

S K R I P S I

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI KUTA DI
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

**THE STRATEGY OF KUTA BEACH TOURISM OBJECT
DEVELOPMENT IN CENTRAL LOMBOK REGENCY**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Administrasi Bisnis (S.AB) Pada Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Mataram

OLEH :

SRI ASNIANTI
NIM: 21512A0131

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI KUTA DI
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

Oleh :
SRI ASNIANTI
21512A013

Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui
Tanggal, 11 Agustus 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. H Mumammad Ali, M.
Si
NIDN.0806066801

Lalu Hendra Maniza, S.Sos.
MM NIDN.0828108404

Mengetahui :
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

LALU HENDRA MANIZA, S.Sos, M.M.
NIDN.0828108404

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana/Ahli Madya, baik yang ada di Universitas Muhammadiyah Mataram maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini yang dibuat adalah serangkaian gagasan, rumusan dan penelitian yang telah saya buat sendiri, tanpa bantuan pihak lain terkecuali arahan Tim pembimbing dan penguji.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Mataram, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan

SRI ASNIANTI
21512A0131



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
 Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
 Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
 PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Asnianti
 NIM : 21512A0131
 Tempat/Tgl Lahir : Kembo, 21 November 1998
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : FISIPOK
 No. Hp/Email : 085962796900
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Strategi Pengembangan objek wisata Pantai Kuta di Kabupaten Lombok Tengah

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 23 September 2020

Penulis



Sri Asnianti
 NIM 21512A0131

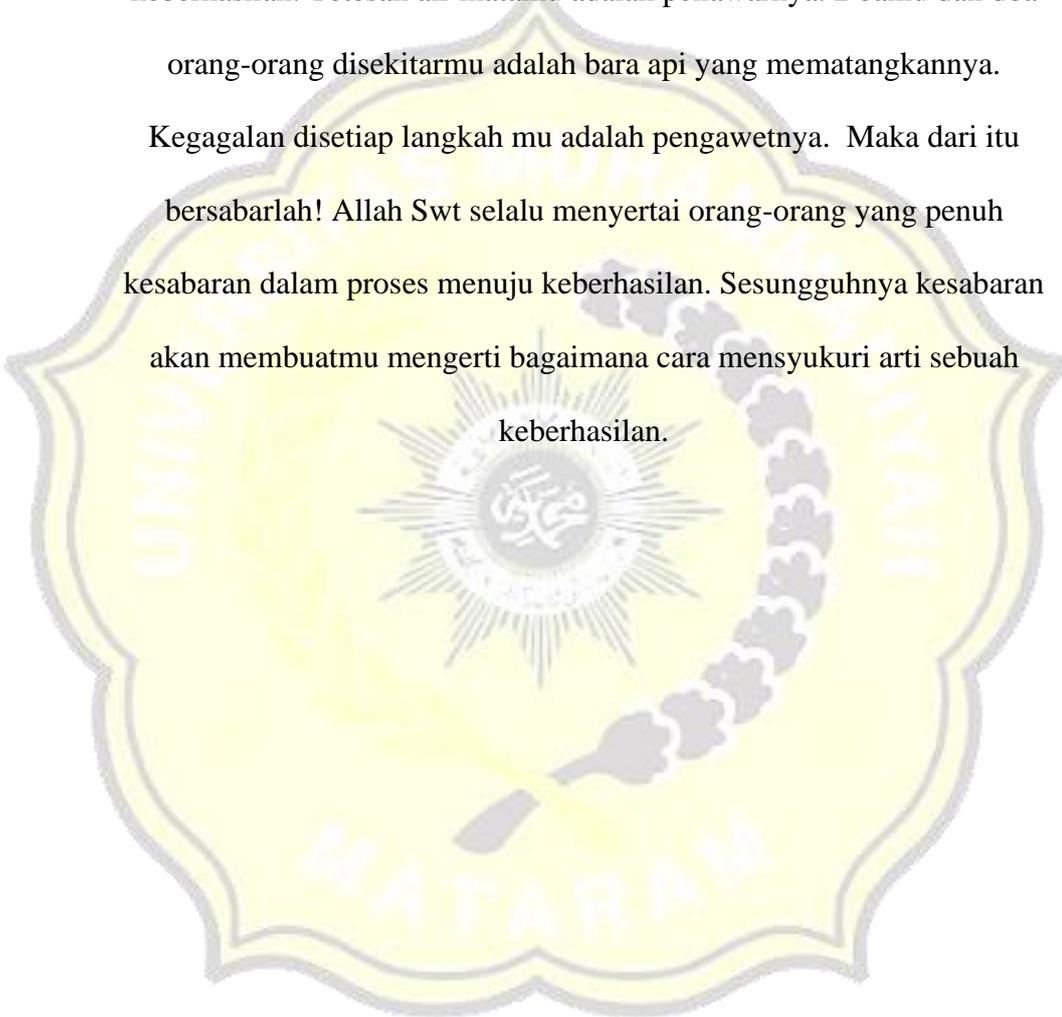
Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO

Keberhasilan adalah sebuah proses. Niatmu adalah awal keberhasilan. Tetesan air matamu adalah penawarnya. Doamu dan doa orang-orang disekitarmu adalah bara api yang mematangkannya. Kegagalan disetiap langkah mu adalah pengawetnya. Maka dari itu bersabarlah! Allah Swt selalu menyertai orang-orang yang penuh kesabaran dalam proses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimana cara mensyukuri arti sebuah keberhasilan.



