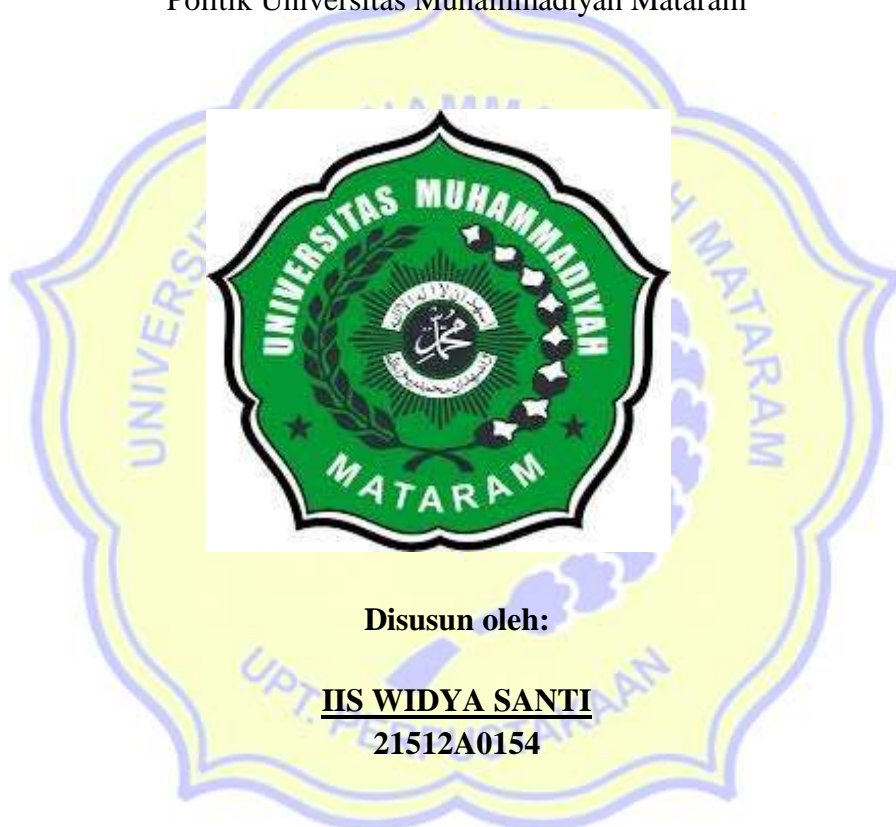


S K R I P S I

ANALISIS STRATEGI BERSAING CHILLOUT HOMESTAY DAN RESTORAN KAWASAN GERUPUK KECAMATAN PUJUT LOMBOK TENGAH

ANALISIS OF COMPETITIVE STRATEGY CHILLOUT HOMESTAY AND RESTAURANT AT GERUPUK BEACH AREA CENTRAL LOMBOK DISTRICT

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



Disusun oleh:

IIS WIDYA SANTI

21512A0154

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

2019

HALAMAN PENGESAHAN

"Analisis Strategi Bersaing Chillout Homestay Dan Restoran Kawasan Gerupuk
Kecamatan Pujut Lombok Tengah"

Oleh:

IIS WIDYA SANTI
21512A0154

Naskah Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dalam sidang ujian yang diselenggarakan :

Mataram, Agustus 2019

Dinyatakan Telah Dapat Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dewan Penguji :

1. (Drs. H. M. Junaidi, M.M)
NIDN. 0807066201


Ketua

2. (Rishan Adha, S.E., M.E)
NIDN. 0813078902


Anggota

3. (Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM)
NIDN. 0828108404


Anggota

Mengetahui
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan


(Firdausy, Emil, M.M)
NIDN. 0831126204

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI BERSAING CHILLOUT HOMESTAY DAN
RESTORAN KAWASAN GERUPUK KECAMATAN PUJUT LOMBOK
TENGAH

SKRIPSI

Disusun Oleh:

IIS WIDYA SANTI
21512A0154

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk penelitian dan penyusunan skripsi pada
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Mataram

Telah Mendapat Persetujuan Pada Tanggal, Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


(Dr. H. Mohamad Junaidi, M.M.)
NIDN. 0807066201


(Rishan Adha, SE., M.E.)
NIDN. 0813078902

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua


(Lulu Hendra Maniza, S.Sos., MM)
NIDN. 0828108404

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Iis Widya Santi
NIM : 21512A0154
Tempat / Tanggal Lahir : Gerupuk, 31 Desember 1996
Konsentrasi : Enterpreneur
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Instansi : Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Chillout Homestay dan Restoran Kawasan Gerupuk Kecamatan Pujut Lombok Tengah.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri sepanjang pengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya yang tidak di paksakan

Mataram, 2019

Peneliti


MATERAI
TEMPEL
106A38AFF802474638
6000
Iis Widya Santi
21512A0154



RIWAYAT HIDUP

Iis Widya Santi, Lahir di Gerupuk pada tanggal 31 Desember 1996. Merupakan anak ke 2 dari 3 bersaudara dari Bapak Saruji dan Ibu Riani. Penulis telah menempuh berbagai macam jenjang pendidikan penulis adalah seperti tertera dibawah ini :

1. SD Negeri 01 Gerupuk yang diselesaikan pada Tahun 2009
2. SMP Negeri 01 Pujut yang diselesaikan pada Tahun 2012
3. SMA Negeri 01 Pujut yang diselesaikan pada Tahun 2015
4. Universitas Muhammadiyah Mataram (UMM) Kota Mataram, mengambil Program Study Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Penulis menyelesaikan program sarjana pada tahun 2015-2019 dengan skripsi yang berjudul "**Analisi Strategi Bersaing Chillout Homestay dan Restoran Kawasan Gerupuk Kecamatan Pujut Lombok Tengah**" dibawah bimbingan Bapak Drs, H. M. Jumaidi, M.M dan Bapak Rishan Adha SE., ME.

