

Strategi Pengembangan Agrowisata Lebah Etno Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung

DEWI SIALLAGAN*, I GUSTI AYU OKA SURYAWARDANI

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana,
Jl. PB. Sudirman, Denpasar 80232 Bali
Email: *dewislgn28@gmail.com
suryawardani@unud.ac.id

Abstract

Development Strategy of Etno Bee Agrotourism in Mengwi Sub-District, Badung District

Agrotourism presents a potential source of income and supports the increase in agricultural products. Etno Bee Agrotourism is an agrotourism that focuses on beekeeping which is a quality honey-producing agrotourism in Badung Regency. The purpose of this study was to determine the internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors of the development process of EtnoBee Agrotourism, to determine the main strategies for developing Etno Bee Agrotourism and to determine alternative strategies for developing Etno Bee Agrotourism peaks based on analysis SWOT. The main strategy for this type is market penetration and product development. The good quality of honey and the increasing demand for honey need to be maintained and even increased. The Alternative strategy is the S-O strategy by maintaining the quality of honey as a tourist object and attraction. Maintaining a friendly workforce, working with beekeepers and communities around agro-tourism. The S-T strategy is to take advantage of social media and provide discounted prices. The W-O strategy is to optimally develop facilities and arrangements and create attractive promotional content. The W-T strategy is to add unique facilities and objects and create typical Ethno Bee Agrotourism souvenirs.

Keywords: *strengths, weaknesses, opportunities, threats, agrotourism*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) mencatat jumlah pergerakan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada Juni 2022 mencapai 345,44 ribu kunjungan. Angka tersebut naik tajam hampir 2.000% atau 1.973,96% dibandingkan dengan Juni 2021. Tren gaya hidup masyarakat yang ingin kembali ke alam (*back to nature*) menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan agrowisata. Pengembangan aktivitas agrowisata secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi petani serta masyarakat akan arti

pentingnya pelestarian sumber daya alam. Indonesia memiliki hutan alam yang sangat luas. Lebah madu merupakan salah satu sumber daya hutan yang potensial untuk dikembangkan dalam pembudidayaannya (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), 2022). Ternak lebah madu jika dikelola secara intensif dan modern, maka akan memberikan manfaat langsung maupun tidak langsung. Provinsi Bali merupakan provinsi yang dikenal memiliki lahan pertanian yang cukup luas dan variasi objek pariwisata Bali berpotensi di lokal, nasional, bahkan internasional. Potensi lokal yang dimiliki perlu terus dibangun dan dikembangkan agar menjadi tempat wisata yang lebih bermanfaat untuk pengembangan ekonomi dengan memberikan perluasan lapangan pekerjaan. Agrowisata Lebah Etno Bali berlokasi di Desa Baha, Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. Agrowisata Lebah Etno ini merupakan salah satu tempat wisata yang mengandalkan ternak lebah madu. Pengembangan Agrowisata Lebah Etno akan mempunyai manfaat lebih, yaitu menjual jasa dari obyek dan daya tarik keindahan alam sekaligus menuai hasil dari penjualan madu yang dihasilkan. Kualitas madu yang ditawarkan oleh Agrowisata Lebah Etno adalah madu dengan mutu yang berkualitas.

Kendala dalam pengembangan Agrowisata Lebah Etno adalah belum banyaknya pengunjung yang berkunjung ke agrowisata ini dan ada beberapa pesaing sejenis di daerah Bali seperti Lebah Royal Honey, Lebah JW Madu Murni, Kele Bali yang mana membuat tantangan baru bagi agrowisata untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki. Hal ini membuat agrowisata perlu mengatur strategi untuk mengembangkan Agrowisata Lebah Etno. Agrowisata ini juga tergolong masih baru sehingga perlu melakukan strategi pengembangan untuk agrowisata. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini penting untuk dilaksanakan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor- faktor internal dan eksternal dalam proses pengembangan Agrowisata Lebah Etno?
2. Bagaimana strategi utama pengembangan Agrowisata Lebah Etno Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung?
3. Bagaimana strategi alternatif pengembangan Agrowisata Lebah Etno Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor- faktor internal dan eksternal dari proses pengembangan Agrowisata Lebah Etno Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung.
2. Merumuskan strategi utama pengembangan Agrowisata Lebah Etno Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung.
3. Merumuskan strategi alternatif pengembangan Agrowisata Lebah Etno Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Agrowisata Lebah Etno yang berlokasi di Desa Baha, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2022 sampai bulan Maret 2023.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif, yaitu penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner dan data yang berupa angka, tabulasi, perhitungan-perhitungan menggunakan sejumlah metode analisis matematik/statistik yang hasilnya menjadi dasar pijakan untuk mengambil keputusan atau kesimpulan (Slevitch, 2011). Data kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan skor pada matriks IFAS, EFAS, matriks IE, matriks SWOT. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian (Moleong, 2017). Jenis data kualitatif yang digunakan berupa deskripsi profil, sejarah, potensi, hambatan, dan letak geografis agrowisata lebah etno.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah yang penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti (Siregar 2015). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan kunci. Observasi dengan mengamati objek penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta, data, hingga nilai dari objek. Dokumentasi dengan cara memperoleh data dan informasi dalam bentuk rekaman video dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian di Agrowisata Lebah Etno.

