

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi bisnis SWOT. Sedangkan lokasi penelitian ini berada di Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni yang tepatnya di Jalan Untung Suropati 46, Lasem, Rembang, Jawa Tengah.

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel penelitian ini adalah pemilik, 2 orang karyawan, dan 15 pelanggan Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni yang telah berkunjung lebih dari 2 kali. Sedangkan teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Kriteria sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu mengetahui dengan baik kondisi lingkungan internal dan eksternal Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni.

3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Sedangkan metode pengumpulan data pada penelitian ini didapatkan peneliti secara langsung dari responden melalui hasil observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner.

Data merupakan data persepsional dengan menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju terhadap suatu pernyataan. Persepsi tersebut dikuantitatifkan dengan skala Likert. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) skala Likert merupakan model skala yang banyak digunakan peneliti

dalam mengukur sikap, pendapat, persepsi, atau fenomena sosial lainnya. Skala likert yang sering digunakan adalah skala likert dengan lima kategori yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran tanggapan responden terhadap indikator-indikator SWOT. Analisis deskriptif menggunakan rentang skala yang diklasifikasikan dalam 3 kategori. Menurut Ferdinand, 2006 dalam Riyanto dan Hatmawan (2020), dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*), maka rentang sebesar empat dibagi tiga akan menghasilkan rentang sebesar 1,33 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks, dengan kriteria sebagai berikut :

Rumus rentang skala :

$$RS = \frac{\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai minimal}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Rentang Skala	Kategori Penilaian
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,66	Sedang
3,67 – 5,00	Tinggi

3.4.2 Analisis SWOT

Langkah-langkah analisis SWOT sebagai berikut (David, 2016) :

1. Memasukkan variabel-variabel kekuatan dan kelemahan dalam matriks IFE, serta variabel-variabel peluang dan ancaman dalam matriks EFE.

2. Menentukan bobot masing-masing variabel yang berkisar antara 0-1. (Jumlah seluruh bobot pada matriks IFE dan matriks EFE sama dengan 1). Cara menentukan bobot pada penelitian ini adalah dengan meminta narasumber atau responden yang terkait untuk menyusun ranking kepentingan. Peneliti memberi skor pada ranking yaitu :

a. Internal

Ada 7 variabel (3 kekuatan dan 4 kelemahan), jadi responden diminta untuk menyusun kepentingan 1-7 (1 kepentingan paling tinggi, sedangkan 7 kepentingan paling rendah). Urutan kepentingan skor sebagai berikut :

Kepentingan 1 = skor 7

Kepentingan 2 = skor 6

Kepentingan 3 = skor 5

Kepentingan 4 = skor 4

Kepentingan 5 = skor 3

Kepentingan 6 = skor 2

Kepentingan 7 = skor 1

b. Eksternal

Ada 6 variabel (3 peluang dan 3 ancaman), jadi responden diminta untuk menyusun kepentingan 1-6 (1 kepentingan paling tinggi, sedangkan 6 kepentingan paling rendah). Urutan kepentingan skor sebagai berikut :

Kepentingan 1 = skor 6

Kepentingan 2 = skor 5

Kepentingan 3 = skor 4

Kepentingan 4 = skor 3

Kepentingan 5 = skor 2

Kepentingan 6 = skor 1

Selanjutnya peneliti menjumlahkan seluruh skor dan menghitung bobot dengan membagi skor setiap variabel dengan skor total. Atau dapat ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{jumlah skor setiap variabel}}{\text{jumlah skor semua variabel}}$$

3. Menentukan rating pada masing-masing variabel

Rating mencerminkan perbandingan relative kinerja Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni terhadap pesaing utama. Angka rating pada penelitian ini antara 1-4. Apabila rating menunjukkan kearah 1, maka mencerminkan kinerja yang semakin rendah / lemah dibanding pesaing. Begitu juga sebaliknya, apabila rating kearah 4 maka mencerminkan kinerja yang semakin tinggi/kuat dibandingkan pesaing.

Cara menghitung rating dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut :

1. Setiap responden yang terkait memberikan rating pada setiap variabel
2. Menjumlahkan rating semua responden pada setiap variabel, kemudian hasil penjumlahan dibagi dengan jumlah responden yang terkait

4. Mengalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor tertimbang.

Atau dapat ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor tertimbang} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$$

5. Menjumlahkan skor tertimbang Matriks IFE dan Matriks EFE

Tabel 7.1 Matrix Internal Factor Evaluation (IFE)

KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
1. Menerapkan 3S (Senyum, Sapa, Salam)			
2. Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni selalu dapat memenuhi permintaan produk dari pelanggan			
3. Harga jual Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni tergolong murah			
KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
1. Suasana <i>offline</i> store yang kurang nyaman karena kurang tertata dengan rapi.			
2. Kurangnya promosi pada media sosial, terutama pada media cetak.			
3. Pendapatan / penghasilan bulanan menurun karena COVID-19.			
4. Lasem merupakan daerah yang jauh dari kota besar sehingga memiliki keterbatasan dalam menjangkau bahan baku sehingga terjadi penambahan biaya operasional.			
Total Skor Pembobotan			