PERSEMBAHAN

Sujud syukur saya sembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirMu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita saya. Skripsi ini saya

persembahkan untuk :

Yang Pertama, Kedua orang tuaku tercinta, betapa diri ini ingin membahagiakan kalian. Terimakasih atas kasih sayang dan limpahan doa yang tak berkesudahan untuk saya selama ini.

Yang Kedua, Untuk kakak-kakak saya dan adek saya yang luar biasa, terimakasih telah memberi dukungan dan doa tanpa henti selama ini.

Yang Ketiga, Untuk teman-teman saya ucapkan terimakasih banyak atas dukungan dan selalu memberi semangat kepada saya.

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Dompu pada tanggal 21 November 1998, sebagai anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Abd. Rajak dan Ibu St. Mariam. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 01 Kempo pada tahun 2009. Pada tahun itu

juga peneliti melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 01 Kempo dan tamat pada tahun 2012 kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 01 Kempo pada tahun 2012 dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun 2015 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, dan terdaftar pada program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Mataram dan lulus pada tahun 2020.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh....

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita sekalian, Tuhan yang maha pengasih dan yang maha penyayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Kuta Di Kabupaten Lombok Tengah.

Dalam proses penyelesaian proposal ini, banyak pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, bantuan dan kerja sama, dorongan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Melalui lembar halaman ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd Ghani, M. Pd. Selaku Rektor Universitas.
2. Bapak Dr. H. Muhammadiyah Ali, M.Si Selaku Dekan Fakultas Universitas dan Akademik.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos, M.M Selaku Ketua Program Studi Pendidikan Adminitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Dr. H. Muhammadiyah Ali, M.Si Selaku Dosen Pembimbing I.
5. Bapak Lalu Hendra Maniza, S,Sos., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II.
6. Keluargaku Tercinta, Ayah Abd. Rajak dan Ibu St. Mariam yang telah memberi motivasi, dukungan serta do'a yang tidak pernah putus. Semoga Penulis dapat memberikan yang terbaik untuk Ayah dan ibu Tercinta.

7. Seluruh Dosen pengajar serta pegawai Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan khususnya yang tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu, terimakasih atas bantuan dan persahabatan yang takkan pernah penulis lupakan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan proposal ini, tentunya kritikan dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan. Dengan kerendahan hati penulis berharap proposal ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri maupun bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.....

Mataram, Agustus 2020

Penulis

SRI ASNIANTI
NIM: 21512A0131

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Konsep Strategi	9
2.2.1. Definisi Strategi.....	9

2.2.2. Jenis-Jenis Strategi	13
2.3. Teori Pengembangan	14
2.4. Pariwisata	16
2.5. Obyek Wisata	16
2.5.1. Definisi Obyek Wisata	16
2.5.2. Jenis Obyek Wisata	17
2.6. Wisata Pantai	18
2.7. Kerangka Berpikir	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	21
3.2. Lokasi Penelitian	21
3.3. Jenis Data	22
3.3.1. Sumber Data Primer	22
3.3.2. Sumber Data Sekunder	22
3.4. Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1. Wawancara (<i>Interview</i>)	23
3.4.2. Observasi	24
3.4.3. Metode Dokumentasi	24
3.5. Teknik Analisis Data	25

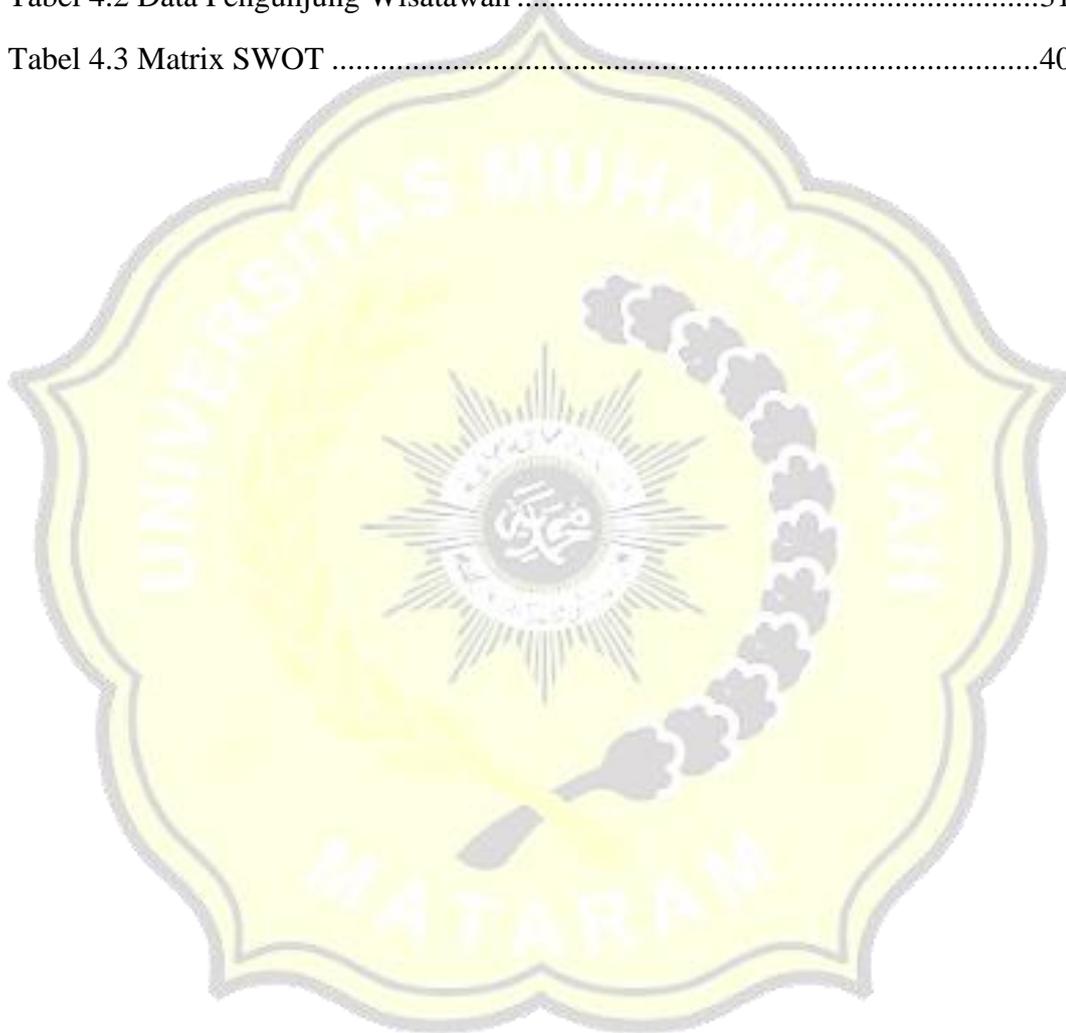
BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Wisata	27
4.1.1. Keadaan Umum Desa Kuta	27
4.1.2. Penduduk Desa Kuta Lombok	28

