

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan suatu objek sesuai dengan keadaan atau apa adanya.

#### **3.1.1 Sumber Data**

Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam suatu Umkm/Perusahaan dibutuhkan suatu pemahaman yang mendalam bagaimana UMKM/Perusahaan tersebut menjalankan bisnisnya. Maka penelitian saya menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif dan menekankan pada kedalaman informasi. Dalam penelitian yang bersifat kualitatif analisis dilakukan dengan memberikan tafsiran atas penilaian – penilaian kualitatif terhadap data-data yang sudah ada.

Sedangkan sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner secara langsung dengan beberapa pemilik UMKM BATIK SURABAYA. Wawancara yang dilakukan mengenai hal-hal yang terkait dengan tujuan penelitian. Sedangkan kuesioner digunakan untuk memberikan pertimbangan dalam menentukan bobot peringkat. Data Sekunder diperoleh dari studi pustaka, data-data berupa dokumen yang dimiliki oleh pemilik UMKM BATIK SURABAYA

### **3.2 Data Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan dalam melaksanakan penelitian ini, antara sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan (*field work research*)

Yaitu pengumpulan data langsung yang menjadi objek penelitian untuk melihat dari dekat perusahaan tersebut, dengan menggunakan metode :

- A. Pengamatan (*observasi*)
- B. Wawancara (*interview*)
- C. Kuesioner

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Yaitu mengumpulkan data sekunder atau data yang diperoleh dari data yang telah dibukukan, baik berupa laporan-laporan maupun hasil penelitian terdahulu.

### 3.3 Definisi Konseptual

Analisis SWOT merupakan cara untuk menganalisis strategi perusahaan atau UMKM usaha batik dalam lingkungan internal maupun eksternalnya, yang bertujuan untuk mendeteksi serta merumuskan kebijaksanaan yang sifatnya strategi bagi usaha UMKM. Adapun Implementasi strategi untuk analisis factor internal merupakan variabel yang dapat dikendalikan oleh organisasi perusahaan untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap target pasar atau mempengaruhi target pasar tersebut yang merupakan factor eksternal. organisasi perusahaan dalam hal ini UMKM Batik Surabayaharus mengembangkan strategi-strategi dengan mensinkronisasikan unsur-unsur dari factor internal dan eksternal untuk mencapai sasaran perusahaan, daya saing maupun keunggulan bersaing di pasar.

### 3.4 Teknik dan Analisa data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik dan analisis data sebagai berikut ini :

#### 1) Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan analisis dalam manajemen strategi yang didasarkan untuk mengetahui adanya peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui analisa pengamatan lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan.

Blocher et. al. (2000:41), menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan prosedur sistematis untuk mengidentifikasi variabel-variabel keberhasilan kritis (CSFs) yang di miliki oleh oleh perusahaan meliputi kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*) sebagai faktor internal, dan peluang (*Opportunities*) serta ancaman (*Threats*) sebagai faktor yang bersifat eksternal. Dengan kata lain analisis SWOT adalah cara identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dengan cara memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) yang ada dalam perusahaan

#### 2) Tinjauan Tentang Analisis SWOT EFAS DAN IFAS

Untuk membuat suatu rencana kita harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal yang terdapat dari umkm/ organisasi . Analisis faktor-faktor harusnya menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi/perusahaan serta mengetahui kelemahan (*weaknesses*) yang terdapat dalam perusahaan. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui kesempatan (*opportunity*) yang terbuka bagi perusahaan serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dimiliki perusahaan yang

bersangkutan. Analisis strength,weakneses,opportuniyy dan treath sering disebut analisis SWOT yang merupakan singkatan dari ke 4 hal tersebut (Gitosodarmo,2000:36), sedangkan menurut Higgins dalam salusu (2006:319), dalam rangka mencapai tujuan perusahaan maka diperlukan suatu penguasaan informasi tentang berbagai masalah, baik dilingkungan internal maupun eksternal yang lazim dikenal dengan analisis SWOT yang meliputi analisis lingkungan iternal dan analisis eksternal yaitu sebagai berikut

### 3) Analisis Lingkungan Internal

*Strength* (kekuatan), merupakan situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan strategis dalam mencapaitujuan umkm/organisasi

*Weakness* (kelemahan), merupakan situasi dan ketidak mampuan internal yang mengakibatkan organisasi tidak dapat mencapai tujuannya atau sebagai kondisi yang menempatkan organisasi pada ketidak beruntungan dan tidakkompetitif.

