

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah Tenun Aliza yang beralamat di jalan Pecangaan Kulon RT 05 RW 04, Jepara. Penelitian ini mengambil pada Tenun Aliza karena adanya permasalahan pada Tenun Aliza karena Tenun Troso yang diproduksinya saat ini kurang dapat bersaing dengan kain-kain tradisional lainnya seperti batik yang beragam seperti Batik Solo, Yogyakarta, Semarang dan Lasem yang semakin luas area pemasarannya. Ditambah lagi kondisi demikian membuat sesama pengrajin tenun Troso saling bersaing dengan ketat yang menimbulkan masalah yaitu harga produk kain tenun troso yang semakin menurun karena banyak produsen yang banting harga untuk dapat menjual produknya. Adanya kondisi ini membuat Tenun Aliza perlu untuk mempertimbangkan sejumlah alternatif strategi baru untuk meningkatkan kinerja bisnisnya secara keseluruhan.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Pemilik, dan karyawan Tenun Aliza adalah populasi pada penelitian ini. Sampel akan diambil dengan purposive sampling yaitu menggunakan kriteria tertentu, yaitu Pemilik, karyawan yaitu kepala produksi dan marketing. Jadi sampel yang diambil adalah 3 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian yang akan digunakan adalah data primer yang bersumber dari hasil penyebaran kuesioner untuk factor internal dan eksternal kepada Pemilik, dua orang karyawan kepala produksi dan marketing.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada Pemilik, dua orang karyawan kepala produksi dan marketing.

3.5 Alat Analisis Data

Alat analisis data akan menggunakan matriks IFAS dan EFAS, matrik IE dan perumusan alternative strategi melalui matriks SWOT untuk Tenun Aliza (David, 2016). Langkah analisis data adalah:

1. Pembentukan Matriks IFAS

Tabel 3.1

Modus Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Critical Success Factors	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating
	Kekuatan				
1					
2					
3					
4					
5					
	Kelemahan				
1					
2					
	Total				

Kriteria rating dalam penelitian ini dapat dibentuk sebagai berikut:

Rating tertinggi (max) = 4

Rating terendah (min) = 1

K= kategori (2: rendah, tinggi)

Interval= (max-min)/k = (4-1) / 2 = 1,5

Kategori rating adalah sebagai berikut :

Rendah = 1-2,5

Tinggi = >2,5-4

Tabel 3.2
Bobot Rata-Rata Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Critical Success Factors	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Bobot Rata-Rata
Kekuatan					
1					
2					
3					
4					
5					
Kelemahan					
1					
2					
Total		1,00	1,00	1,00	1,00

Rata-rata bobot tersebut kemudian dikalikan dengan modus rating yang sudah didapatkan sebelumnya kemudian masing-masing nilainya dijumlahkan secara total di kolom IFAS.

Tabel 3.3
Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Critical Success Factors	Bobot rata-rata	Modus Rating	Skor = Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan					
1					
2					
3					
4					
5					
Kelemahan					
1					
2					
Total		1,00			

Sumber : David, 2016

2. Pembentukan Matriks EFAS.

Tabel 3.4
Modus Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

No	Critical Success Factors	Rating Pemilik	Rating Karyawan 1	Rating Karyawan 2	Modus Rating
Peluang					
1					
2					
Ancaman					
1					
2					
Total					

Kriteria rating dalam penelitian ini dapat dibentuk sebagai berikut:

Rating tertinggi (max) = 4

Rating terendah (min) = 1

K= kategori (2: rendah, tinggi)

Interval= (max-min)/k = (4-1) / 2 = 1,5

Kategori rating adalah sebagai berikut :

Rendah = 1-2,5

Tinggi = >2,5-4

Tabel 3.5
Bobot Rata-Rata Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

No	Critical Success Factors	Bobot Pemilik	Bobot Karyawan 1	Bobot Karyawan 2	Bobot Rata-Rata
Peluang					
1					
2					
Ancaman					
1					
2					
Total		1,00	1,00	1,00	1,00

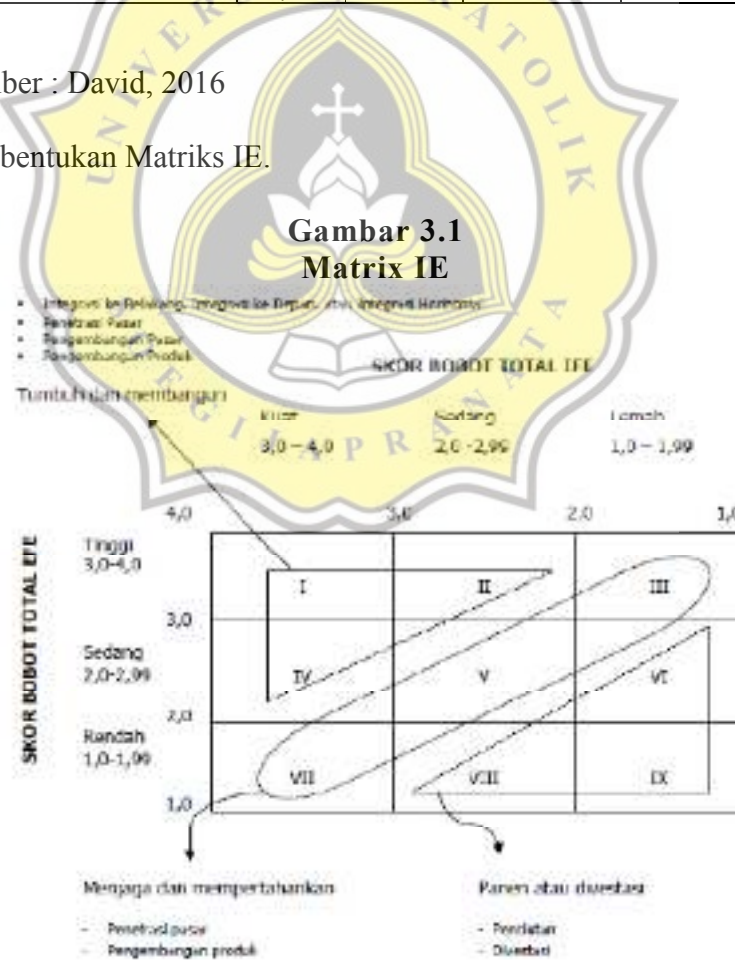
Rata-rata bobot tersebut kemudian dikalikan dengan modus rating yang sudah didapatkan sebelumnya kemudian masing-masing nilainya dijumlahkan secara total di kolom EFAS.

Tabel 3.6
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

No	<i>Critical Success Factors</i>	Bobot rata-rata	Modus Rating	Skor = Bobot x Rating	Komentar
Peluang					
1					
2					
Ancaman					
1					
2					
Total		1,00			

Sumber : David, 2016

3. Pembentukan Matriks IE.



4. Membentuk Matriks SWOT untuk menghasilkan alternatif strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T.

Tabel 3.7
Matriks SWOT

Matriks IFAS →	Strengths (S)	Weakness (W)
	1. 2. 3. 4. 5.	1. 2.
Matriks EFAS ↓	Strategi S-O	Strategi W-O
Opportunities (O)		
1. 2.		
Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. 2.		

Sumber : David, 2016

5. Menganalisis alternatif strategi bisnis yang dihasilkan. Dari matriks SWOT akan dihasilkan beberapa alternatif strategi bisnis baik strategi S-O, W-O, S-T maupun W-T. Pada tahap ini akan dijelaskan mengenai masing-masing strategi yang telah dirumuskan dari matriks SWOT tersebut