2.4 Penentuan Informan Kunci

Informan kunci (*Key Informan*) adalah orang yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi utama yang diperlukan dalam penelitian (Nurdiani, 2014). Adapun informan kunci yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini berjumlah delapan orang, yaitu pemilik agrowisata, dua karyawan agrowsiata dan lima pengunjung Agrowisata Lebah Etno.

2.5 Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan bahan-bahan lain secara sistematis sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2014). Tujuan penelitian pertama dan kedua dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan tujuan ketiga di analisis menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE dan matriks SWOT.

2.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Menurut Silaen (2018) variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau mempunyai nilai yang bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya berbeda-beda atau bervariasi. Dimana variabel dalam penelitian ini adalah faktor internal dan faktor eksternal dari Agrowisata Lebah Etno.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gambaran umum Lokasi Penelitian

Agrowisata Lebah Etno didirikan oleh Dr. I Wayan Sumandya, S.Pd., M.Pd. Beliau merupakan seorang dosen lulusan Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) PGRI Bali. Lahan yang dulunya semak belukar ini diolah sedemikian rupa dan dijadikan agrowisata. Kemudian mulai dilakukan penataan di dalam agrowisata seperti penyediaan tempat edukasi yang bisa digunakan untuk workshop budidaya lebah, edukasi madu murni, dan tempat untuk refreshing menikmati suasana agrowisata yang sejuk. Agrowisata ini memiliki luas 28 Are.

Letak geografis agrowisata terletak di Jl. Rampai No 43, Desa Baha, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Agrowisata ini berfokus pada peternakan lebah serta edukasi tentang lebah dan madu yang menjadi daya tarik objek wisata. Perjalanan menuju ke lokasi agrowisata wisatawan bisa menempuh jarak 20 km dari kota Denpasar dengan waktu tempuh \pm 30 menit menggunakan kendaraan.

3.2 Hasil Analisis Matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Summary*)

Hasil analisis dari faktor strategis lingkungan internal dalam pengembangan Agrowisata Lebah Etno didapatkan melalui wawancara, observasi dan menyebarkan kuesioner penelitian. Proses untuk merangkum dan mengevaluasi faktor kekuatan dan kelemahan digunakan matriks IFAS. Hasil matriks IFAS dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Hasil Perhitungan Matriks IFAS

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Agrowisata Lebah Etno memiliki pemandangan yang indah	0,08	3	0,24
2	Madu yang diproduksi memiliki kualitas yang baik	0,08	3	0,24
3	Madu di Agrowisata Lebah Etno tidak pernah kehabisan stok	0,06	3	0,18
4	Mempunyai beberapa media sosial sebagai sarana promosi agrowisata	0,09	4	0,36
5	Akses jalan yang mudah menuju agrowisata	0,07	3	0,21
7	Tidak ada biaya masuk ke Agrowisata Lebah Etno	0,07	3	0,21
8	Tenaga kerja yang ramah dan responsif terhadap pengunjung	0,09	4	0,36
	Total Kekuatan	0,60		1,98

No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Pengunjung Agrowisata Lebah Etno masih sedikit	0,08	2	0,16
2	Fasilitas edukasi budidaya ternak lebah belum memadai	0,07	1	0,07
3	Dekorasi tempat kurang maksimal	0,08	2	0,16
4	Plang tulisan Agrowisata Lebah Etno belum terlihat jelas	0,08	2	0,16
5	Tenaga kerja cenderung fokus dengan penjualan madu saja.	0,09	2	0,18
	Total kelemahan	0,40		0,73
	Total keseluruhan	1,00		2,71

3.3 Hasil Analisis Matriks EFAS (Eksternal Strategic Factor Summary)

Analisis faktor strategis lingkungan eksternal dilaksanakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman dalam pengembangan Agrowisata Lebah Etno dan hasil perhitungan matriks EFAS pada Tabel 2