Analisis Lingkungan Eksternal,meliputi:

*Oppurtunities* (peluang), adalah situasi dan faktor-faktor eksternal yang membantu organisasi dalam mencapai atau bahkan melampaui pencapaian sasarnya.

*Threat* (tantangan), adalah faktor-faktor eksternal yang menyebabkan organisasi tidak dapat mencapaisasarnya.

Dari kedua pendapat parah ahli di atas pada dasarnya SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weakness, Oppurtunities, Threat* dan dibagi menjadi dua bagian yaitu lingkungan internal dan eksternal dimana keduan lingkungan tersebut harus di analisis untuk pencapaian tujuan organisasi nantinya.

Menurut Finlay dalam Henee dkk (2010:148), analisis-analisis yangmenggunakan pendekatan SWOT merupakan suatu bentuk lumpatan pemikiran yang menawan bagi upaya merumuskan strategi apa yang diperlukan dalam suatu organisasi/perusahaan , dikarenakan mampu mendeteksi kelemahan-kelemahan organisasi yang manakah perlu diperkuat, serta penguatan-penguatan seperti apakah yang dapat diupayakan untuk menciptakan nilai. Lalu, peluang-peluang manakah yang memang berguna untuk dimanfaatkan oleh organisasi, dan yang manakah dicermati merupakan ancaman- ancaman di mana organisasi perlu bersiap-siap mempersenjatai diri untuk menghadapinya. Dengan kata lain mengartikan bahwa SWOT menganalisis keadaan organisasi saat sekarang dan sekaligus menghadirkan kemungkinan penginventarisasian alternatif-alternatif strategis yang menawarkan jaminan terbaik bagi penciptaan suatu kreativitas nilai ke masadepan.

Menurut Henee Dkk (2010:148-149), Terdapat dua kisi dalam analisis SWOT, sebagai berikut:

Berbagai kekuatan dankelemahan

Kisi pertama ini diarahkan ke dalam diri (internal) organisasi itu sendiri. Berdasarkan analisis-analisis yang sistematis dilakukan upaya untuk menginventarisasikan kuantitas dan kualitas dari sarana-sarana finansial, sumberdaya manusia (SDM) berikut sarana fisik, serta memahami bagaimana perkembangan-perkembangan yang spesifik serta pengkoordinasian dan pencatatan sarana-sarana keorganisasian yang mempengaruhi kapasitas-kapasitas penciptaan nilai dari organisasi. Untuk melahirkan suatu kreativitas nilai yang optimal, organisasi harus mampu memaksimalkan kekuatan-kekuatannya serta meminimalkan kelemahan-kelemahannya atau paling tidak menetralkan dampak negatif yang menerpanya.

Berbagai peluang danancamanLingkungan eksternal dari suatu organisasi menurut Vermcyden dalam Henee (2010:149) merupakan sumber ketersediaan peluang-peluang ataupun ancaman bagi organisasi yang sedang dijalankan itu. Adapun peluang-peluang adalah faktor eksternal yang menyediakan kesempatan untuk merealisasikan rencana-rencana sasaran organisasi dengan lebih lancar, lebih cepat, serta dengan biaya yang lebih ringan dan langkah yang semakin gampang, disamping itu tentunya juga untuk membuka jalan memperbaiki kinerjanya. Sebaliknya, ancaman-ancaman dapat melemahkan organisasi atau mengganggu kesinambungan atas keberadaannya Setelah kita mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan yang terbuka, serta ancaman-ancaman yang dialaminya, maka kita dapat menyusun suatu rencana atau strategi yang mencakup tujuan yang telah ditentukan. Rencana strategi tersebut kemudian haruslah kita terjemahkan ke dalam rencana rencanaoperasional yang mencantumkan adanya target-target yang harus kita capai. Kemudian rencana operasional itu harus kita terjemahkan ke dalam satu satuan uang yang menjadi anggaranoperasional.