4.1.3. Kondisi Geografis	29
4.2. Gambaran Umum Dinas Pariwisata Lombok Tengah	30
4.2.1. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata.....	30
4.2.2. Tugas Dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	30
4.3. Temuan Lapangan	31
4.4. Kondisi Lingkungan Internal Dan Eksternal	34
4.4.1. Kondisi Lingkungan Internal	34
4.4.2. Kondisi Lingkungan Eksternal	37
4.5. Pembahasan.....	38
4.6. Strategi Pengembangan.....	41
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	45
5.2. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan hasil Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 4.1 Bagan Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	30
Tabel 4.2 Data Pengunjung Wisatawan	31
Tabel 4.3 Matrix SWOT	40



DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	20



STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI KUTA DI KABUPATEN LOMBOK TENGAH

ABSTRAK

Oleh :

SRI ASNIANTI
21512A0131

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan obyek wisata yang di Pantai Kuta Lombok tengah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Metode Penelitian Ini menggunakan pendekatan kualitatif, Penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian yaitu persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya. Penelitian ini menggunakan jenis data Primer dan data Sekunder, untuk dikaji strategi pengembangan obyek wisata pantai kuta desa kuta kecamatan pujut kabupaten Lombok Tengah. Teknik analisis data yang digunakan yaitu, Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan kesimpulan. Analisis data untuk menentukan strategi pengembangan obyek wisata di lakukan analisis SWOT (*Strengths/* kekuatan, *Weakness/* kelemahan, *Opportunity/* peluang, *Threats/* ancaman). Temuan penelitian menunjukkan strategi pengembangan obyek wisata pantai kuta adalah strategi S-O, Strategi pengembangan potensi-potensi yang sudah ada, Strategi pengembangan yang dilakukan melalui program-program, Strategi S-T, Strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan, Strategi W-O, strategi pengembangan promosi pariwisata, strategi peningkatan kualitas lingkungan, dan Strategi W-T, strategi pengembangan sumber daya manusia.

Kata Kunci : Strategi pengembangan, Obyek wisata

THE STRATEGY OF KUTA BEACH TOURISM OBJECT DEVELOPMENT IN CENTRAL LOMBOK REGENCY

ABSTRACT

By :

SRI ASNIANTI
21512A0131

The purpose of this study was to determine the strategy for developing tourism objects in Kuta Beach Central Lombok to increase tourist visits. This research used a qualitative approach. This study intends to understand the phenomenon of what the research subjects experienced, namely perception, motivation, action, and others. This research used primary and secondary data to study the strategy for developing coastal tourism objects in Kuta, Kuta Village, Pujut District, Central Lombok Regency. The data analysis techniques used were data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data analysis to determine the tourism development strategy is done by using a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats). The results of the research show that the development strategy of Kuta beach tourism objects is an S-O strategy, a development strategy for existing potentials. The development strategy carried out through programs, and S-T strategy, a plan for increasing safety and comfort, a W-O strategy, a tourism promotion development strategy, an improvement of environmental quality strategy, and the W-T Strategy and human resource development strategy.

Keywords: development strategy, tourism object

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara dengan kekayaan alam yang melimpah, Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki potensi yang besar hampir dalam segala sektor, salah satunya adalah pariwisata. Pariwisata Indonesia merupakan industri yang harus mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah dalam pengembangannya. Pengembangan industri pariwisata mempunyai pengaruh yang kuat dalam pengembangan wilayah pada daerah di sekitar obyek wisata. Karena dapat menjadi industri sektor utama yaitu sektor keunggulan dalam peningkatan perekonomian daerah.

Pariwisata selalu menjadi sektor yang terus dikembangkan Pemerintah. DPR RI telah menetapkan UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisata ditunjukkan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta mamupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi kegiatan

pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Potensi perairan yang berupa lautan dan pantai merupakan salah satu obyek wisata yang banyak digemari oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Hal ini dapat di karenakan Indonesia merupakan negara tropis, selain itu juga memiliki laut tropis, pantai pasir yang putih bersih dan laut yang jernih membiru. Sehingga banyak wisatawan yang datang mengharapkan dapat menikmati udara segar dan keindahan pantai.

