

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu metode yang disajikan dalam bentuk gambar, kata-kata dan tidak berupa angka.¹ Menurut Bog dan Taylor, yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif merupakan tahapan penelitian yang memperoleh data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dari pihak-pihak serta kejadian yang terjadi pada saat penelitian berlangsung.²

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada pemikiran *post positivism* yang bertujuan untuk mempelajari keadaan benda-benda alam, dimana peneliti menjadi instrumen kunci teknik pengumpulan data triangulasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.³ Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang keberadaan sosial seperti kelompok, individu, institusi, komunitas, serta lembaga.⁴

Sementara itu, penelitian deskriptif merupakan bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah ataupun rekayasa manusia. Tujuan dari penelitian deskriptif ini yaitu bertujuan untuk membuat pencandraan secara faktual, sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu.⁵ Menurut Patilima mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengungkap dalam pemecahan masalah yang ada pada kondisi sekarang ini

¹ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, Dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa Dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, Dan Humaniora* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002).

² Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000).

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011).

⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004).

⁵ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

berdasarkan data-data, menganalisis dan mengimplementasikannya.⁶

B. *Setting Penelitian*

1. Lokasi penelitian

Lokasi yang menjadi penelitian ini berada di Kabupaten Jepara. Lokasi tersebut dipilih karena Kabupaten Jepara memiliki potensi untuk menumbuhkan tingkat kewirausahaan yang lebih tinggi. Selain itu juga dapat memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang *credible* serta akurat yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam kesehariannya.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dimulai pada tanggal 19 Oktober 2021 sampai dengan selesai. Waktu penelitian ini dilaksanakan kurang lebih dalam kurun waktu lamanya satu bulan.

C. *Sumber Data*

Data merupakan kumpulan dari fakta atau bukti yang disajikan untuk tujuan tertentu. Dalam pelaksanaan penelitian data menjadi bagian terpenting karena dalam penelitian untuk memecahkan suatu masalah bergantung pada keakuratan data yang diperoleh.⁷

Sedangkan sumber data penelitian merupakan suatu cara dalam pengambilan data yang diperoleh, jika dalam pengambilan sumber data dengan melakukan wawancara maka seseorang yang menjadi sumber datanya yang disebut sebagai informan (orang yang menjawab pertanyaan baik dilakukan secara tertulis atau lisan), sedangkan jika melakukan observasi, sumber data yang diperoleh berupa benda bergerak maupun proses sesuatu, tetapi jika sumber datanya melakukan dokumentasi maka sebuah catatan yang menjadi sumber datanya.⁸ Dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan sumber data antara lain, yaitu:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek tempat penelitian untuk mendapatkan informasi. dengan menggunakan alat ukur data. Dalam penelitian ini,

⁶ Hami Patilima, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005).

⁷ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002).

peneliti menggunakan wawancara dan observasi langsung.⁹ Oleh karena itu, data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang diperoleh dari melakukan wawancara dengan informan, pelaku UMKM yang melakukan aktivitas sehari-hari dalam berbisnis, dan hasil observasi lapangan berdasarkan keadaan tempat usahanya dan kegiatan sehari-hari di mana dalam mengembangkan keterampilan mengukir kaligrafi di Jati Prestasi.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui orang lain dan tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber penelitiannya. Data sekunder ini berupa data dokumentasi serta data laporan yang tersedia. Adapun data sekunder ini yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data karyawan yang bekerja di Jati Prestasi, foto-foto pelaksanaan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto teknik pengumpulan data adalah prosedur yang diterapkan peneliti dalam mengumpulkan data dan teknik ini menunjukkan sesuatu yang abstrak dan tidak nyata dengan objek yang terlihat, tetapi dapat diperlihatkan kepada penggunanya. Tujuan utama dalam teknik pengumpulan data ini adalah memperoleh data dan teknik ini merupakan langkah yang strategi dalam melakukan penelitian. Tanpa melakukan teknik ini maka peneliti tidak dapat memperoleh data yang ideal dan akurat.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang terjadi pada objek yang diteliti.¹⁰ Observasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, dan segala sesuatu yang dilihat dan didengar menurut tema penelitian yang dicatat dalam kegiatan observasi yang direncanakan secara terbuka dan fleksibel.¹¹ Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

⁹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*.

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.