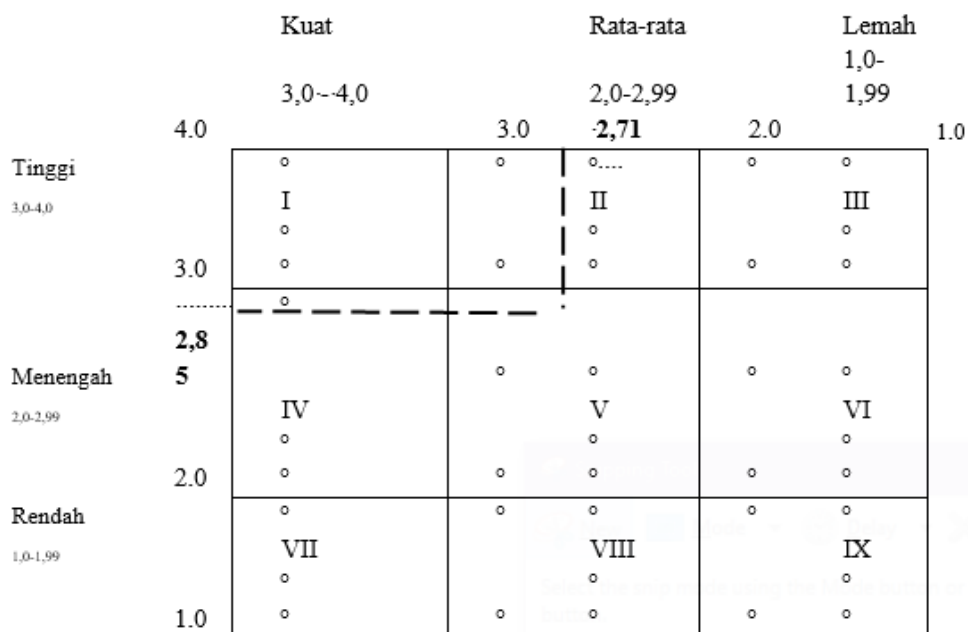
Tabel 2.
Hasil Perhitungan Matriks EFAS

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Wisatawan dapat memanen madu menikmati madu secara langsung di agrowisata ini	0,09	4	0,36
2	Tidak semua orang paham beternak lebah	0,07	3	0,21
3	Gaya hidup masyarakat (<i>back to nature</i>)	0,08	3	0,24
4	Lokasi Agrowisata Lebah Etno tidak jauh dari pusat kota	0,07	2	0,14
5	Tersedianya ruangan yang nyaman untuk berdiskusi dan bekerjasama dengan pemilik agrowisata	0,08	3	0,24
6	Kerjasama dengan peternak lebah di bali	0,09	3	0,27
7	Meningkatnya permintaan madu	0,08	3	0,24
8	Menggunakan media sosial sebagai wadah promosi yang meningkatkan penjualan madu	0,09	3	0,27
	Total Peluang	0,65		1,97
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Perubahan iklim yang sulit diprediksi yang mana bisa menurunkan produktivitas madu	0,06	2	0,12
2	Adanya beberapa agrowisata sekitar yang menjadi pesaing	0,08	3	0,24
3	Harga madu di pasar cenderung lebih murah dibandingkan madu di Agrowisata Lebah Etno	0,07	3	0,24
4	Banyaknya objek wisata di kabupaten badung	0,07	2	0,14
5	Kurangnya pemahaman masyarakat tentang madu yang berkualitas	0,07	2	0,14
	Total Ancaman	0,35		0,88
	Total Keseluruhan	1		2,85

Berdasarkan Tabel 2, penilaian informan terhadap faktor –faktor eksternal Agrowisata Lebah Etno mendapat total skor rata-rata EFAS sebesar 2,85. Kondisi ini menunjukkan bahwa Agrowisata Lebah Etno berada dalam posisi kuat dalam memanfaatkan peluang yang ada untuk menghadapi ancaman yang ada.

