

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Sebuah penelitian diperlukan tatacara untuk melakukannya. Hal itu disebut dengan metode penelitian. Menurut Syafrida (2021) Metode penelitian adalah langkah atau kegiatan dalam informasi sehingga memperoleh data agar bisa diolah dan dianalisis. Artinya metode penelitian adalah bagaimana peneliti membuat gambaran secara komprehensif. Metode penelitian atau ilmiah merupakan langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah.

Definisi lain yang dikemukakan oleh John Ward Creswell dalam Muhammad Rizal Pahleviannur (2022) Menjelaskan bahwa metode penelitian merupakan prosedur sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Metode penelitian dapat melibatkan pengumpulan data kualitatif maupun kuantitatif atau campuran, serta berbagai teknik analisis data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode penelitian juga mencakup langkah-langkah yang harus dilakukan untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi sebuah penelitian dengan tujuan untuk mencapai hasil yang valid dan reliabel. Metode penelitian dapat berbeda-beda tergantung pada disiplin ilmu dan jenis penelitian yang dilakukan. Artinya, Metode penelitian merupakan serangkaian langkah-langkah

yang sistematis dan terstruktur untuk melakukan sebuah penelitian sehingga dapat menghasilkan ilmu pengetahuan yang diinginkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan kajian kepustakaan atau dengan metode studi literatur, dimana data didapatkan dari hasil-hasil studi terdahulu serta mempunyai tujuan dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan, hasil wawancara, dan observasi terhadap sampel perusahaan pengolah limbah padat industri tekstil. untuk kemudian dianalisis dan disajikan.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

Upaya meningkatkan efisiensi waktu penelitian, diperlukan sebuah sampel yang mewakili populasi yang diteliti. David Kaplan dalam Henny Syapitri (2021) mendefinisikan populasi sebagai seluruh kumpulan individu atau unit yang relevan dengan penelitian yang ingin dilakukan. Populasi adalah totalitas elemen yang ingin kita pahami dan yang menjadi fokus dari penyelidikan. Sedangkan Sampel adalah subset dari populasi yang dipilih dengan metode tertentu untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh dari sampel dapat diterapkan atau digeneralisasikan ke populasi secara keseluruhan.

Penelitian ini memiliki populasi yang diambil merupakan jumlah keseluruhan perusahaan pengolah limbah padat atau rongsok dari industri tekstil di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung yang sudah berbadan usaha maupun UMKM yang berjumlah 13 perusahaan. (BPS Kab. Bandung, 2023). Lalu

perusahaan pengolah limbah padat atau rongsok dari industri tekstil di yang sudah berbadan usaha maupun umkm yang dijadikan objek penelitian (sampel) berjumlah empat perusahaan, yaitu CV. Mugijaya, UD. Pelita Utama, PD. Rizky Mandiri, dan Bank Sampah Bersinar. Alasan pemilihan keempat perusahaan tersebut untuk dijadikan sampel adalah karena perusahaan CV. Mugijaya merupakan *pioneer* dalam dunia bisnis pengolahan limbah padat tekstil di kecamatan Majalaya yang sudah berdiri lebih dari 20 tahun. Lalu untuk UD. Pelita Utama dan PD. Rizky Mandiri merupakan usaha-usaha mikro di bidang pengolahan limbah padat tekstil dengan prospek yang menjanjikan, karena keduanya saling bersaing dan memiliki kerja sama dengan CV. Mugijaya. Kemudian untuk Bank Sampah Bersinar merupakan sebuah perusahaan pengolahan limbah padat yang cukup besar yang dijadikan sebagai perusahaan pembanding dalam penelitian ini, berstatus sebagai perusahaan dengan memiliki belasan hingga puluhan karyawan, gudang yang luas, dan sistem pemasaran digital yang terpadu serta terstruktur. Sehingga diharapkan data-data yang didapatkan nantinya hasil analisis dalam penelitian ini akan merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan diharapkan dapat membantu perintis atau pengepul perseorangan serta UMKM dalam usaha pengolahan limbah padat tekstil seperti UD. Pelita Utama dan PD. Rizky Mandiri untuk mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Selain itu mobilitas keempat perusahaan ini sangat baik karena terletak di sekitar kawasan industri tekstil Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung.