¹¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008).

observasi langsung, dimana peneliti melakukan penelitian, mengamati, dan mencatat di tempat penelitian, dan peneliti sendiri terlibat langsung dalam penelitian ini. Observasi langsung ini dilakukan peneliti untuk mengoptimalkan data aktivitas keseharian pelaku UMKM Kerajinan Ukir di Jati Prestasi.

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua belah pihak, yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, dan berdasarkan tujuan tertentu.¹² Dalam hal ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, di mana seorang peneliti menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun.¹³

Dalam melakukan wawancara (*interview*), peneliti harus mampu menciptakan hubungan yang baik sehingga informan bersedia bekerja sama, dan merasa bebas berbicara serta dapat memberikan informasi yang sebenarnya. Teknik wawancara yang peneliti gunakan adalah secara terstruktur yaitu dengan menyusun terlebih dahulu beberapa pertanyaan yang akan disampaikan kepada informan. Hal ini dimaksudkan agar pembicara dalam wawancara lebih terarah dan fokus pada tujuan yang dimaksud serta menghindari pembicaraan yang tidak sesuai dengan tema penelitian. Selain itu, juga digunakan sebagai panduan umum dan dapat dikembangkan peneliti melalui pertanyaan yang muncul ketika kegiatan wawancara berlangsung.¹⁴

Metode wawancara peneliti yang digunakan untuk menggali data terkait pelaksanaan kegiatan keseharian pelaku UMKM Adapun informannya adalah, sebagai berikut:

- a. Pelaku *owner* untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan keseharian yang dilakukannya.
- b. Karyawan, untuk mendapatkan informasi data bagian-bagian *job desk* pekerjaannya.

¹² Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2013).

¹³ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.

- c. Pihak-pihak lain yang berkaitan dengan perolehan data dalam penelitian ini.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.¹⁵

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam kumpulan dokumen. Dalam penelitian sosial, data yang diperoleh dari dokumentasi lebih banyak digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.

Keuntungan atau kelebihan menggunakan metode dokumentasi sebagai alat pengumpulan data adalah:

- a. Lebih menghemat tenaga, biaya serta waktu, dan lebih tersusun dengan rapi.
- b. Peneliti mengambil data dari peristiwa yang lalu.
- c. Tidak ada alasan untuk lupa (kecuali dokumen hilang).
- d. Memudahkan dalam melakukan pengecekan.¹⁶

Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan data-data yang dimiliki oleh pelaku UMKM Kerajinan Ukir di Jati Prestasi yang sesuai dengan tema penelitian atau data-data visi dan misi serta kegiatan yang berhubungan dalam mengembangkan usaha kerajinan ukir kaligrafi di Jati Prestasi.

4. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memungkinkan kita untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Keputusan strategis suatu perusahaan harus memperhitungkan faktor internal, termasuk kelemahan dan kekuatan, dan faktor eksternal, termasuk ancaman dan peluang. Oleh karena

¹⁵ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*.

¹⁶ Ibid.

itu, ada pertimbangan penting saat melakukan analisis SWOT.¹⁷

Analisis SWOT ini merupakan suatu metode untuk merumuskan strategi bagi suatu perusahaan atau perusahaan perorangan, yang dapat bersifat nasional maupun multinasional. Langkah pertama yang dilakukan dalam pengambilan keputusan strategis adalah dengan memperkirakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT adalah pengidentifikasian prosedur sistematis dalam berbagai faktor-faktor kunci keberhasilan yang dimiliki perusahaan.¹⁸

b. Komponen Analisis SWOT

Analisis SWOT ini adalah salah satu alat analisis yang paling ampuh apabila digunakan secara benar dan tepat. SWOT adalah singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu organisasi termasuk bisnis tertentu, sedangkan peluang dan ancaman adalah faktor lingkungan yang terancam oleh organisasi, perusahaan, atau unit bisnis yang bersangkutan. Analisis SWOT dapat menjadi alat yang ampuh dalam melakukan analisis strategis, tetapi efektivitasnya sangat penting bagi pengambil keputusan strategi perubahan untuk memaksimalkan peran kekuatan dan mencapai peluang dengan meminimalkan kelemahan organisasi. Analisis SWOT ini terbukti berfungsi sebagai alat untuk mengurangi dampak ancaman yang terjadi dan mengatasi ancaman yang dihadapi. Jika para penentu strategi perusahaan dapat melakukan keduanya dengan cara yang ditargetkan, upaya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif biasanya menghasilkan hasil yang diharapkan.¹⁹

1) *Strength* (kekuatan) adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006).