MOTTO

"Kesuksesan adalah buah dari usaha-usaha kecil yang diulang hari demi hari"

(Anonim)

"Doa adalah senjata orang beriman, tiangnya agama serta cahaya langit dan bumi"

(AL-Ma'tsurat Wazhifah Kubro)



ABSTRAK

Analisis Strategi Bersaing Chillout Homestay Dan Restoran Kawasan Gerupuk Kecamatan Pujut Lombok Tengah.

Iis Widya Santi⁽¹⁾, H.Mohamad Junaidi⁽²⁾, Rishan Adha⁽³⁾

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing yang dilakukan Chillout Homestay dan restoran yang berada di Kawasan Gerupuk Kecamatan Pujut Lombok Tengah serta mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal yang ada di Chillout Homestay dan Restoran. Penelitian ini dilaksanakan di Chillout Homestay kawasan Gerupuk pada bulan Juni 2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan narasumber dari owner dan karyawan Chillout Homestay dan Restoran. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil analisa SWOT menunjukkan bahwa strategi bersaing Chillout Homestay dan Restoran adalah menggunakan strategi WO. Strategi WO ini difokuskan untuk diferensiasi produk dan inovasi dalam pelayanan. Kedua hal tersebut dilakukan untuk mengurangi kelemahan yang ada diinternal Chillout dan memanfaatkan peluang yang ada di eksternal chillout homestay dan restoran.

**Kata kunci : lingkungan internal, lingkungan eksternal,
SWOT, strategi bersaing**

ABSTRACT

Analysis Of Competitive Strategy Chillout Homestay And Restaurant At Gerupuk Beach Area Central Lombok District

Iis Widya Santi⁽¹⁾, H.Mohamad Junaidi⁽²⁾, Rishan Adha⁽³⁾

This Study aims to find how competitive strategies are carried out by Chillout Homestay dan Restaurants in Gerupuk tourism area, Central Lombok District, and know the internal and external environmental conditions that exist in Chillout Homestay and Restaurants. This research was carried out at Chillout Homestay in Gerupuk Area in June 2019. The method used in this research is descriptive qualitative method with owner guest speakers from Chillout Homestay And Restaurant employees. Data collection is done by observation, interview, and documentation.

The result of SWOT analysis shows that the Chillout Homestay and Restaurant competitive strategy is to use the WO strategy. WO strategy is focused on product differntation and inovation and service. Both of these are done to reduce delicles weaknesses that are in the internal Chillout and take advantage of the opportunities that exist in the external Chillout Homestay and Restaurant.

Keywords : Internal environment, external environment, SWOT, Competitive strategy

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis serta sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW karena berkat perjuangan dan pengorbanannya, sampai pada saat ini kita tetap berada pada jalan yang benar dan sehingga skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Bersaing Chillout Homestay Dan Restoran Kawasan Gerupuk Kecamatan Pujut Lombok Tengah”** dapat terselesaikan sebagaimana mestinya, sebagai prasyarat untuk Menyelesaikan Studi.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan, saran-saran, informasi, tenaga, dan pikiran. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih, terutama kepada:

1. Bapak Drs. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku rector Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. Amil, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram sekaligus pembimbing utama.
3. Ibu Mardiah S.Sos, M.Si selaku wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku wakil dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

5. Lalu Hendra Maniza S.Sos.,MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Drs. H. Mohamad Junaidi, M.M selaku pembimbing utama Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Rishan Adha SE.,ME,. selaku pembimbing pendamping yang telah banyak membantu, membina, serta membimbing dengan penuh keikhlasan.
8. Seluruh staf pengajar dan karyawan dilingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
9. Serta ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi kesempurnaan proposal ini. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, *Amin ya rabbal alamin.*

Mataram, Maret 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pengertian Strategi	11
2.2.2 Pengertian Manajemen Strategi.....	13
2.2.3 Hirarki Strategi	16
2.2.4 Pengertian Keunggulan Bersaing	17
2.2.5 Keunggulan Kompetitif Melalui Strategi Bersaing.....	18
2.2.6 Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi Bersaing	20
2.2.7 Analisis Lingkungan Eksternal	21
2.2.8 Analisis Lingkungan Internal.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	25

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode yang Digunakan	27
3.2 Lokasi Penelitian.....	28
3.3 Penentuan Informan	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Metode Observasi.....	29
3.4.2 Metode Wawancara.....	29
3.4.3 Metode Dokumentasi	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Keabsahan Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Chillout.....	34
4.2 Kondisi Lingkungan Internal	34
4.3 Kondisi Lingkungan Eksternal.....	46
4.3.1 Sektor Pesaing.....	47
4.3.2 Sektor Teknologi.....	49
4.3.3 Sektor Pemerintah	50
4.3.4 Matriks SWOT	52
4.4 Pembahasan.....	57
4.4.1 Strategi Bersaing Yang Direkomendasikan	67
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Chillout Homestay di Dusun Gerupuk	4
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan di Chllout Homestay	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Alur Kerangka Konseptual.....	26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Fasilitas Chillout Homestay dan Restoran	40
Gambar 4.2 Fasilitas Chillout Homestay dan Restoran	41
Gambar 4.3 Fasilitas Chillout Homestay dan Restoran	41
Gambar 4.4 Wawancara Owner Chillout Homestay dan Restoran	44
Gambar 4.5 Wawancara Karyawan Chillout Homestay dan Restoran	45
Gambar 4.6 Wawancara Karyawan Chillout Homestay dan Restoran	46
Gambar 4.7 Promosi Melalui Facebook	64
Gambar 4.8 Promosi Melalui Instagram	65



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan Indonesia yang memiliki nilai dan keuntungan yang signifikan bagi kemajuan ekonomi lokal dan global, karena itu sektor pariwisata ini digolongkan sebagai industri terbesar di Indonesia bahkan di dunia dan merupakan sektor ekonomi yang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat dan penyedia lapangan pekerjaan yang banyak (Damanik, 2013).