Salah satu potensi alam yang unggul untuk dijadikan obyek wisata di Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah adalah Pantai kuta. Pantai ini memiliki garis pantai sepanjang 7,2 Kilometer. Di sebelah barat pantai, terdapat sebuah bukit yang dinamai Bukit Mandalika. Bagi para wisatawan yang mencapai puncak bukit Mandalika bisa melihat langsung pemandangan Pantai Kuta yang terbentang indah, dengan air lautnya yang bening dan bahkan juga bisa melihat gugusan terumbu karang dan juga deretan bukit-bukit yang menjorok ke laut. Perpaduan inilah yang membuat pantai kuta semakin memikat para wisatawan.

Pantai Kuta ini terkenal dengan adanya upacara adat *Bau Nyale* yang diselenggarakan setiap bulan Februari atau Maret. Upacara ini dilakukan dengan cara mencari cacing nyale di laut sebagai tanda mengenang Putri Mandalika yang merupakan legenda dari Bukit Mandalika di Pantai Kuta Lombok ini. Bahwa Putri Mandalika terjun ke laut dari atas bukit untuk menghindari para pangeran yang ingin mempersuntingnya.

Strategi pengembangan obyek Wisata pantai kuta oleh PT pengembangan pariwisata Indonesia (persero) atau Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC), selaku pihak Badan usaha milik negara (BUMN) adalah meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, melakukan pembangunan yang akan membuat para wisatawan betah berkunjung ke pantai kuta mandalika, seperti menyiapkan tiga pintu masuk kelokasi, untuk mengatasi kemacetan arus kendaraan. Diantaranya pintu masuk sebelah timur Masjid Nurul Bilad, pintu barat *west gate the* mandalika dekat bundaran menuju hotel Novotel, dan pintu sebelah utara kuta beach park the mandalika. Dalam hal ini Jumlah pengunjung yang tercatat telah mencapai 48.263 pengunjung atau rata-rata sebanyak 70.000 wisatawan.

Sementara itu di area pantai Kuta juga telah dilengkapi berbagai fasilitas penunjang untuk kenyamanan pengunjung, seperti dua bangunan di sisi timur dan barat pantai, yang dilengkapi dengan shower untuk berbilas, loker untuk menyimpan barang sementara, toilet, wastafel, dan lainnya, yang dikenakan biaya Rp. 5.000 untuk setiap fasilitas. Selain itu, pihak pengelola juga menyediakan toilet portable di sekitar pantai yang dapat digunakan pengunjung secara gratis, tersedianya hotel yang cukup banyak dengan fasilitas yang bagus, tempat ATM (Anjungan tunai mandiri), tersedia tempat penjualan, seperti Alfamart, Indomart, Minimart, dan di tempat itu juga tersedia restoran dan berbagai kafe yang bisa melengkapi liburan para wisatawan yang berkunjung ke kuta.

Badan usaha milik negara (BUMN) juga membangun balai penyelamatan dan pengamanan wisata yang lengkap dengan ruang untuk pemantauan area pantai (*Baywatch*), dengan fungsi sebagai pos penyelamatan, pos kesehatan, pusat informasi wisata, dan pengamanan pantai kuta. Yang menarik lagi, di dalam area pantai kuta Mandalika tersedia arena bermain anak-anak, untuk mendukung destinasi wisata pantai ramah anak. Arena bermain anak-anak ini dapat digunakan secara gratis.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Kuta di Kabupaten Lombok Tengah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana strategi pengembangan obyek wisata pantai kuta di Kabupaten Lombok Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis tentang strategi pengembangan obyek wisata Pantai kuta yang ada di Lombok Tengah serta untuk menjelaskan kemanfaatan pariwisata dengan gambaran strategi pengembangan pariwisata pantai kuta yang berbasis masyarakat atau komunitas.