3.4 Matriks Internal dan eksternal (I-E)

Menurut Rangkuti (2018) matriks internal – eksternal menyusun strategi yang terbagi ke dalam sembilan sel. Matriks IE dapat membantu organisasi dalam merumuskan strategi yang sesuai. Berdasarkan analisis faktor-faktor internal dan eksternal, organisasi dapat mengidentifikasi area-area di mana mereka memiliki keunggulan yang kuat dan dapat memanfaatkannya untuk memanfaatkan peluang di pasar. Matriks IE membantu organisasi dalam memantau dan mengevaluasi perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Dengan melakukan analisis berkala terhadap faktor-faktor internal dan eksternal, organisasi dapat mengidentifikasi pergeseran dan perubahan yang signifikan. Hal ini memungkinkan organisasi menyesuaikan strategi. Hasil analisis matriks internal eksternal (IE) menggunakan hasil perhitungan dari matriks IFAS dan EFAS. Tolak ukur yang digunakan adalah kekuatan-kelemahan internal dari IFAS untuk garis horizontal, dan peluang-ancaman eksternal dari EFAS untuk garis vertikal. Berdasarkan hasil perhitungan maka akan diketahui total skor dari faktor internal adalah 2,71 dan total skor faktor eksternal 2,85. Total dari skor tersebut digunakan untuk menentukan kategori posisi potensi dari Agrowisata Lebah Etno. Posisi tersebut sebagai berikut :



Gambar 1.
Matriks Internal- Eksternal

Menurut David (2006), posisi pada sel V dapat dikelola dengan cara menggunakan strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Strategi utama untuk tipe ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Kualitas madu yang baik dan meningkatnya permintaan madu perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Agrowisata Lebah Etno perlu meningkatkan kualitasnya dengan memaksimalkan penawaran dengan menerapkan pengembangan usaha yang berkaitan dengan 4A (*attractions, amenities, accessibility, ancillary*) untuk menarik wisatawan untuk berkunjung.

3.5 Strategi Alternatif Pengembangan Agrowisata Lebah Etno

Strategi alternatif dalam pengembangan Agrowisata Lebah Etno dianalisis menggunakan analisis SWOT. Analisis matriks SWOT adalah bentuk analisis dari suatu situasi dan kondisi yang sifatnya deskriptif yaitu memberikan gambaran dan identifikasi terkait kondisi internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta kondisi eksternal yang menjadi peluang dan ancaman yang dimiliki agrowisata. Analisis SWOT diharapkan dapat menyusun strategi yang sesuai berdasarkan kondisi dan posisi agrowisata. Matriks SWOT menghasilkan 4 strategi yaitu strategi ST (*strength-treats*), strategi SO (*strength-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), dan strategi WT (*weakness-threats*). Matriks analisis SWOT Agrowisata Lebah Etno dapat disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3.

Matriks SWOT Strategi Pengembangan Agrowisata Lebah Etno

	Kekuatan(S)	Kelemahan(W)
Faktor internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agrowisata Lebah Etno memiliki pemandangan yang indah 2. Madu yang diproduksi memiliki kualitas yang baik 3. Madu di Agrowisata Lebah Etno tidak pernah kehabisan stok 4. Mempunyai beberapa media sosial sebagai sarana promosi agrowisata 5. Akses jalan yang mudah menuju agrowisata 6. Tersedia kamar mandi yang bersih dan tempat parkir yang cukup luas 7. Tidak ada biaya masuk ke Agrowisata Lebah Etno 8. Tenaga kerja yang ramah dan responsif terhadap pengunjung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengunjung Agrowisata Lebah Etno masih sedikit 2. Fasilitas edukasi budidaya ternak lebah belum memadai 3. Dekorasi tempat kurang maksimal 4. Plang tulisan Agrowisata Lebah Etno belum terlihat jelas 5. Tenaga kerja cenderung fokus dengan penjualan madu saja.
Faktor eksternal		
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisatawan dapat memanen madu menikmati madu secara langsung di agrowisata ini 2. Tidak semua orang paham 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas madu sebagai objek dan daya tarik wisata (S2, S3, S6, S7, O1, O2, O3, O7) 2. Mempertahankan tenaga kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengembangan fasilitas dan penataan secara optimal guna meningkatkan daya tarik agrowisata. (W2, W3, W4, O2, O4, O5)