Potensi-potensi pariwisata yang ada tersebut menciptakan pasar yang menarik untuk dikembangkan dan diteliti, sehingga peran pariwisata dalam industri bisnis juga akan menjadi aset yang harus dimanfaatkan secara optimal melalui kepariwisataan. Hal itu dapat ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional maupun pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat (Damanik, 2013)

Selain dapat memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha bagi masyarakat, kepariwisataan juga dapat membuka lapangan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Diakui bahwa sumbangan sektor pariwisata terhadap perolehan devisa dan penciptaan lapangan kerja secara makro cukup signifikan. Laporan berbagai kajian ahli menyimpulkan bahwa sumbangan pariwisata yang secara signifikan pada perkembangan ekonomi suatu negara atau daerah, tampak dalam bentuk perluasan

peluang kerja, peningkatan pendapatan (devisa) dan pemerataan pembangunan spasial (Damanik, 2013).

Bisnis (business) tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas bisnis pada umumnya mempunyai tujuan menghasilkan laba, serta mengumpulkan cukup dana bagi kegiatan bisnis itu sendiri. Bisnis tidak akan berjalan dengan baik jika tidak didukung dengan strategi bersaing yang tepat. Tingginya tingkat persaingan suatu usaha dapat dilihat dari perkembangan usaha dan banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama serta menawarkan jasa dan produk yang sama. Dalam kondisi seperti ini akan memacu manajemen perusahaan agar terus berusaha untuk melakukan perbaikan-perbaikan terus menerus terhadap perusahaan demi mempertahankan dan memajukan perusahaannya diantara pesaingnya (Sholihah 2015).

Keunggulan bersaing penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan.

Dalam sebuah bisnis perusahaan harus memiliki strategi untuk terus mengembangkan produk baik itu dalam menciptakan produk baru maupun meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Dengan cara ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan atau profit.

Pariwisata di Pulau Lombok semakin dikenal oleh para wisatawan, mulai dari pelancong lokal hingga turis mancanegara. Hal ini tidak mengherankan karena Lombok memang pantas disebut sebagai salah satu pulau terindah yang ada di Indonesia.

Dunia pariwisata di Pulau Lombok memang semakin mendapat perhatian khusus dari para wisatawan. Mulai dari banggunya berbagai fasilitas pendukung pariwisata di Lombok membuat para wisatawan tidak lagi khawatir tentang berbagai kebutuhan terkait dengan perjalanan wisata. Pemerintah di masing-masing kabupaten di kota Lombok juga menyadari pentingnya sarana pendukung ini guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Salah satu infrastruktur yang paling penting adalah jalan yang menghubungkan antar objek wisata yang ada di Lombok. Kondisi jalan yang semakin baik juga membuat perjalanan semakin mudah dan cepat. Akses menuju ke lokasi wisata yang lebih mudah ini tentu saja menjadi pertimbangan utama bagi para wisatawan. Keberadaan *Bandara Internasional Lombok (BIL)* juga sangat membantu perkembangan pariwisata di Pulau Lombok. Dengan adanya bandara ini, maka wisatawan yang datang dari berbagai negara tidak perlu lagi transit di Bandara Internasional lainnya yang berada diluar Lombok. Sebaliknya, para wisatawan bisa dengan mudah datang ke Lombok langsung dari negaranya masing-masing. Hal ini tentu saja sangat menguntungkan, tidak hanya bagi para wisatawan tetapi juga bagi perkembangan pariwisata di Pulau Lombok

Daerah ini memiliki banyak pantai yang berada di pesisir pantai. Kemurnian alam, laut, dan pasir putih mutiara membuat pantai ini sebagai harta terbesar di

Lombok. Salah satu pantai di daerah ini adalah Pantai Gerupuk. Pantai gerupuk yang terletak di pantai selatan Lombok adalah bagian dari desa Gerupuk Lombok tengah, pantai ini terletak di sekitar Mandalika juga. Terletak 65 km selatan dari kota Mataram, Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), dusun Gerupuk ini mudah dijangkau oleh semua orang. Dusun Gerupuk ini juga terletak 9 km dari pantai Kuta, Lombok. Orang bisa berkendara dengan motor atau mobil dan memakan waktu sekitar dua jam untuk bisa sampai di dusun Gerupuk ini. Jalan menuju kawasan di bangun dengan sangat baik dan orang dapat melihat beberapa perkebunan tanaman pangan rumah tradisional sasak yang indah di perjalanan. Pasir putih dan pemandangan yang indah yang terletak di dusun Gerupuk merupakan salah satu tujuan yang semakin populer bagi traveler/wisatawan akhir-akhir ini. Di wilayah dusun Gerupuk ini, anda bisa mengunjungi lima tempat yang akan memuaskan hobi surfing anda. Yang unik dari kelima tempat ini adalah tempat-tempat tersebut memiliki nama dari bahasa setempat, sekaligus nama internasional yang di berikan oleh peselancar mancanegara. Yaitu Batu Teong (Dondon), Prigi (Inside), Giligolong (Outside), Batu Lawang (Kids Point), dan Terasaq (Outside Left).