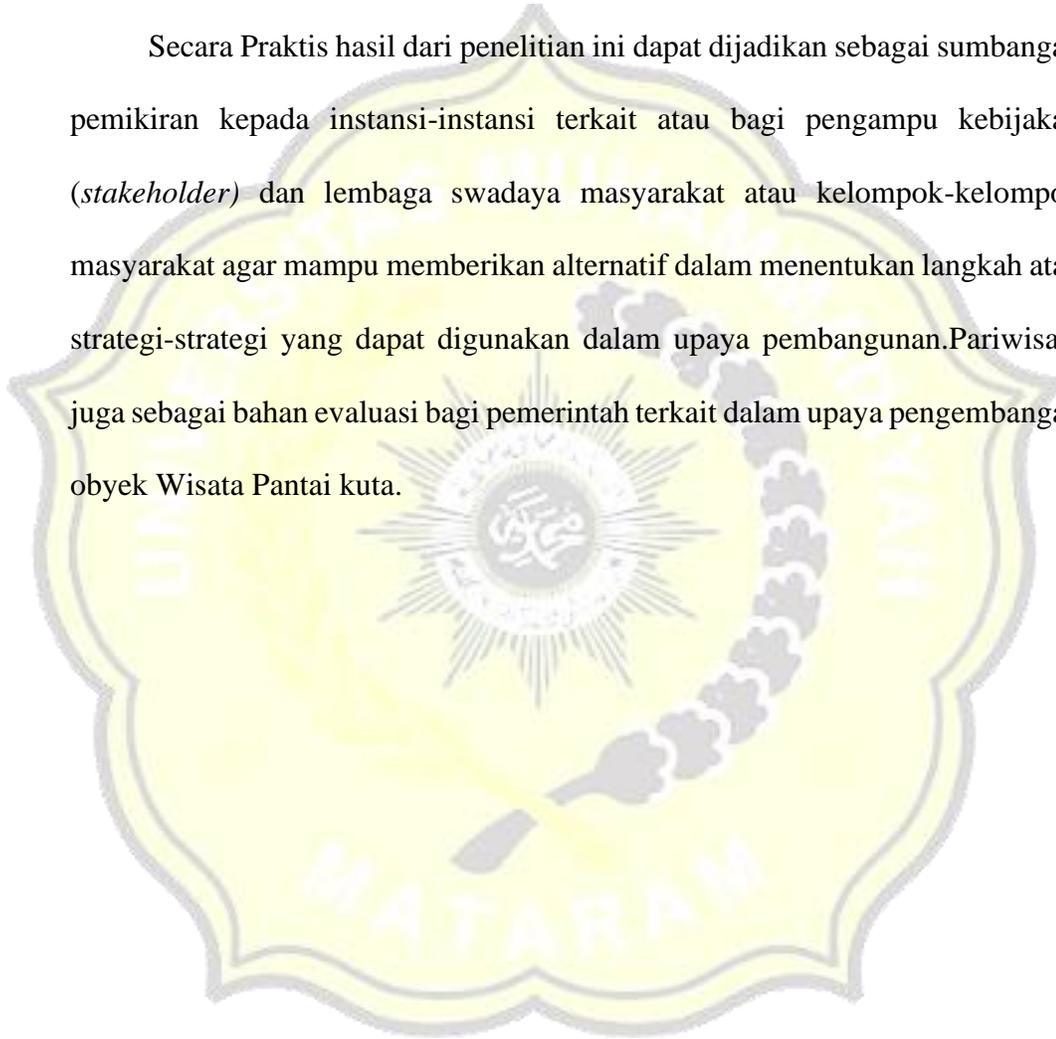
1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Secara Teoritis sebagai masukan bagi pengembangan konsep ilmu administrasi bisnis yang mengkaji tentang strategi pengembangan potensi di bidang Pariwisata maupun dibidang lainnya.

2. Praktis

Secara Praktis hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran kepada instansi-instansi terkait atau bagi pengampu kebijakan (*stakeholder*) dan lembaga swadaya masyarakat atau kelompok-kelompok masyarakat agar mampu memberikan alternatif dalam menentukan langkah atau strategi-strategi yang dapat digunakan dalam upaya pembangunan.Pariwisata juga sebagai bahan evaluasi bagi pemerintah terkait dalam upaya pengembangan obyek Wisata Pantai kuta.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu, yaitu:

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Terdahulu

Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Dewi Kusuma Sari (2011)	Pengembangan obyek wisata pantai Sigandu kabupaten Batang	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun potensi yang tinggi tersebut masih kurang didukung oleh kemudahan	Persamaannya dilihat dari jenis data yang digunakan peneliti, yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data	Perbedaannya dapat dilihat dari metode penelitiannya, penelitian terdahulu menggunakan metode analisis data yang berbeda, yaitu metode regresi, uji asumsi klasik, uji statistik, valuasi ekonomi dan Analisis

		<p>akses untuk mencapai lokasi wisata tersebut, dimana jumlah dan frekuensi keberangkatan transportasi umum menuju obyek wisata Pantai Sigandu adalah rendah dan belum optimalnya pengembangan obyek wisata baik sarana maupun prasarana, tujuan dari penelitian adalah untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung obyek wisata Pantai Sigandu, mengestimasi besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek wisata Pantai Sigandu, menentukan strategi upaya pengembangan obyek wisata</p>	<p>yang diperoleh secara langsung, sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung.</p>	<p>Hierarchy process (AHP).</p>
--	--	---	---	---------------------------------

		Pantai Sigandu.		
Khairunisa Afsari Nurfadilah, 2017	Strategi pengembangan pariwisata pantai pangeran (studi kasus di kabupaten pangeran)	Hasil penelitian ini bahwa Kabupaten Pangandaran memiliki potensi yang besar di bidang Pariwisata, dengan misi Kabupaten Pangandaran adalah “Kabupaten Pangandaran pada tahun 2025 menjadi kabupaten pariwisata yang mendunia, tempat tinggal yang aman dan nyaman berlandaskan norma agama”. Kabupaten Pangandaran memiliki potensi yang paling besar di	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaan nya adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. 2. sama-sama tidak menggunakan populasi dan sampel. 	Waktu pelaksanaan dan tempat penelitiannya tidak sama

		<p>bidang pariwisata baik wisata bahari maupun wisata sungai. Bahkan dari sektor pariwisata inilah yang menjadi penyumbang PAD terbesar bagi Kabupaten Pangandaran. Pantai Pangandaran memiliki potensi alam yang menarik, pantai yang landai dan aman untuk aktivitas bermain air. Keamanan dan kenyamanan pantai yang terjamin, tempat wisata kuliner dan wisata belanja, sarana dan prasarana yang cukup memadai serta sistem promosi yang sudah baik.</p>		
Mifta Damai	Strategi pengembangan daerah	Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa	Sama-sama menggunakan teknik	Penelitian terdahulu melakukan

