang hasilnya berupa nilai skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
e) Jumlahkan skor pembobotan kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan. Nilai total tersebut menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam sektor industri yang sama.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis swot.