<p>beternak lebah</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Gaya hidup masyarakat (<i>back to nature</i>) 4. Lokasi Agrowisata Lebah Etno tidak jauh dari pusat kota 5. Tersedianya ruangan yang nyaman untuk berdiskusi dan bekerjasama dengan pemilik agrowisata 6. Kerjasama dengan peternak lebah di bali 7. Meningkatnya permintaan madu 8. Menggunakan media sosial sebagai wadah promosi yang meningkatkan penjualan madu 	<p>yang ramah, bekerjasama dengan peternak lebah dan masyarakat sekitar agrowisata. (S1, S4, S5, S8, O4,O5, O6, O8)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Memanfaatkan media sosial yang dimiliki secara tepat dengan membuat konten menarik sebagai sarana promosi sehingga agrowisata lebih dikenal banyak orang. (W1, W5, O1, O3, O6, O7, O8)
<p>Ancaman (T)</p>	<p>Strategi S-T</p>	<p>Strategi W-T</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan iklim yang sulit diprediksi yang mana bisa menurunkan produktivitas madu 2. Adanya beberapa agrowisata sekitar yang menjadi pesaing 3. Harga madu di pasar cenderung lebih murah dibandingkan madu di Agrowisata Lebah Etno 4. Banyaknya objek wisata di kabupaten badung 5. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang madu yang berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana mendukung masyarakat tentang madu yang berkualitas dan kelebihan agrowisata (S1, S2, S3, S4, S7, T2, T4, T5) 2. Memberikan potongan harga pada setiap pembelian madu dengan jumlah yang ditentukan (S5, S6, S8, T1, T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan fasilitas dan objek yang unik sehingga akan memunculkan rasa penasaran dari calon wisatawan (W2, W3, W4, T2, T4) 2. Menciptakan <i>souvenir</i> khas Agrowisata Lebah Etno sehingga pengunjung tetap mengingat Agrowisata Lebah Etno. (W1, W5, T1, T3, T5)

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dalam strategi pengembangan Agrowisata Lebah Etno diperoleh kesimpulan sebagai berikut faktor internal yang menjadi kekuatan utama Agrowisata Lebah Etno yaitu mempunyai beberapa media sosial sebagai sarana promosi agrowisata dan memiliki tenaga kerja yang ramah dan responsif terhadap pengunjung. Kelemahan utama Agrowisata Lebah Etno adalah tenaga kerja cenderung fokus dengan penjualan madu saja. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama Agrowisata Lebah Etno adalah wisatawan dapat memanen madu dan menikmati madu secara langsung di agrowisata ini. Ancaman utama Agrowisata Lebah Etno adalah adanya beberapa agrowisata sekitar yang menjadi pesaing dan harga madu di pasar cenderung lebih murah dibandingkan madu di Agrowisata Lebah Etno. Strategi utama (*grand strategy*) adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Kualitas madu yang baik dan meningkatnya

permintaan madu perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan dan melakukan usaha *real* yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha Agrowisata Lebah Etno berkaitan dengan 4A (*attractions, accommodations, accessibility, amenities*). Strategi alternatif (*alternative strategy*) yaitu strategi S-O dengan mempertahankan kualitas madu sebagai objek dan daya tarik wisata. Mempertahankan tenaga kerja yang ramah, bekerjasama dengan peternak lebah dan masyarakat sekitar agrowisata. Strategi S-T yaitu dengan memanfaatkan media sosial dan memberikan potongan harga. Strategi W-O yaitu Melakukan pengembangan fasilitas dan penataan secara optimal dan membuat konten promosi menarik. Strategi W-T yaitu menambahkan fasilitas dan objek yang unik dan menciptakan *souvenir* khas Agrowisata Lebah Etno.

4.2 *Saran*

Pengelolaan Agrowisata Lebah Etno perlu mempertahankan produk unggulan yaitu kualitas madu sebagai objek dan daya tarik wisata. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan adalah perlu menambahkan fasilitas pelengkap yang dapat menambah daya tarik dan kenyamanan pengunjung. Promosi yang optimal juga diperlukan sebagai sarana edukasi dan pengenalan Agrowisata Lebah Etno ke masyarakat luas. Agrowisata Lebah Etno perlu menerapkan strategi yang telah diperoleh dan melakukan evaluasi secara berkala untuk merinci secara tepat dan jelas bagaimana perkembangan agrowisata.

5. **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung sehingga *e-journal* ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga segala informasi yang tertulis didalamnya dapat bermanfaat bagi pembaca.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2022. *Kunjungan Wisatawan Mancan Negara 2022*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik. Jakarta Pusat
- David, F. R. 2006. *Manajemen Strategis: Konsep, Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. 2022. *Luas Hutan di Indonesia Tahun 2022*. Jakarta Pusat: Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Jakarta Pusat.
- Moeleong, L. J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nurhadi, T. 2020. Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dillew Wilis Kabupaten Trenggalek. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 18(2),14-26.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobor, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: In Media.
- Siregar. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Slevitch, L. (2011). Qualitative and quantitative methodologies compared: Ontological and epistemological perspectives. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*,12(1),73–81.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Bandung: Alfabeta.