<p>Riyaningtyas, 2014</p>	<p>pesisir pantai sebagai obyek pariwisata di kabupaten pacitan</p>	<p>Proses pengembangan daerah pesisir sebagai obyek pariwisata pantai merupakan salah satu isu strategi kabupaten pacitan terutama karena belum optimalnya pengelolaan sumber daya alam. Oleh karena itu pemerintahan daerah memiliki tanggung jawab untuk menjadi pelopor pengembangan objek pariwisata pantai yang dalam hal ini diamanahkan kepada satuan kerja perangkat daerah (SKPD) terkait. Setelah dilakukan identifikasi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan</p>	<p>pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi</p>	<p>penelitian di tiga pantai sekaligus.</p>
---------------------------	---	---	--	---

		yang digambarkan dalam analisis Swot. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.	
--	--	---	--

2.2 Konsep Strategi

2.2.1. Definisi strategi

Strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan serangkaian aksi ke dalam kesatuan yang terikat. Strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan diintegrasikan, yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi, menurut William Lawrence Jauch dalam Saladin (2003).

Berbicara tentang strategi tidak dapat dipisahkan dari pengertian manajemen strategik. Menurut Siagian (2011:15) manajemen strategik adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Menurut Fred David (2009:5) manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa dalam proses manajemen strategi terdiri atas empat tahap, yaitu :

- a. Analisis Lingkungan
- b. Menentukan dan Menetapkan Arah Organisasi
- c. Implementasi Strategi.
- d. Pengendalian Strategi

Tahap dalam proses manajemen strategik meliputi pengembangan visi dan misi, analisis SWOT, pencarian strategi alternatif, dan pemilihan strategi.

Menurut Udaya, dkk (2013:40) Analisis SWOT adalah kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan atau organisasi. Melalui analisis ini pemimpin atau manajer dapat menciptakan tujuan sepintas (*overview*) secara cepat mengenaisituasi stratejik organisasi.

Analisis SWOT adalah instrumen perencanaan strategi yang klasik dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk

memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan suatu strategi (freddy, 2014).

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan sumber atau kemampuan yang dikuasai atau yang tersedia bagi perusahaan dan memberikan keuntungan dibandingkan dengan para pesaingnya dalam melayani kebutuhan para pelanggan. Umumnya daerah kekuatan berkaitan dengan keunggulan dari para pegawai atau berdasarkan sumber daya.

Kekuatan merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata, dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam prasarana dan mampu bersaing untuk perkembangan selanjutnya yang menyangkut pariwisata (Freddy, 2014). Kekuatannya bisa berupa keindahan alam, keunikan Tradisi dan Budaya masyarakat lokal, sikap ramah-tamah.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam salah satu sumber daya atau kemampuan (*capability*) organisasi dibandingkan dengan para pesaingnya yang menciptakan kerugian dalam usaha memenuhi kebutuhan para pelanggan secara efektif. Kelemahannya dilihat dari sumber daya manusia (SDM), keamanan dan kenyamanan.

c. Peluang (*Opportunities*)

Dengan adanya kawasan objek wisata dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat seperti berjualan berupa makanan ataupun menawarkan jasa untuk lebih mengenal kawasan objek wisata, selain itu juga bisa melakukan aktivitas wiraswasta bagi masyarakat yang berminat dikawasan objek wisata. Peluangnya bisa berupa kemajuan teknologi dan telekomunikasi, jarak kuta Lombok yang terbilang dekat dengan kota, aturan dan pembangunan sirkuit MotoGP.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Dengan menggunakan cara penelitian dengan metode analisis SWOT ini ingin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Cara membuat analisis SWOT penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat

ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan *internal strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan *eksternal opportunities* dan *threats* yang dihadapi didunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) (freddy,2014).

2.2.2. Jenis-Jenis Strategi

Adapun Jenis-jenis strategi yang dikemukakan oleh **Stephen P. Robbins** dan **Mary Coulter** dalam buku *Manajemen* yang mengklasifikasikan jenis-jenis strategi berdasarkan tingkatan organisasinya, yaitu :

1. Strategi Tingkat Korporasi

Strategi tingkat korporasi (*corporate-level strategies*) berusaha menentukan apakah yang seharusnya dimasuki atau ingin dimasuki perusahaan. Strategi tingkatan korporasi menentukan arah yang akan dituju organisasi itu dan peran yang akan dimainkan oleh tiap unit bisnis organisasi itu dalam mengejar arah itu. Ada tiga strategi korporasi yang utama, yaitu :

- a) Strategi pertumbuhan adalah strategi tingkatan korporasi yang berusaha meningkatkan tingkat organisasi dengan meluaskan jumlah produk yang ditawarkan.

- b) Stabilitas strategi adalah strategi tingkat korporasi yang dicirikan oleh tiadanya perusahaan yang berarti.
- c) Strategi pembaharuan adalah strategi yang mengatasi kelemahan organisasional yang menyebabkan penurunan kinerja.

2. Strategi Tingkat Perusahaan

Strategi tingkat perusahaan berusaha menentukan cara organisasi bersaing dalam tiap bisnisnya atau tiap perusahaannya. Bagi organisasi kecil yang menekuni hanya satu lini bisnis atau organisasi besar yang tidak melakukan diversifikasi ke berbagai produk atau pasar, strategi tingkatan perusahaan itu lazimnya tumpang tindih dengan strategi korporasi organisasi tersebut. Bagi organisasi-organisasi yang memiliki bisnis beragam, bagaimanapun juga, tiap-tiap divisi akan mempunyai strateginya sendiri yang mendefinisikan produk atau jasa yang akan ditawarkannya, pelanggan yang ingin diraihinya atau semacamnya.