Tabel 1.1 Pesaing Chillout Homestay di Dusun Gerupuk

No	Nama Homestay	Lokasi
ss1	Ridow Homestay	Dusun Gerupuk
2	Edho Homestay	Dusun Gerupuk
3	Ausy	Dusun Gerupuk

4	Hans Homestay	Dusun Gerupuk
5	Nicko homestay	Dusun Gerupuk
6	Green House Homestay	Dusun Gerupuk
7	Anis Homestay	Dusun Gerupuk
8	Three Sultan Homestay	Dusun Gerupuk
9	Duyung Room's	Dusun Gerupuk
10	One Stop Lombok	Dusun Gerupuk
11	Ombak Homestay	Dusun Gerupuk
12	Gerupuk Homestay	Dusun Gerupuk
13	JC Surfer House	Dusun Gerupuk
14	Surf Camp	Dusun Gerupuk
15	Surf Garden	Dusun Gerupuk

Sumber: Observasi Awal

Dewasa ini, tujuan orang pergi berlibur ke daerah wisata pantai tidak hanya untuk bertujuan menginap saja. Banyak orang yang pergi kesana selain untuk menginap juga untuk menikmati makanan yang di tawarkan di Restoran yang di siapkan oleh homestay tersebut. Dari tahun ke tahun persaingan bisnis ini semakin ketat akan tetapi Chillout homestay dan restoran menganggap itu adalah sebuah tantangan yang harus dihadapi dan ditaklukan di tengah persaingan tersebut.

Chillout Homestay dan Restoran yang cukup lama berdiri di daerah wisata pantai wilayah Gerupuk Kabupaten Lombok Tengah. Disamping menawarkan akomodasi bagi para tamu homestay ini juga mendukung kegiatan bisnis mereka.

Banyak homestay baru yang bermunculan dengan beragam promo dan fasilitas yang ditawarkan hendaknya dapat di siasati pengelola Homestay, salah satunya dengan menetapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan pasar guna meningkatkan jumlah hunian kamar dan memenangkan pasar homestay di daerah wisata pantai. Begitu halnya dengan Chillout homestay dan restoran yang juga membutuhkan strategi yang tepat dan efektif untuk tetap berdaya saing di tengah banyaknya homestay di daerah pesisir pantai khususnya di wilayahgerupuk kabupaten lombok tengah.

Rata-rata jumlah kunjungan perbulan di Chillout Homestay dan Restoran dari 6 bulan terakhir:

Tabel 1.2. Jumlah Kunjungan di Chillout Homestay

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juli 2018	113
2	Agustus 2018	29
3	September 2018	51
4	Oktober 2018	85
5	November 2018	73
6	Desember 2018	92

Sumber: Observasi Awal

Pentingnya strategi pemasaran bagi homestay dan restoran dalam persaingan merebut pasar dan mempertahankan pelanggannya melalui penerapan strategi bersaing. Dalam persaingan usaha bisnis yang semakin tajam Chillout homestay dan restoran harus menerapkan strategi bersaing yang tepat, dimana dijadikan sebagai alat

persaingan merebut pasar dan mempertahankan pelanggannya. Chillout homestay dan restoran harus menciptakan strategi-strategi bersaing yang sesuai dengan kondisi persaingan saat ini agar tercipta strategi bersaing yang tepat sehingga perusahaan mampu merebut pasar dan mempertahankan pelanggannya.

Oleh karena itu hal menarik ini lah yang yang membuat peneliti mengangkat judul penelitian “**Analisis Strategi Bersaing Chillout Homestay dan Restoran Kawasan Gerupuk Kecamatan Pujut Lombok Tengah**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi Lingkungan internal Chillout dalam upaya untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan Chillout homestay dan restoran
2. Bagaimanakah kondisi lingkungan eksternal Chillout dalam upaya mengidentifikasi peluang dan ancaman Chillout homestay dan restoran

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan di lakukan penelitian ini adalah

- 1 Mengetahui kondisi Lingkungan internal Chillout dalam upaya untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan Chillout homestay dan restoran
- 2 Mengetahui kondisi lingkungan eksternal Chillout dalam upaya mengidentifikasi peluang dan ancaman Chillout homestay dan restoran

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1 Manfaat teoritis

Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang contoh penerapan analisis strategi pemasaran homestay guna memenangkan pasar persaingan usaha okomodasi. Tulisan ini juga dapat menambah wawasan pengetahuan dan mampu menerapkan teori-teori yang di peroleh selama masa kuliah di program study Administrasi Bisnis Fakultas Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram.

2 Manfaat praktis

Dapat di jadikan sumber informasi bagi perusahaan dalam mengoperasikan usaha jasanya dan sebagai referensi perusahaan untuk mengambil kebijakan dalam penerapan strategi pemasaran chillout homestay dan restoran.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Melihat masalah dan judul penelitian yang akan diteliti, maka diperlukan adanya pemaparan peneliti terdahulu guna mengungkapkan fenomena yang sama dalam sudut pandang yang berdeda sehingga diharapkan dapat memperkaya pengetahuan secara ringkas, penelitian terdahulu yang mendukung penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Anis Sholiha (2015)	Analisis strategi bersaing dalam pengembangan produk di home industry kelompok usaha bersama kucai jaya kalibeber wonosobo.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan meneliti tentang satu variabel yaitu strategi bersaing.	Meneliti bagaimana strategi bersaing dalam pengembangan produk dalam pandangan islam. Lokasi penelitian pada home industry. Tahun penelitian yaitu tahun 2015.

Tabel 2.1 Lanjutan...

2	Wulandari, Rani (2017)	Analisis pengembangan strategi bersaing pada Cafe Coffe Q Medan.	Meneliti tentang strategi bersaing menggunakan analisis SWOT dengan metode penelitian kualitatif.	Meneliti tentang bagaimana strategi bersaing pada cafe coffe q medan. Tahun penelitian yaitu tahun 2017.
3	Rishan Adha (2011)	Analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal dalam upaya merumuskan strategi bersaing pada swamitra kkb ikopin.	Aspek yang diteliti yaitu aspek internal dan eksternal.	Peneliti melakukan penelitian di swamitra kkb ikopin. Metode yang digunakan kualitatif dan kuantitatif. Tahun penelitian tahun 2011.

Sumber: *Dari Berbagai Skripsi*

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Strategi

Untuk memahami pengertian manajemen strategi, terlebih dahulu harus dapat dimengerti apakah strategi itu. Kata strategi berasal dari Yunani, yaitu *Stratogos* atau *Strategis* yang berarti jenderal. Strategi berarti seni para jenderal.