#### 4) Analisis Summary

Di gunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan .Data eksternal perusahaan di kumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, politik, pemerintahan serta data eksternal lainnya ,yang nantinya berpengaruh terhadap kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) bagi perusahaan. Dalam sel *Opportunities* (O), dirumuskan beberapa peluang yang dihadapi oleh perusahaan. Hal ini harus mempertimbangkan deregulasi industri sebagai salah satu faktor strategisMatrik Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal kita perlu mengetahui terlebih dahulu Faktor Strategi Eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal:

- Susunlah dalam kolom 1( 5 sampai dengan 10 peluang dan acaman).
- Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2 mulai dari 1,0 ( paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktorstrategi.
- Hitung rating (dalam kolom3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai reting untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi reting +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai reting ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1 sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingya4.
- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan reting pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dengan kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0(poor).
- Gunakan kolom 5 untuk komentar atau catatan mengapa faktor-faktortertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannyadihitng.
- Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4),untuk memperoleh skor total pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainya dalam kelompok industri yangsama.

Jika manajer strategi telah menyelesaikan analisis faktor-faktor strategi eksternalnya (peluang dan ancaman), ia juga harus menganalisis faktor-faktor startegi internalnya (kekuatan dan kelemahan) dengan cara yang sama. Agar lebih jelasnya, lihat tabel EFAS berikut ini.Jadi, sebelum sstrategi diterapkan, perencanaan strategi harus menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Masalah strategi yang akan di monitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi perusahaan di masa yang akan datang untuk itu penggunaan metode-metode kuantitatif sangat dianjurkan untuk membuat peramalan (*forecasting*) dan asumsi, seperti eksplorasi, *brainstorming*, *statistical modelling*, riset oprasi dan sebagainya

Tabel 3.1 EFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EXTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
<b>PELUANG</b>			
1. Peluang 1	0,20	4	0,08
2. Peluang 2	0,15	4	0,60
3. Peluang 3	0,15	4	0,60
4. Peluang 4	0,20	3	0,60
5. Peluang 5	0,10	3	0,30
<b>ANCAMAN</b>			
1. Ancaman1	0,02	2	0,04
2. Ancaman2	0,05	2	0,010
3. Ancaman3	0,05	2	0,05
4. Ancaman4	0,05	1	0,05
5. Ancaman5	0,03	1	0,03
TOTAL	1,00		3,17

( Sumber: Rangkuti, 2017: 26 )

### Matrik Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan di indentifikasi suatu tabel IFAS (*Internal Strategi Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor staretegi internal tersebut dalam kerangka Strength and weakness perusahaan.tahapnya adalah :

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom1.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 ( paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarakan pengaruh faktor- faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total1,00.)
- 3) Hitung ranting (dalam kolom3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 4 (outstanding) sampai dengan 1(poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yangmasukkategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibanding dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata

- industri, nilainya adalah 4
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dengan kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor)
  - 5) Gunakan kolom 5 untuk komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung
  - 6) Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh skor total pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainya dalam kelompok industri yang sama

Tabel 3.2 IFAS

<b>FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>BOBOT X RATING</b>
<b>KEKUATAN</b>			
1. Kekuatan1	0,15	4	0,60
2. Kekuatan2	0,15	4	0,60
3. Kekuatan3	0,10	4	0,40
4. Kekuatan4	0,05	3	0,15
5. Kekuatan5	0,15	3	0,45
<b>KELEMAHAN</b>			
1. Kelemahan1	0,05	2	0,10
2. Kelemahan2	0,05	2	0,10
3. Kelemahan3	0,15	1	0,30
4. Kelemahan4	0,10	1	0,10
5. Kelemahan5	0,05	1	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,85</b>

( Sumber: Rangkuti, 2017:27-28 )



*“Sengaja halaman ini dikosongkan”*