### 3.3 Operasionalisasi Parameter

Penelitian kualitatif memerlukan panduan untuk mengumpulkan data-data yang menunjang penelitian sehingga setiap variabel yang tersedia dapat terjawab dengan jelas. Menurut Wuri Novarinda (2017) Operasional parameter adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan bagaimana mengukur suatu variabel atau konsep definisi operasional tersebut membantu kita untuk mengklasifikasi gejala disekitar kedalam kategori khusus. Operasionalisasi parameter mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Operasionalisasi parameter bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti berupa menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian dan hal-hal yang dianggap penting dalam penelitian. Keterangan atau informasi yang dapat menjelaskan batas-batas atau bagian-bagian tertentu dari suatu sistem. Operasionalisasi parameter mencakup dua komponen utama:

1. Definisi Konseptual: Menyediakan penjelasan yang jelas dan mendalam mengenai makna dari konsep yang diteliti. Ini adalah tahap di mana peneliti menggambarkan secara teori apa yang dimaksud dengan parameter tersebut.
2. Definisi Operasional: Menentukan cara-cara spesifik untuk mengukur atau mengamati konsep tersebut dalam konteks penelitian. Ini termasuk menetapkan indikator-indikator yang tepat dan alat pengukuran yang akan digunakan, sehingga parameter yang dimaksud dapat diukur secara kuantitatif atau kualitatif.

Proses ini penting karena memastikan bahwa konsep abstrak dapat diterjemahkan menjadi data empiris yang dapat dianalisis. Dengan demikian, operasionalisasi parameter membantu dalam menjamin validitas dan reliabilitas pengukuran dalam penelitian, serta memungkinkan pengujian hipotesis yang lebih akurat. Adapun operasionalisasi parameter pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Parameter**

<b>NO.</b>	<b>RUMUSAN MASALAH</b>	<b>ASPEK KAJIAN</b>	<b>SUMBER INFORMASI</b>	<b>TEKNIK PENGUMPULAN DATA</b>
1.	Bagaimana gambaran umum pengolahan limbah padat industri tekstil?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi &amp; teknologi yang digunakan dalam pengelolaan limbah padat pada Industri Tekstil di Kecamatan Majalaya.</li> <li>2. Tanggung Jawab dan regulasi untuk Industri Tekstil yang ada di Kecamatan Majalaya terhadap lingkungan sekitar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bandung.</li> <li>2. CV. Mugijaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wawancara Mendalam</li> <li>2. Observasi.</li> <li>3. Studi Literatur</li> </ol>
2.	Apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai ekonomi dan kondisi pasar di industri pengolahan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi pasar (<i>Supply and Demand</i>).</li> <li>2. Harga Produksi dan Harga jual produk.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. CV. Mugijaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wawancara Mendalam</li> <li>2. Observasi.</li> </ol>

NO.	RUMUSAN MASALAH	ASPEK KAJIAN	SUMBER INFORMASI	TEKNIK PENGUMPULAN DATA
	limbah padat tekstil?			
3.	Apa saja hambatan dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran di industri pengolahan limbah padat tekstil?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hambatan Regulasi</li> <li>2. Persaingan Pasar</li> <li>3. Keterbatasan Teknologi</li> <li>4. Keterbatasan Modal</li> <li>5. Anarkisme dan Premanisme.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PD. Rizky Mandiri</li> <li>2. UD. Pelita Mandiri</li> <li>3. Pengepul limbah padat industri tekstil</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wawancara Mendalam</li> <li>2. Observasi.</li> </ol>
4.	Bagaimana cara untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan untuk merumuskan strategi pemasaran di industri pengolahan limbah padat tekstil?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Riset Pasar berupa analisis Penerapan Model <i>Segmenting, Positioning, Targeting</i> pada perusahaan pengolah limbah padat industri tekstil.</li> <li>2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) perusahaan pengolah limbah padat industri tekstil.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PD. Rizky Mandiri</li> <li>2. UD. Pelita Utama</li> <li>3. CV. Mugijaya</li> <li>4. Bank Sampah Bersinar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wawancara Mendalam</li> <li>2. Observasi</li> <li>3. Studi Literatur.</li> </ol>
5.	Bagaimana cara mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>) dengan EFAS (<i>External</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PD. Rizky Mandiri</li> <li>2. UD. Pelita Utama</li> <li>3. CV. Mugijaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wawancara Mendalam</li> <li>2. Observasi</li> <li>3. Studi Literatur.</li> </ol>

NO.	RUMUSAN MASALAH	ASPEK KAJIAN	SUMBER INFORMASI	TEKNIK PENGUMPULAN DATA
	perusahaan di industri pengolahan limbah padat tekstil?	<i>Factor Analysis Summary) &amp; IFAS (Internal Factor Analysis Summary).</i>	4. Bank Sampah Bersinar.	