Menurut William F. Glueck dan Lawrence Jauch, yang dimaksud dengan strategi adalah :

Sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Dari pengertian tersebut, dapatlah disimpulkan bahwa strategi perusahaan adalah satu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Selain itu, beberapa definisi yang dikeluarkan oleh beberapa ahli juga bisa dilihat berikut ini:

Porter (1985) :

Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Andrews (1980), Chaffe (1985) :

Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Hamel and Prahalad (1995) :

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hamper selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Gregory G. Dess dan Alex Miller membagi strategi dalam dua bentuk, yaitu strategi yang dikehendaki dan strategi yang direalisasikan.

1. Strategi yang dikehendaki (*Intended Strategic*), terdiri dari tiga elemen, yaitu :
 - a. Sasaran-sasaran (Goals)
 - b. Kebijakan (Policies)
 - c. Rencana-rencana (Plans)
2. Strategi yang direalisasikan (*Realized Strategic*) merupakan apa yang dicapai atau apa yang telah terwujudkan.

2.2.2 Pengertian Manajemen Strategi

Menurut Amirullah (2015: 5) manajemen strategi terbentuk dari 2 kata yaitu manajemen dan strategi, dimana manajemen strategi merupakan ilmu dalam membuat (*formulating*) menerapkan dan mengevaluasi keputusan-keputusan strategi antar fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan sebuah organisasi mempunyai tujuan yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dimana organisasi itu berada. Dalam hal ini manajemen strategi mencakup aliran keputusan, cara-cara membentuk strategi, membuat keputusan desain serta program perusahaan dan mengembangkan strategi-strategi yang efektif. David (2009: 5) mendefinisikan manajemen strategis sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.

Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Dengan demikian, manajemen strategis adalah suatu tindakan manajerial yang mencoba mengembangkan potensi perusahaan didalam mengeksplorasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan berdasarkan misi perusahaan. Implikasi dari pengertian tersebut adalah perusahaan berusaha meminimalkan kekurangan (kelemahan) dan berusaha melakukan adaptasi dengan lingkungan sekitar.

Manajemen strategis memberikan kerangka kerja bagi kegiatan perusahaan yang dapat meningkatkan ketangguhan dan fungsi perusahaan. Manajemen strategis membantu manajer mengembangkan konsep yang jelas mengenai perusahaan. Selain itu manajemen strategis memungkinkan perusahaan mempersiapkan diri menghadapi lingkungan kegiatan yang cepat berubah. Keunggulan penting dari manajemen strategis adalah membantu para manajer melihat adanya peluang yang mengandung resiko dan peluang yang aman dan memilih diantara salah satu peluang-peluang yang ada. Perencanaan strategis juga mengurangi kemungkinan kesalahan dan kejutan yang tidak menyenangkan, karena penelitian yang seksama telah dilakukan terhadap sasaran, tujuan, strategi. Menurut David (2011: 6) proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap : perumusan strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi.

1. Perumusan strategi merupakan gabungan antara kondisi eksternal dan internal perusahaan saat ini dengan tujuan yang akan dicapai di masa yang akan datang. Perumusan strategi mencakup :

1. Pengembangan visi dan misi
2. Identifikasi ancaman dan peluang eksternal suatu perusahaan
3. Identifikasi kelemahan dan kekuatan internal perusahaan
4. Menetapkan tujuan jangka panjang
5. Identifikasi alternatif – alternatif strategi.
6. Pemilihan strategi

Perusahaan memiliki sumber daya yang terbatas, oleh karena itu, perusahaan harus memilih langkah strategi yang menguntungkan dan bermanfaat paling besar.

2. Penerapan strategi sering kali disebut tahap aksi dari manajemen strategis, yang berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk melaksanakan strategi yang telah dirumuskan. Yang dilakukan dalam penerapan strategi diantaranya:

1. Menetapkan tujuan tahunan
2. Membuat kebijakan
3. Memotivasi karyawan
4. Mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan

3. Penilaian strategi merupakan suatu cara untuk menentukan apakah strategi tertentu sudah berjalan dengan baik atau tidak, penilaian strategi merupakan tahap terakhir dalam manajemen strategis. Tiga aktivitas penilaian strategi diantaranya:

1. Peninjauan kembali faktor-faktor eksternal dan internal yang dijadikan sebagai landasan sebuah strategi.
2. Pengukuran kinerja.
3. Pengambilan langkah korektif.

2.2.3 Hirarki Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga hirarki strategi yaitu :

1. Strategi Perusahaan

Meliputi penentuan orientasi perusahaan terhadap pertumbuhan dan industri atau pasar yang akan dimasuki. Strategi perusahaan mewujudkan tiga orientasi umum (yang seringkali disebut *Grand Strategi*) yaitu pertumbuhan, stabilitas dan pengurangan.

2. Strategi Bisnis (Bersaing)

Merupakan strategi yang berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani perusahaan.

3. Strategi Fungsional

Strategi Fungsional memfokuskan produktivitas sumber daya, mengarahkan pada kompetensi tersendiri yang memberikan perusahaan atau unit bisnis suatu keunggulan. Misalnya, strategi pemasaran, strategi operasional, strategi organisasi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.2.4 Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler (2001: 95) pengertian keunggulan bersaing yaitu: “Keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi.

Selanjutnya Porter (David, 2009:275) menyatakan bahwa ada tiga tipe pilihan strategi generik yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu :

1. Strategi kepemimpinan biaya rendah (*the cost of leadership*)
Strategi kepemimpinan biaya rendah (*the cost of leadership*) yaitu serangkaian tindakan integratif yang dirancang untuk memproduksi dan menawarkan barang/jasa pada biaya paling rendah relatif terhadap para pesaing dengan ciri-ciri yang dapat diterima oleh para pelanggan.
2. Strategi Differensiasi
Strategi differensiasi yaitu serangkaian tindakan integratif yang dirancang untuk memproduksi dan menawarkan barang/jasa pada pelanggan berbeda dalam hal-hal yang penting dan unik bagi mereka
3. Strategi Fokus

Strategi fokus yaitu serangkaian tindakan integratif yang dirancang untuk memproduksi dan menawarkan barang/jasa yang melayani kebutuhan segmen persaingan tertentu, produk tertentu untuk pasar tertentu atau pasar wilayah geografi tertentu atau biasa disebut ceruk pasar (*special product for special segment, or for special market*).