3. Strategi Tingkat fungsional

Strategi tingkat fungsional mendukung strategi tingkat bisnis. Bagi organisasi yang memiliki departemen fungsional tradisional, seperti pabrikasi, pemasaran, sumber daya manusia, riset, pengembangan, dan keuangan, strategi-strategi itu harus mendukung strategi tingkat perusahaan.

2.3 Teori Pengembangan

Pengembangan artinya proses, cara, perbuatan mengembangkan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002 : 538). Pengembangan merupakan upaya memperluas atau mewujudkan setiap potensi, membawa pada suatu keadaan secara bertingkat pada suatu keadaan yang lebih lengkap, lebih besar, lebih baik, dan memajukan sesuatu dari yang sederhana kepada yang lebih kompleks (Sudjana, 2000 dalam Ramly, 2007).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.

Menurut Seels & Richey dalam Sumarno (2012) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey dalam Sumarno (2012) Pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada Analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.

Dari pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin

bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya untuk menciptakan mutu yang lebih baik.

2.4 Pariwisata

Menurut Damanik & Weber (2006:1), pariwisata adalah kegiatan rekreasi diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain.

Dalam pengembangan pariwisata ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a) Wisatawan
- b) Transportasi
- c) Atraksi wisata
- d) Fasilitas pelayanan
- e) Informasi dan promosi

2.5 Obyek Wisata

2.5.1. Definisi Obyek Wisata

Menurut Chafid Fandeli (2000: 58), obyek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah

bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

Sedangkan obyek wisata alam adalah obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya. (Yoeti, 2000).

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Utama, 2016).

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat diklasifikasikan bahwa obyek wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

2.5.2. Jenis Obyek Wisata

Penggolongan jenis obyek wisata akan terlihat dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap obyek wisata. Menurut **Mappi**(2001:30-33) dalam skripsi **Angga Pradikta** (2013:15) Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.

- b. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lainlain.

Dalam membangun obyek wisata tersebut harus memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan obyek wisata itu sendiri. Dalam pembangunan obyek wisata dapat dilakukan oleh pemerintah, badan usaha maupun perseorangan dengan melibatkan dan bekerja sama dengan pihak-pihak yang terkait.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (tourist) merujuk kepada orang. Secara umum

wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveler* atau *visitor* (I Gde Pitana& I Ketut Surya, 2009:35)

2.6 Wisata Pantai

Pantai adalah perbatasan antara daratan dan laut, sedangkan laut adalah kumpulan air dalam jumlah banyak yang membagi daratan atas benua-benua dan pulau pulau. Pantai merupakan lokasi yang menjadi batas antara daratan dan lautan (Dahuri, 1999 dalam Fatimah, 2017). Lebih lanjut Dahuri mengatakan bentuk bentuk pantai berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh perbedaan proses yang ada di lokasi tersebut seperti pengikisan, pengangkutan dan pengendapan yang disebabkan karena adanya gelombang, arus dan angin yang berlangsung secara terus menerus sehingga membentuk daerah pantai.

Menurut Yoeti (2006), obyek wisata pantai adalah elemen fisik dari pantai yang dapat dijadikan lokasi untuk melakukan kegiatan wisata, obyek tersebut yaitu:

- a. Pantai merupakan daerah transisi antara daratan dan lautan.
- b. Permukaan laut, terdapatnya ombak dan angin sehingga permukaan tersebut memiliki potensi yang berguna dan bersifat rekreatif.
- c. Daratan sekitar pantai, merupakan daerah pendukung terhadap keadaan pantai, yang berfungsi sebagai tempat rekreasi dan olah raga darat yang membuat para pengunjung akan lebih lama menikmatinya.

Menurut Yahya (2015) potensi pantai dikatagorikan menarik jika di antaranya terdapat panorama deburan ombak, hamparan pasir putih di sepanjang pantai, hamparan gunung-gunung karang yang berada di pinggir dan di laut,

pemandangan air laut yang surut pada waktu-waktu tertentu dan panorama alam yang sangat indah dengan berbagai pepohonan yang terdapat di pinggir pantai.

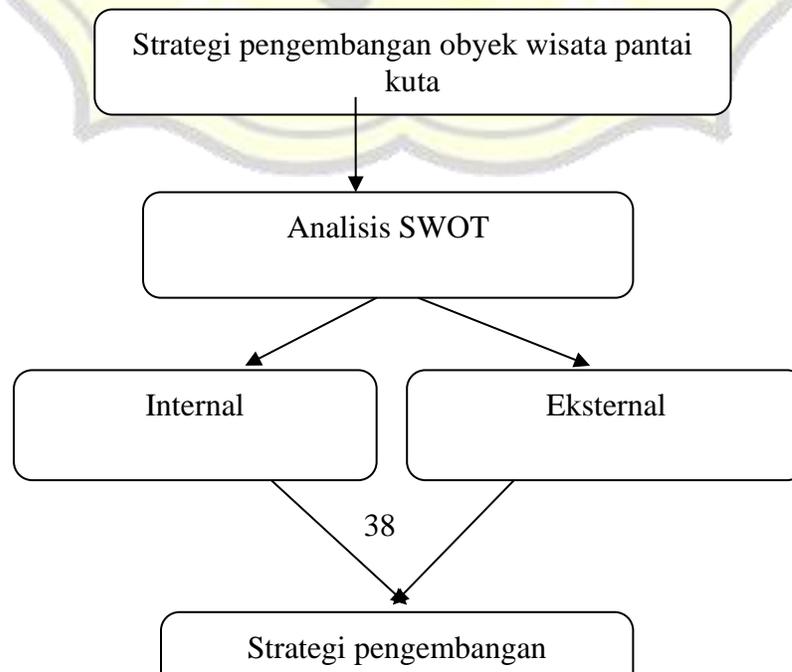
2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Strategi pengembangan disusun atas dasar analisa lingkungan serta visi, misi, dan tujuan. Obyek yang akan dianalisa pada penelitian ini adalah **“Strategi Pengembangan Obyek Wisata pantai kuta di kabupaten Lombok Tengah”**.