### 3.4 Teknik Pengumpulan data

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode yang terdiri dari Studi Lapangan (*Field Research*) dan Kajian Kepustakaan (*Library Research*).

#### 1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan adalah metode penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi atau lingkungan tempat fenomena yang diteliti berlangsung. Dalam penelitian ini, peneliti terlibat secara aktif di lapangan untuk mengumpulkan data primer secara langsung dari sumber-sumber aslinya, seperti individu, kelompok, atau lingkungan fisik tertentu, yaitu dengan cara melakukan:

##### a. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan oleh pewawancara kepada narasumber terkait informasi yang relevan dengan penelitian ini. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada praktisi ahli (pemilik perusahaan dan karyawan) serta perwakilan regulator lingkungan hidup

(pegawai dinas lingkungan hidup Kabupaten Bandung). Wawancara dilakukan berdasarkan operasionalisasi parameter dan pedoman wawancara kemudian wawancara dilakukan di rumah narasumber, gudang masing-masing perusahaan, dan kantor dinas lingkungan hidup Kabupaten Bandung.

b. Observasi

Yaitu, melakukan penelitian secara cermat dengan melakukan tinjauan atau pengamatan langsung ke tempat gudang perusahaan-perusahaan pengolah limbah padat tekstil yang ada di kecamatan majalaya yaitu CV. Mugijaya, UD. Pelita Utama, dan PD. Rizky Mandiri sebagai objek penelitian serta Bank Sampah Bersinar sebagai perusahaan pembanding. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data yang asli/otentik terkait dengan masalah pemasaran yang berdampak kepada daya saing perusahaan.

2. Kajian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber yang merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat teoritis. Dengan ini penulis dapat memperoleh data sekunder yang bermanfaat diantaranya yaitu dengan mempelajari buku-buku pedoman, literatur-literatur, catatan-catatan kuliah, dokumen-dokumen perusahaan, internet dan data-data perusahaan yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing

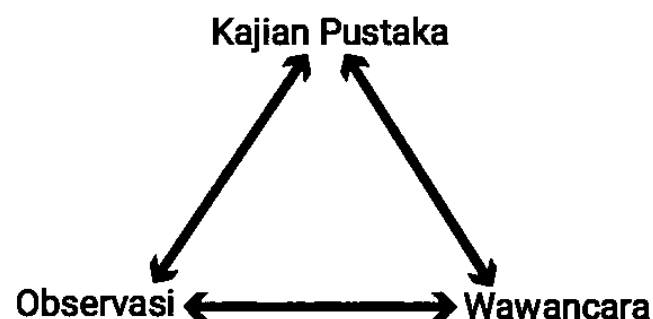


perusahaan. Penelitian kepustakaan digunakan sebagai landasan untuk menganalisis masalah-masalah serta sebagai pedoman untuk melakukan studi penelitian lapangan. penelitian dengan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Kepustakaan ini juga data sekunder. Data Sekunder adalah data yang telah diolah sebelumnya oleh sumber lain, atau data yang didapatkan dari sumber lain yang telah dipublikasikan, seperti jurnal, buku, artikel, atau data dari perusahaan yang telah diolah. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer atau untuk memperkaya informasi.

Menurut Ardiansyah (2023:17), pendekatan sistematis dalam Kajian Kepustakaan melibatkan beberapa tahapan penting yang harus diikuti dengan ketelitian, antara lain: pengembangan protokol penelitian, pencarian literatur yang komprehensif melalui sumber-sumber terpercaya, evaluasi kualitas literatur yang dipilih, serta analisis dan sintesis temuan yang didapatkan dari berbagai sumber literatur yang relevan. Pengumpulan data berbasis Kajian Kepustakaan akan difokuskan pada fenomena yang berhubungan dengan strategi pemasaran dan upaya peningkatan daya saing perusahaan. Data yang dikumpulkan akan mencakup hasil penelitian terdahulu, studi empiris, serta kajian teoritis yang sejalan dengan tema penelitian. Kajian ini bertujuan untuk menempatkan penelitian dalam konteks akademis yang lebih luas, sehingga peneliti dapat memahami berbagai pandangan, pendekatan, dan metode yang telah digunakan oleh peneliti lain terkait strategi pemasaran. Selain itu, hasil dari Kajian Kepustakaan ini akan dipadukan dengan