Perusahaan yang bersaing dalam pasar sasaran yang sama selalu akan berbeda dalam tujuan dan sumber dayanya. Ada perusahaan yang berukuran kecil, ada perusahaan yang berukuran besar.

2.2.5 Keunggulan Kompetitif melalui Strategi Bersaing

Sering juga disebut dengan strategi bisnis, strategi ini berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani perusahaan. Apabila strategi perusahaan mengatasi masalah bisnis dan industri apa yang dilayani perusahaan, maka strategi bisnis mengatasi masalah bagaimana perusahaan dan unit-unitnya dapat bersaing dalam bisnis dan industri.

Michael Porter menawarkan dua strategi bersaing generik untuk mengungguli perusahaan lain dalam industri tertentu: biaya rendah dan diferensiasi. Biaya rendah adalah kemampuan perusahaan atau unit bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk sebanding dengan cara yang lebih efisien daripada pesaingnya. Diferensiasi, dilain pihak adalah kemampuan untuk menyediakan nilai

unik dan superior kepada pembeli dari segi kualitas keistimewaan, atau layanan (Hunger dan Wheelen).

Porter juga menekankan bahwa perusahaan yang ingin memenangkan persaingan harus memiliki keunggulan kompetitif, dimana untuk memperoleh hal tersebut perusahaan harus menerapkan strategi kompetitif dengan menggunakan *cost leadership or differentiation or focus*. Perusahaan diupayakan untuk memilih strategi tersebut sehingga bisa mencapai kinerja yang diinginkan dan bisa bersaing dengan perusahaan lain.

Keunggulan kompetitif merupakan jantung dari kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing. Keunggulan kompetitif berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang pembeli bersedia bayar dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing untuk manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat yang lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi (Porter, 1994). Atas dasar hal tersebut, keunggulan kompetitif bisa diciptakan oleh perusahaan bila strategi kompetitif sudah dirancang sesuai dengan lingkungan yang dihadapi, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Konsep keunggulan bersaing perusahaan banyak dikembangkan dari strategi generik yang dikemukakan Porter (1985). Hal-hal yang dapat mengindikasikan variabel keunggulan bersaing adalah *imitabilitas, durabilitas* dan kemudahan menyamai. Meskipun demikian, ajaran Porter tentang strategi generik

untuk keunggulan kompetitif terdiri dari keunggulan biaya, differensiasi dan fokus kepada pelanggan masih relevan untuk tetap digunakan (Kandampully dan Dudi, 1999). Keunggulan biaya terfokus adalah strategi bersaing yang akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang berfokus pada kelompok pembeli atau pasar geografis tertentu dan mencoba melayani ceruk-ceruk itu serta mengabaikan yang lain. Dalam menggunakan fokus biaya, perusahaan atau unit bisnis mencari keunggulan biaya pada segmen sasarannya. Fokus differensiasi berkonsentrasi pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu. Menurut Porter, segmen sasaran harus memiliki salah satu: pembeli dengan kebutuhan yang tidak lazim, atau sistem produksi yang dan penyaluran yang melayani pasar berbeda dari pesaingnya (Hunger dan Wheelen).

2.2.6 Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi Bersaing

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.

2.2.7. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan Eksternal adalah suatu proses yang digunakan perencana-perencana strategi untuk memantau lingkungan eksternal dalam menentukan peluang atau ancaman. Strategi dan tujuan perusahaan dipengaruhi oleh daya saing industri dimana mereka memilih untuk menjalankan bisnis dan posisi sektor industri tersebut. Suatu industri dapat digambarkan sebagai serangkaian perusahaan yang bersaing satu sama lain untuk meraih pangsa pasar yang tinggi dalam mencapai skala ekonomi dan strategi yang telah ditentukan. Selain itu banyak sekali faktor yang mempengaruhi perusahaan terutama lembaga keuangan dalam sektor lingkungan eksternal. Keseluruhan faktor ini saling berinteraksi satu sama lain. Beberapa sektor yang mempengaruhi lingkungan eksternal antara lain :

a. Sektor pesaing

Rivalitas dikalangan pesaing yang ada berbentuk perlombaan untuk mendapatkan posisi dengan menggunakan taktik-taktik seperti persaingan tingkat tarif, perang iklan dan perang pelayanan. Persaingan terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi. Persaingan juga terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat adanya peluang untuk memperbaiki posisi. Strategi bersaing yang efektif meliputi tindakan-tindakan *ofensif* atau *defensive* guna menciptakan posisi yang aman terhadap kekuatan-kekuatan pesaing (Djaslim Saladin, 2004:40). Persaingan di lingkungan

industry mungkin akan menjadi semakin tajam dan tak terkendali yang merupakan akibat dari sejumlah faktor-faktor struktural yang saling berinteraksi, diantaranya :

- a. Jumlah pesaing yang banyak atau seimbang
- b. Pertumbuhan industri yang lamban
- c. Pesaing yang beragam

b. Sektor Teknologi

Disamping menyimak faktor sosioekonomi, perencana strategi yang efektif meneliti lingkungan eksternal untuk mencari perubahan teknologi yang dapat mempengaruhi operasional perusahaan. Karena perubahan teknologi dapat memberi peluang besar untuk meningkatkan hasil, tujuan, atau mengancam kedudukan perusahaan. Dalam hal ini dapat dilihat dari perkembangan teknologi komputerisasi, perkembangan teknologi transaksi elektronik dan perkembangan teknologi jasa keuangan.

c. Sektor Pemerintah

Falsafah pemerintah dalam hubungannya dengan perusahaan ataupun lembaga pengelola hotel dapat berubah sewaktu-waktu. Ini merupakan aspek penting yang harus ditelaah para perencana strategi. Tindakan pemerintah dapat memperbesar peluang atau hambatan usaha atau adakalanya keduanya secara bersamaan. Hal ini tercermin dari kebijakan serta peraturan perundang-undangan yang diterbitkan oleh pemerintah.