¹⁸ Edward J. Blocher, et, al., *Manajemen Biaya* (Jakarta: Salemba Empat, 2007).

¹⁹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004).

atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan ini merupakan kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan dipasar. Kekuatan tersebut dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, kepemimpinan pasar, citra, hubungan pembeli dan pemasok serta faktor-faktor lain.

- 2) Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang secara signifikan dapat merusak efektivitas organisasi. Dalam hal ini, fasilitas seperti sumber daya keuangan, keterampilan manajemen, pemasaran, keterampilan, dan citra merek disertakan.
 - 3) Peluang adalah kondisi atau keadaan yang penting untuk menguntungkan lingkungan perusahaan. Masa sekarang ini yang mewakili sumber peluang adalah pengidentifikasi segmen pasar yang sampai sekarang diabaikan, perubahan dalam lingkungan persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, dan perubahan dalam hubungan pembeli yang mungkin menawarkan peluang kepada perusahaan.
 - 4) Ancaman (*threat*) adalah situasi atau keadaan yang tidak memungkinkan untuk memperoleh keuntungan dalam lingkungan perusahaan. Misalnya, adanya ancaman ini dapat mengganggu perusahaan atau perusahaan tidak menginginkan ancaman dari luar perusahaan terjadi. Contohnya, masuknya pesaing baru, meningkatnya daya tawar pembeli, melambatnya pertumbuhan pasar, perubahan teknologi, dan peraturan baru atau yang diperbaiki semuanya dapat mengancam keberhasilan perusahaan.²⁰
- c. Matriks SWOT

Analisis SWOT dapat dibagi menjadi 5 tahapan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mempersiapkan sesi SWOT.
- 2) Melakukan pengidentifikasi kekuatan dan kelemahan.
- 3) Melakukan pengidentifikasi peluang dan ancaman.

²⁰ Pearce Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian, Jilid 1* (Binarupa Aksara, 1997).

- 4) Melakukan perhitungan ranking terhadap kekuatan dan kelemahan.
- 5) Melakukan analisis kekuatan dan kelemahan.²¹
- d. Syarat-syarat dalam menentukan SWOT

Syarat-syarat yang dilakukan dalam menentukan SWOT untuk menghadapi persaingan bisnis adalah, sebagai berikut:

- 1) Perusahaan atau organisasi bergerak dalam bidang yang sama
- 2) Mempunyai skala usaha yang sama, antara, skala besar, menengah, kecil, atau mikro.

Matriks SWOT digunakan untuk menjelaskan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan sesuai dengan kekuatan dan kelemahannya. Matriks SWOT ini merupakan suatu alat kombinasi yang menggambarkan empat jenis strategi, yaitu: SO, WO, ST, dan WT. Rencana bisnis yang baik dengan metodologi SWOT dirangkum dalam Matriks SWOT yang dikembangkan oleh Kearns. Di bawah ini adalah tabel matriks SWOT, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Matriks SWOT

EFAS \ IFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
Opportunity (O) Menentukan 1-10 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi S-O Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mempertahankan peluang
Threat (T) Menentukan 1-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

²¹ Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen," *S. Pertanian* 1, no. 3 (2017): 224.

Keterangan:

- 1) Strategi S-O
Strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk meraih berbagai macam peluang-peluang yang ada diluar perusahaan.
 - 2) Strategi S-T
Strategi ini merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi suatu ancaman. Strategi S-T ini bertujuan untuk mengurangi kelemahan-kelemahan dari internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang yang berada di internal perusahaan.
 - 3) Strategi W-O
Penerapan strategi ini harus didasarkan pada pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
 - 4) Strategi W-T
Strategi ini didasarkan pada kegiatan preventif, kegiatan preventif ini diartikan melakukan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas guna untuk mengurangi segala bentuk ancaman maupun gangguan dalam menjalankan kegiatan usaha. Sehingga hal ini harus dilakukan dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.
- e. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)
Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal perusahaan dalam tabel IFAS, maka disusunlah faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. Di bawah ini adalah tabel pembobotan IFAS, sebagai berikut:²²

²² Freddy R. David, *Manajemen Strategis: Edisi 10* (Jakarta: Salemba Empat, 2006).