data primer yang diperoleh melalui metode wawancara dan observasi langsung atau studi lapangan terhadap perusahaan sampel (objek penelitian). Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana penerapan strategi pemasaran yang sudah diuraikan dalam literatur relevan bisa diimplementasikan dalam konteks nyata pada perusahaan yang menjadi objek penelitian. Wawancara dengan pihak-pihak terkait di perusahaan sampel akan memberikan wawasan langsung mengenai dinamika internal perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan daya saing, sementara observasi akan memberikan data tentang bagaimana strategi pemasaran diterapkan di lapangan.

Kombinasi hasil kajian dari berbagai sumber literatur serta wawancara dan observasi lapangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi pemasaran berbasis riset pasar dalam meningkatkan daya saing perusahaan di industri pengolahan limbah padat tekstil. Kajian ini juga akan membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap keberhasilan strategi pemasaran serta menemukan peluang perbaikan yang dapat diterapkan oleh perusahaan di masa depan.



**Gambar 3.1**  
**Teknik Pengumpulan Data**  
**Sumber: Ardiansyah (2023)**

### **3.3.1 Identifikasi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)**

Identifikasi STP memberikan fondasi yang solid untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan terarah. Ini membantu perusahaan untuk memahami pasar mereka dengan lebih baik, memfokuskan upaya pemasaran pada segmen yang paling berpotensi, dan mengembangkan positioning yang membedakan mereka dari pesaing. Menurut Philip Kotler & Kevin Keller dalam *Manajemen Pemasaran*, (2019) *Segmenting, Targeting, dan Positioning* adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. *Segmentation* melibatkan identifikasi dan pengelompokan konsumen berdasarkan berbagai variabel seperti demografi (Faktor seperti usia, jenis kelamin, atau pendapatan), geografi (Berdasarkan lokasi geografis (negara, wilayah, dsb.)), psikografi (Fokus pada sifat kepribadian yang terkait dengan keputusan pembelian), dan perilaku (Berdasarkan pola pembelian atau saluran belanja yang disukai). *Targeting* adalah evaluasi segmen yang telah diidentifikasi dan memutuskan segmen mana yang akan menjadi fokus pemasaran. *Positioning* adalah menciptakan persepsi unik di benak konsumen tentang produk atau layanan, yang membedakannya dari kompetitor.

### 3.3.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran mereka. Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen utama: *product* (produk) yaitu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Ini mencakup segala aspek yang berkaitan dengan fitur, desain, kualitas, merek, dan kemasan produk. Produk harus dirancang dengan mempertimbangkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan dan bagaimana produk tersebut memenuhi kebutuhan pasar. *Price* (harga) yaitu jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Penetapan harga melibatkan strategi harga yang mencakup biaya produksi, nilai produk, harga pasar, dan daya beli pelanggan. Harga juga mempengaruhi persepsi nilai produk dan dapat berdampak pada keputusan pembelian serta posisi produk di pasar. *Place* (tempat/distribusi) yaitu tempat atau distribusi mencakup saluran dan metode yang digunakan untuk mengantarkan produk dari produsen ke konsumen akhir. Ini mencakup pemilihan saluran distribusi, lokasi distribusi, dan manajemen persediaan. Distribusi yang efisien memastikan bahwa produk tersedia di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat untuk memudahkan akses pelanggan., dan *Promotion* (promosi) yaitu semua aktivitas yang dilakukan untuk mengkomunikasikan manfaat produk kepada pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian.