2.2.8. Analisis Lingkungan Internal

Setelah menganalisis faktor lingkungan eksternal, hal selanjutnya yang dilakukan adalah mengkaji faktor-faktor internal yang ada dalam perusahaan baik berupa kekuatan maupun kelemahan yang dimilikinya. Kita harus dapat mengembangkan profil keunggulan internal perusahaan dan menyesuaikan dengan profil peluang ancaman lingkungan eksternal.

Faktor-faktor internal yang perlu dianalisis adalah:

a. Aspek Sumber Daya Manusia

Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) untuk menghadapi persaingan merupakan hal yang penting dalam perencanaan manajemen strategi perusahaan atau lembaga keuangan. Manajer yang berhasil adalah mereka yang mampu melihat Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai asset yang harus dikelola sesuai dengan kebutuhan. Hal ini akan membuat perusahaan lebih kompetitif.

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam analisis manajemen sumberdaya manusia (SDM) agar memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan, diantaranya :

1) *Employee Capabilities*

Hal paling utama bagi perusahaan adalah bagaimana para pegawai dapat menyumbangkan segenap kemampuannya untuk organisasi. Untuk itu,

perencanaan dan upaya implementasi *reskilling* pegawai yang menjamin kecerdasan dan kreativitasnya dapat dimobilisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

2) *Information System Capabilities*

Meski motivasi dan keahlian pegawai telah mendukung pencapaian tujuan-tujuan perusahaan, masih diperlukan informasi-informasi yang terbaik. Dengan kemampuan sistem informasi yang memadai, kebutuhan seluruh tingkat manajemen dan pegawai atas informasi yang akurat dan tepat waktu dapat dipenuhi dengan sebaik-baiknya.

3) *Motivation, Empowerment, and Alignment*

Hal ini penting untuk menjamin adanya proses yang berkesinambungan terhadap upaya pemberian motivasi dan inisiatif yang sebesar-besarnya bagi pegawai. Upaya-upaya tersebut perlu dukungan motivasi yang besar dan pemberdayaan pegawai berupa delegasi wewenang yang memadai untuk mengambil keputusan. Tentu semua ini tetap diikuti dengan upaya penyesuaian yang terus menerus sejalan dengan tujuan perusahaan.

b. Aspek Operasional

Pengertian manajemen operasional tidak terlepas dari pengertian manajemen. Kegiatan manajemen operasional selalu berkaitan dengan proses transformasi semua masukan (*input*) sumber daya secara terpadu sehingga dapat menghasilkan nilai

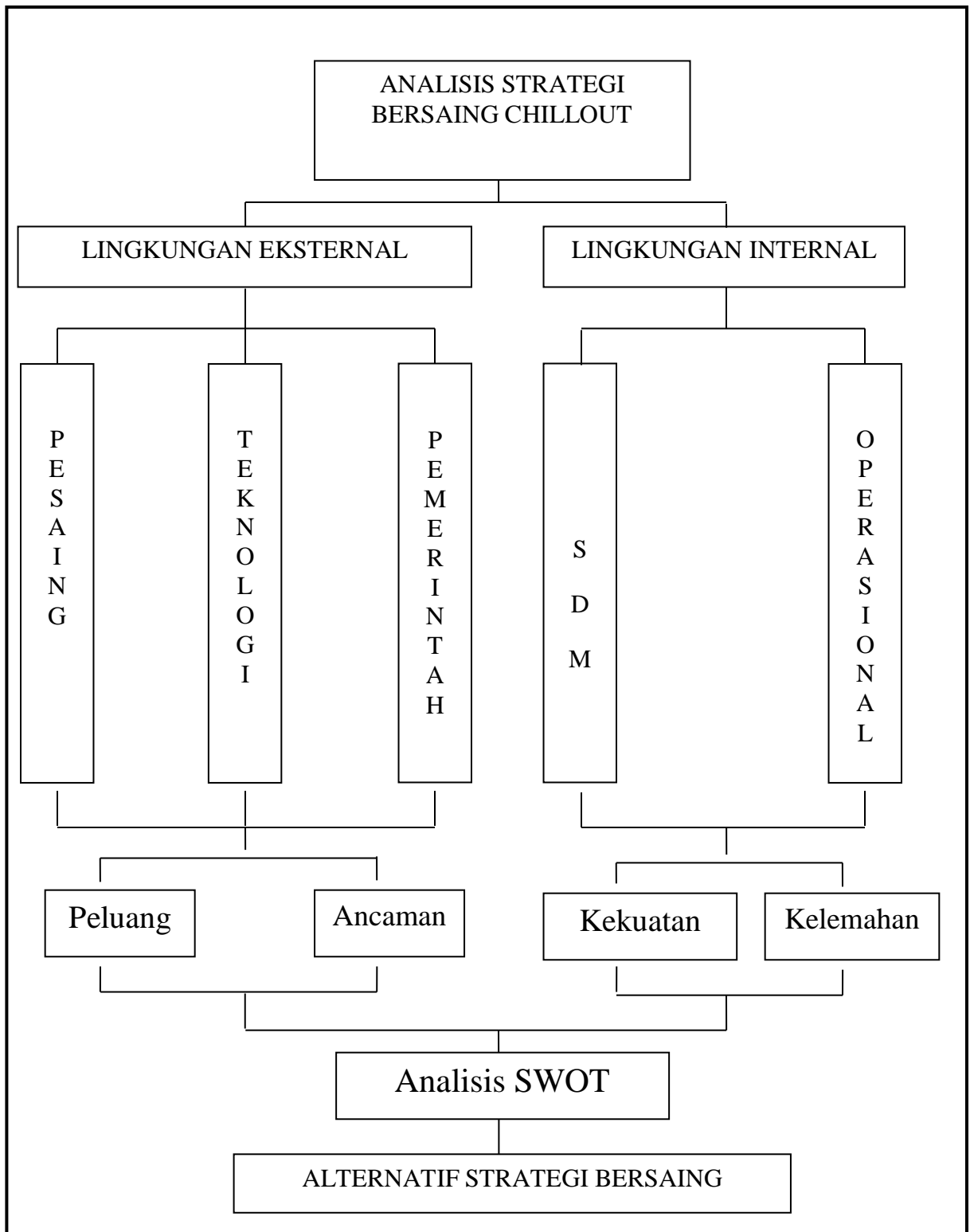
tambah dalam bentuk keluaran (*output*) baik yang berupa produk maupun jasa. Pengukuran kinerja yang terkait dalam proses operasi dikelompokkan menjadi waktu, kualitas dan biaya.