Untuk lebih memperjelas kerangka berpikir ini, akan penulis sajikan dalam bentuk gambar di bawah ini.

Bagan 2.1

Kerangka berpikir





BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan *deskriptif kualitatif*, dalam penelitian deskriptif kualitatif ini peneliti akan memberikan gambaran sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta sesuai ruang lingkup judul penelitian.

Sugiyono (2009:11), menyatakan bahwa “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih tanpa membuat suatu perbandingan, atau menghubungkan satu variabel dengan variabel lain”. Sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui dan memahami manajemen Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Kuta Di Kabupaten Lombok Tengah.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan di fokuskan pada strategi pengembangan obyek wisata pantai kuta dikabupaten Lombok tengah, lokasi penelitian dilakukan di Desa kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok tengah. Lokasi penelitian ditentukan dengan pertimbangan bahwa kawasan tersebut memiliki potensi dan daya tarik wisata yang apabila dikembangkan dapat menjadi destinasi wisata di Kabupaten Lombok Tengah.

3.3 Jenis Data

Agar data yang diperoleh untuk penelitian ini lengkap, maka peneliti perlu menetapkan sumber data yang digunakan.

3.3.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari subjek penelitian yang mengenakan alat ukur atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari yaitu studi lapangan. Biasanya berupa pengumpulan data yang diperoleh melalui kegiatan penelitian dengan turun ke lokasi penelitian untuk mencari fakta yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Adapun informan yang akan diwawancarai adalah pejabat yang ada di kantor ITDC, pengelola pantai kuta dan para wisatawan yang berkunjung di Pantai Kuta.

3.3.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari literatur, artikel dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian (Sugiyono, 2013).

Peneliti dalam hal ini turut memerlukan data-data pendukung lain atau data sekunder untuk menguji mendukung kebenaran dari data primer yang diperoleh peneliti. Data sekunder ini dapat berupa naskah, dokumen

resmi, literature, artikel, Koran dan sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen berhubungan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas, pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Jadi instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Sebuah penyelidikan akan dihimpun data-data utama dan sekaligus data tambahannya. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, sedangkan data tertulis, foto dan statistik adalah data tambahan (Moleong, 2010:157).

Dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, diantaranya adalah:

4.4.1 Wawancara (*Interview*)

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) wawancara adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam komunikasi langsung yang berbentuk sejumlah pertanyaan lisan yang diajukan oleh pengumpulan data (*interviewer*) sebagai pencari informasi yang dijawab secara lisan oleh

informan secara singkat. Dalam hal ini wawancara yang dilakukan berfokus strategi pengembangan obyek wisata pantai kuta ditinjau dari kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada.

Diketahui bahwa informan yang akan diwawancarai adalah beberapa pihak yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan pariwisata, yaitu para anggota ITDC, Dispar, pemandu pariwisata, dan para wisatawan sebagai pelaku pariwisata.

3.4.1 Observasi

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) observasi adalah kegiatan yang meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu obyek penelitian dengan menggunakan seluruh indra. Dalam kegiatan ini, dilakukan pencatatan yang sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak atau yang dirasakan indra mengenai gejala-gejala yang muncul pada obyek penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengobservasi kondisi pantai atau fenomena-fenomena yang terdapat di sekitar Pantai Kuta seperti faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) dari pantai Kuta sebagai bahan utama dalam merumuskan suatu strategi pengembangan wisata pantai kuta.

3.4.2 Metode Dokumentasi

Dengan menggunakan dokumentasi maka hasil observasi dan wawancara akan lebih akurat karena dokumentasi didukung dengan berisi

catatan yang sudah berlalu, bisa berupa foto, tulisan, gambar, karya dan sebagainya.

Dalam hal ini, penelitian menggunakan beberapa dokumentasi seperti beberapa foto dokumentasi yang di ambil saat penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan, karena data-data yang diperoleh akan mengandung arti ketika sudah dilakukan analisis terhadap data-data tersebut. Analisis data diperoleh sebagai media untuk membaca rincian data yang telah dikumpulkan pada penelitian ini, tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan yang diperoleh melalui hasil hasil wawancara, catatan lapangan dan lembar observasi kemudian data tersebut, dibahas dan disimpulkan.

Lebih lanjutnya (Sugiyono, 2009:244) mengemukakan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat membuat kesimpulan akhir.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskriptif dalam bentuk narasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan sajian data harus mengacu pada rumusan masalah sehingga dapat menjawab permasalahan-permasalahan yang diteliti.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis data penelitian adalah penarikan kesimpulan, sejak awal memasuki lokasi penelitian dan selama proses pengumpulan data. Penelitian menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, yang dituangkan dalam kesimpulan.