### 3.3.3 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan struktur atau kerangka yang digunakan oleh peneliti untuk memastikan bahwa semua aspek penting dari topik penelitian dicakup selama wawancara. Pedoman wawancara digambarkan sebagai daftar pertanyaan atau poin diskusi yang dibuat oleh peneliti sebelum wawancara. Pedoman ini bertujuan untuk memberikan struktur pada wawancara sambil memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi tanggapan peserta secara lebih mendalam dan mengembangkan pertanyaan lanjutan berdasarkan jawaban mereka. (Kenneth Bordens & Bruce Abbott dalam Hardani, 2020). Berikut merupakan pedoman wawancara yang dilakukan sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

**Tabel 3.2 Pedoman Wawancara**

Narasumber	Daftar Pertanyaan
1. Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bandung  Bapak Derry Satria, A.Md.	1. Bagaimana proses pengolahan limbah padat tekstil yang dilakukan di Kecamatan Majalaya? 2. Apa status keadaan lingkungan terkait banyaknya pabrik tekstil di Kecamatan Majalaya? 3. Apa saja regulasi yang harus dipatuhi dalam pabrik tekstil untuk mengelola limbahnya? 4. Bagaimana tanggung jawab perusahaan tekstil yang ada di Majalaya terhadap lingkungan sekitar dalam pengelolaan limbah padat tekstil? 5. Bagaimana pandangan anda terkait bisnis pengolahan limbah padat tekstil (rongsok) yang banyak terjadi di Kecamatan Majalaya dan sekitarnya?
1. CV. Mugijaya, Bapak Dadan Kurnia (Pemilik).	Pertanyaan tahap 1: 1. Bagaimana proses pengumpulan dan penjualan limbah padat tekstil yang Anda lakukan? 2. Apakah ada teknologi tertentu yang Anda gunakan dalam proses pengumpulan limbah padat tekstil? 3. Bagaimana kondisi pasar ( <i>supply and demand</i> ) untuk limbah padat tekstil yang Anda kumpulkan?

Narasumber	Daftar Pertanyaan
2. UD. Pelita Utama, Bapak Adhitia Ramadhan (Pemilik).	4. Apa saja faktor yang mempengaruhi harga jual limbah padat tekstil yang Anda kumpulkan? 5. Apakah regulasi lingkungan hidup yang ada menjadi sebuah hambatan yang anda hadapi dalam menjalankan bisnis ini? 6. Bagaimana persaingan pasar mempengaruhi bisnis Anda?
3. PD. Rizky Mandiri, Bapak Rizky Fauzi (Pemilik)	7. Hambatan dan tantangan apa yang biasanya anda atau karyawan anda hadapi dalam operasional sehari-hari?  Pertanyaan tahap 2
4. Pengepul, Bapak Muhamad Fadillah (Praktisi)	1. Apakah anda menggunakan strategi pemasaran terpadu yang didasarkan teori dalam ilmu pemasaran? 2. Bagaimana Anda menentukan segmen pasar, target pasar, dan posisi perusahaan untuk bisnis limbah padat tekstil anda? 3. Bagaimana anda menggunakan strategi bauran pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) untuk bisnis limbah padat tekstil anda? 4. Bagaimana Anda melakukan analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> ) untuk bisnis Anda? 5. Bagaimana Anda mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah Anda terapkan?

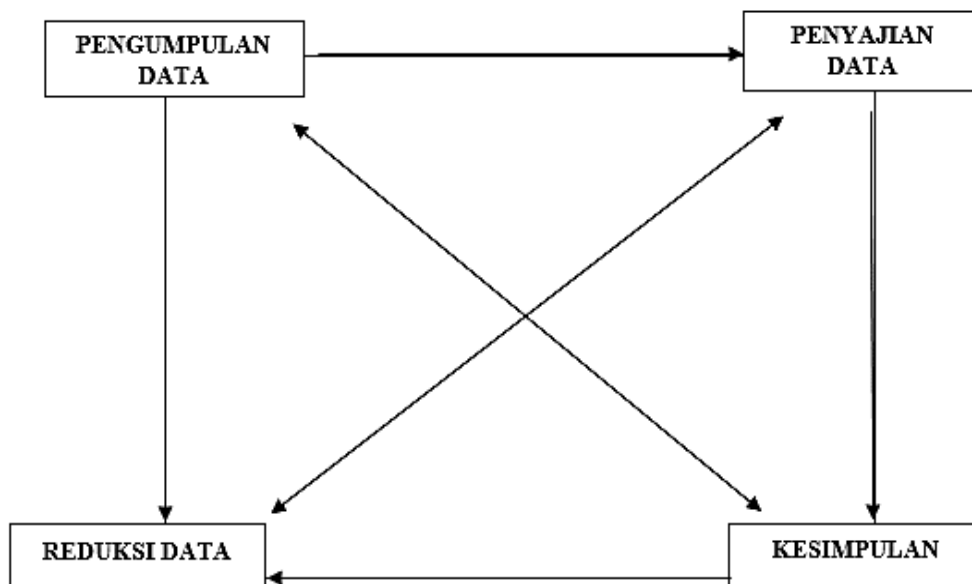
### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik analisis dengan menggunakan model interaktif Miles & Huberman atau disebut juga metode triangulasi dan matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dengan analisis EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*).