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep dibuat untuk mempermudah proses penelitian karena mencakup tujuan dari penelitian itu sendiri, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing Chillout Homestay dan Restoran menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) yang dilakukan dengan mendata kekuatan dan kelemahan internal dan juga peluang serta ancaman eksternal.



Gambar 2.2 : Alur kerangka konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2008) bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi obyektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan analisis tersebut kemudian ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum yang sifatnya abstrak tentang kenyataan-kenyataan (Basrowi, 2008).

3.2 Lokasi Penelitian

Kehadiran peneliti dalam rangka melaksanakan penelitian berperan sebagai instrumen kunci yang langsung melibatkan diri kedalam subjek dalam jangka waktu yang ditentukan oleh peneliti. Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Penelitian ini akan dilaksanakan di Chillout Homestay dan Restoran Kawasan Gerupuk Kecamatan Pujut Lombok Tengah dan penelitian ini akan dilaksanakan dalam jangka waktu satu bulan.

3.3. Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *purposive sampling*, dengan memilih informan yang dianggap layak dalam pemberian data. Dalam penelitian ini penulis memilih beberapa informan yakni Owner dan beberapa karyawan yang ada Chillout Homestay dan Restoran.

Menurut Sugiyono (2010) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan menurut Jogiyanto (2007) *purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berupa pertimbangan (*judgment*) tertentu atau jatah (*quota*) tertentu. Alasan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* supaya kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Metode Observasi

Observasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Menurut Burns dalam Basrowi (2008) dengan observasi, peneliti dapat mendokumentasikan dan merefleksi secara sistematis terhadap kegiatan dan interaksi subjek penelitian. Sementara menurut Kurtono dalam Gunawan (2014) observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan.

Observasi ini dilakukan dengan mengamati kegiatan promosi dan kegiatan-kegiatan lain di Chillout Homestay dan Restoran. Pengamatan ini dilakukan selama pengumpulan data berlangsung. Pengamatan ini juga dilakukan untuk mengamati berbagai hal yang ditemui di lingkungan Homestay dan Restoran, misalnya rencana kerja atau target menginap di homestay, kelengkapan media promosi dan kinerja pegawai

3.4.2 Metode Wawancara

Eterberg dalam Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tertentu. Sementara Nurulwaasi (2017), wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan

data dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian atau responden.

Menurut Sugiyono (2006) wawancara terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

- a. Wawancara struktur, pada wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Dalam prakteknya selain membawa instrumen sebagai pedoman wawancara, maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti tape recorder, gambar, brosur dan amterial lain yang dapat membantu dalam wawancara.
- b. Wawancara tidak terstruktur, maksudnya adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Adapun wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Maksud digunakan wawancara tidak tersrtuktur dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada objek penelitian. Sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti

permasalahan atau variabel yang akan diteliti. Teknik ini digunakan untuk mencari informasi atau jawaban kepada informan, dimana susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah saat wawancara disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara dilakukan.

3.4.3 Metode Dokumentasi

Menurut Nurulwaasi (2017) dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan pemikiran. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen. Dalam penelitian sosial, fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang telah tersedia dalam bentuk arsip atau buku yang mendukung penelitian. Pengumpulan data diperoleh dari hasil laporan-laporan dan keterangan-keterangan tertulis, tergambar, terekam maupun gambaran umum Chillout homestay dan restoran.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan cara proses pengumpulan data menurut Miles dan Humberman dalam Emzir (2011) tahapan analisis data sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Penelitian mencatat semua data secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan.

2. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari apabila sewaktu-waktu diperlukan.

3. Penyajian data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk matrik, network, cart, atau grafis sehingga data dapat dikuasai.

4. Penarikan kesimpulan

Setelah data disajikan maka dilakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan dapat dilakukan dengan keputusan berdasarkan pada reduksi data, dan penyajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian.

3.6 Keabsahan Data

Untuk mendapatkan keabsahan data maka peneliti menggunakan beberapa teknik pemeriksaan keabsahan data (Emzir, 2011) yaitu:

1. Keikutsertaan peneliti sebagai instrumen (alat) tidak hanya dilakukan dalam waktu yang singkat tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti sehingga memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang di kumpulkan
2. Ketekunan pengamatan, yaitu dimaksudkan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dan situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.
3. Trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding. Teknik yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan terhadap sumber-sumber lainnya.
4. Kecukupan referensial yaitu data-data yang tercatat dan terekam dapat digunakan sebagai patokan untuk menguji atau menilai apabila sewaktu-waktu diadakan analisis dan intepretasi data.