Tabel 7.2 Matrix External Factor Evaluation (EFE)

PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
----------------	--------------	---------------	-------------

1. Batik merupakan pakaian nasional Indonesia yang sudah mendunia dan dikenal masyarakat luas.			
2. Usaha dibidang batik memberikan peluang yang menjanjikan dalam jangka panjang.			
3. Teknologi yang terus berkembang dan semakin canggih dari masa ke masa			
ANCAMAN	BOBOT	RATING	SKOR
1. Pesaing baru yang terus bermunculan dan berinovasi.			
2. Penyakit atau virus menular seperti COVID-19 yang tidak dapat diprediksi.			
3. Harga bahan baku yang tidak stabil sehingga berpengaruh pada nilai penjualan.			
Total Skor Pembobotan			

6. Menentukan *Matrix Internal External* (IE)

Analisis Matriks IE bertujuan untuk mengetahui posisi strategis dan alternatif strategi suatu perusahaan yang tepat agar dapat menghadapi persaingan dan pertumbuhan bisnis dimasa depan.

Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci : Total skor IFE pada sumbu X, dan total skor EFE pada sumbu Y. Hasil total skor IFE dan total skor EFE kemudian ditarik pada masing-masing garis sehingga kedua garis tersebut akan bertemu di dalam satu sel. Dengan demikian dapat diketahui letak sel Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni dan dapat diketahui strategi apa yang tepat bagi Kerajinan Batik Tulis Lasem.

		TOTAL SKOR IFE		
		Kuat (3,0 – 4,0)	Rata-Rata (2,0 – 2,99)	Lemah (1,0 – 1,99)
TOTAL SKOR EFE	Tinggi (3,0 – 4,0)	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Stabilisasi
	Sedang (2,0 – 2,99)	IV Pertumbuhan	V Stabilisasi	VI Divestasi
	Rendah (1,0 – 1,99)	VII Stabilisasi	VIII Divestasi	IX Divestasi

Gambar 4.1 Matrix Internal External (IE)

7. Menentukan Matriks *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT)
Menurut Galavan, 2014 dalam Miharja (2018) analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk menentukan strategi yang tepat berdasarkan pada analisis faktor internal dan eksternal perusahaan.

Tahapan menyusun matriks SWOT:

1. Masukkan peluang eksternal perusahaan.
2. Masukkan ancaman eksternal perusahaan.
3. Masukkan kekuatan internal perusahaan.
4. Masukkan kelemahan internal perusahaan.

5. Cocokkan kekuatan internal dan peluang eksternal setelah itu masukkan strategi SO ke dalam sel.
6. Cocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal setelah itu masukkan strategi WO ke dalam sel.
7. Cocokkan kekuatan internal dan ancaman eksternal setelah itu masukkan strategi ST ke dalam sel.
8. Cocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal setelah itu masukkan strategi WT ke dalam sel.

Tabel 7.3 Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)

	STRENGTH	WEAKNESS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan 3S (Senyum, Sapa, Salam) 2. Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni selalu dapat memenuhi permintaan produk dari pelanggan 3. Harga jual Kerajinan Batik Tulis Lasem Seroeni tergolong murah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana <i>offline</i> store yang kurang nyaman karena kurang tertata dengan rapi. 2. Kurangnya promosi pada media sosial, terutama pada media cetak. 3. Pendapatan / penghasilan bulanan menurun karena COVID-19. 4. Lasem merupakan daerah yang jauh dari kota besar sehingga memiliki keterbatasan dalam menjangkau bahan baku sehingga terjadi penambahan biaya operasional.
OPPORTUNITY	SO STRATEGIES	WO STRATEGIES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Batik merupakan pakaian nasional Indonesia yang sudah mendunia dan dikenal masyarakat luas. 2. Usaha dibidang batik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3.

memberikan peluang yang menjanjikan dalam jangka panjang. 3. Teknologi yang terus berkembang dan semakin canggih dari masa ke masa		
THREAT	ST STRATEGIES	WT STRATEGIES
1. Pesaing baru yang terus bermunculan dan berinovasi. 2. Penyakit atau virus menular seperti COVID-19 yang tidak dapat diprediksi. 3. Harga bahan baku yang tidak stabil sehingga berpengaruh pada nilai penjualan.	1. 2. 3.	1. 2. 3.

9. Lakukan formulasi alternatif strategi dengan metode analisis SWOT, setelah posisi perusahaan diketahui. Matriks ini memiliki gambaran mengenai peluang dan ancaman yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matriks SWOT akan menghasilkan 4 jenis alternatif strategi.