#### 1. Triangulasi

Merupakan teknik analisis data yang terdiri dari empat tahapan, yaitu:

- a. Pengumpulan data (melalui studi literatur mengenai bisnis pengolahan limbah padat industri tekstil, strategi pemasaran, riset pasar, dan peningkatan daya saing perusahaan),
- b. Reduksi data (analisis literatur jurnal maupun artikel ilmiah yang relevan dan dapat diangkat ke dalam penelitian ini),
- c. Penyajian data (data disajikan melalui presentasi dari perbandingan-perbandingan hasil penelitian dari artikel atau jurnal yang telah diangkat sehingga dapat disimpulkan),
- d. Penarikan kesimpulan (data yang telah dikumpulkan dan dianalisis disimpulkan strategi pemasaran yang berbasis riset pasar apa paling efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Adapun secara jelas dapat diperhatikan melalui gambar berikut:



**Gambar 3.2**  
**Teknik Analisis Triangulasi Data**  
**Sumber: Diolah Penulis**

2. Matriks SWOT dengan analisis IFAS dan EFAS

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Dengan kata lain, matriks SWOT dapat digunakan untuk menentukan keputusan atau kebijakan strategis perusahaan, membantu dalam perencanaan jangka panjang, dan memastikan perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis secara efektif. Berikut merupakan tahapan dalam Analisis Matriks SWOT dengan IFAS dan EFAS:

**1. *Weight* (Pembobotan)**

Pembobotan adalah tingkat kepentingan atau pengaruh dari masing-masing faktor terhadap perusahaan. Bobot ini biasanya diberikan dalam skala 0 hingga 1, di mana total bobot seluruh faktor harus mencapai 1 atau 100%.

**Menentukan Pembobotan:**

1. Mengidentifikasi semua faktor eksternal (untuk EFAS) dan faktor internal (untuk IFAS) yang relevan.
2. Menentukan kepentingan relatif dari setiap faktor.



3. Memberikan bobot yang mencerminkan pentingnya setiap faktor. Faktor yang lebih penting mendapatkan bobot yang lebih tinggi.
4. Memastikan total bobot semua faktor yang diidentifikasi sama dengan 1 (atau 100%).

## **2. *Rating* (Penilaian)**

Rating adalah skor yang diberikan pada setiap faktor untuk menunjukkan seberapa baik perusahaan saat ini menghadapi faktor tersebut. Skor ini biasanya diberikan dalam skala 1 hingga 4:

- a. **1** = Sangat buruk
- b. **2** = Buruk
- c. **3** = Baik
- d. **4** = Sangat baik

Untuk faktor peluang dan kekuatan, rating tinggi (3 atau 4) menunjukkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan atau mengelola faktor tersebut dengan baik. Untuk faktor ancaman dan kelemahan, *rating* tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengatasi atau mengurangi dampak faktor tersebut dengan baik.

### **Menentukan *Rating*:**

1. Mengevaluasi kinerja perusahaan terhadap setiap faktor.
2. Menilai seberapa baik perusahaan mengelola atau merespons setiap faktor.

3. Memberikan *rating* berdasarkan evaluasi tersebut.

### 3. *Weighted Score* (Skor Tertimbang)

Weighted score adalah hasil perkalian antara *weight* dan *rating* untuk setiap faktor. Ini memberikan gambaran tentang seberapa signifikan setiap faktor mempengaruhi perusahaan setelah mempertimbangkan kepentingannya dan kinerja perusahaan terhadap faktor tersebut.

#### **Menghitung Weighted Score:**

1. Mengalikan *weight* dengan *rating* untuk setiap faktor.
2. Menambahkan semua *weighted score* untuk mendapatkan *total weighted score*.

**Contoh:** Misalkan faktor "Pertumbuhan pasar" memiliki bobot 0.20 dan diberi *rating* 4. Maka,  $Weighted\ score = Weight \times Rating = 0.20 \times 4 = 0.80$ .