Tabel 5.1 Matriks IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Rasionalisasi
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)				
Sub Total				
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
Sub Total				
Total				

Tahapannya :

- 1) Pada kolom 1, dengan melakukan pengidentifikasi faktor-faktor yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).²³
- 3) Hitung skor untuk setiap faktor pada skala 4 (sangat baik) hingga 1 (buruk) berdasarkan dampak faktor tersebut terhadap kesehatan bisnis yang bersangkutan. Variabel positif (semua variabel dalam kategori kekuatan) diberi skor +1 hingga +4 (sangat baik) dibandingkan dengan rata-rata industri atau rata-rata industri atau pesaing utama. Variabel negatif, di sisi lain, adalah sebaliknya.
- 4) Kalikan bobot di kolom 2 dengan rating di kolom 3 untuk mendapatkan faktor bobot di kolom 4. Hasilnya adalah nilai pembobotan untuk setiap faktor mulai dari 4.0 (sangat baik) hingga 1.0 (buruk).

²³ Freddy Rangkyu, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21)* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003).

- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
 - 6) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.²⁴
- f. Matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*)

Contoh tabel pembobotan EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*), sebagai berikut :²⁵

Tabel 5.2 Matriks EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Rasionalisasi
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
Sub Total				
Ancaman (<i>Treats</i>)				
Sub Total				
Total				

Tahapannya:

- 1) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- 2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2 mulai dari 1,0 sangat penting sampai dengan 0,0 tidak penting. Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.

²⁴ Freddy Rangkuti, *SWOT Balance Scorecard* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

²⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

- 3) Hitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif peluang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1. Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya 1, sebaliknya jika ancamannya sedikit ratingnya 4.²⁶
 - 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 sampai dengan 1,0.
 - 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
 - 6) Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.²⁷
- g. Diagram SWOT

Pemilihan strategi dapat dilihat dari diagram SWOT di bawah ini, sebagai berikut:

1) Kuadran 1 (positif-positif)

Posisi di kuadran 1 ini menunjukkan organisasi dengan peluang yang kuat. Perusahaan memiliki kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.²⁸ Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu peningkatan, yang berarti bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi prima, jadi sangat berkemungkinan untuk terus melakukan perluasan dan memperbesar

²⁶ Freddy Rangkuti, *SWOT Balance Scorecard*.

²⁷ Ibid.

²⁸ Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21)*.

pertumbuhan serta dapat meraih kemajuan yang maksimal.

2) Kuadran 2 (positif-negatif)

Posisi kuadran 2 menunjukkan bahwa perusahaan sedang menghadapi tantangan besar. Salah satu cara dalam mengatasi atau mengurangi tantangan yang tengah dihadapi yaitu dengan cara melakukan diversifikasi strategi. Dalam hal ini kemungkinan perusahaan akan mengalami kesulitan dan apabila hanya bergantung pada strategi yang sebelumnya akan terus berputar dalam menghadapi kesulitan tersebut. Dengan hal tersebut perlunya memperbanyak berbagai ragam cara untuk mengatasi berbagai kesulitan yang akan terjadi.

3) Kuadran 3 (negatif-positif)

posisi kuadran 3 menunjukkan bahwa kondisi perusahaan sedang berada dalam kondisi yang tidak stabil tetapi masih memiliki peluang. Saran yang diberikan jika perusahaan berada di kuadran 3 adalah dengan cara memperbaharui strategi yang lama dengan yang baru serta memperbaiki kinerja perusahaan.²⁹ Dalam hal ini perusahaan memfokuskan strategi untuk meminimalisir hambatan yang berasal dari dalam perusahaan sehingga bisa meraih peluang pasar yang lebih baik.³⁰

4) Kuadran 4 (negatif-negatif)

Kondisi di kuadran 4 ini menunjukkan bahwa perusahaan sedang berada di kondisi yang lemah dan berada dalam tantangan yang berat. Saran yang diberikan jika perusahaan berada pada kuadran 4 berupa strategi bertahan. Strategi bertahan ini dimaksudkan bahwa keadaan internal perusahaan berada pada pilihan yang sulit dan berat, sehingga perusahaan disarankan agar dapat mengontrol kinerja internal perusahaan sehingga perusahaan terus berjalan dengan baik dan tidak semakin terpuruk serta diupayakan untuk terus memperbaiki diri agar

²⁹ Adam Mustaqim, *Strategi Pengembangan Bisnis Korporasi Perusahaan Ash-Shaff Group* (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: Skripsi, 2015).

³⁰ Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21)*.

bisa mempertahankan perusahaan sehingga terus berkembang dan maju.³¹



³¹ Adam Mustaqim, *Strategi Pengembangan Bisnis Korporasi Perusahaan Ash-Shaff Group*.