

## Bab IV

### Pengumpulan dan Pengolahan Data

#### 4.1 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh dari data penelitian observasi, wawancara dan kuesioner. Untuk membuat langkah awal analisis SWOT serta mengambil keputusan, teknik pengumpulan data ini menggunakan pengumpulan data kuesioner sebanyak 15 sampel, yang membentuk dari masing-masing variabel SWOT. Tabel dibawah adalah indikator yang diberikan kepada responden yang membentuk variabel SWOT.

Tabel 4.1. Pernyataan Kuesioner Faktor Internal

No	Kekuatan	No	Kelemahan
S <sub>1</sub>	Lokasi CV. Idola Indonesia yang strategis	W <sub>1</sub>	Pekerjaan kurang sesuai dengan <i>job description</i>
S <sub>2</sub>	Memiliki tenaga kerja yang handal dalam hal membuat tas	W <sub>2</sub>	Moto belum dikenal secara luas oleh masyarakat
S <sub>3</sub>	Hubungan antar karyawan yang baik	W <sub>3</sub>	Pemilik masih dalam kekuatan utama pengambil keputusan
S <sub>4</sub>	Hubungan yang baik antar pesaing	W <sub>4</sub>	Mesin masih bergantung pada manusia
S <sub>5</sub>	Prasarana yang mencukupi (gedung, mesin dan alat transportasi)	W <sub>5</sub>	Variasi model produk masih sedikit
S <sub>6</sub>	Model produk yang sesuai dengan trend pasar	W <sub>6</sub>	Harga pesaing ada yang lebih murah
S <sub>7</sub>	Produk tahan lama	W <sub>7</sub>	Strategi promosi kurang variatif
S <sub>8</sub>	Harga sesuai dengan mutu produk	W <sub>8</sub>	Pemilik masih turun langsung ke penjualan
S <sub>9</sub>	Gedung yang dimiliki perusahaan merupakan gedung hak milik.	W <sub>9</sub>	Keuntungan yang didapat tidak optimal
S <sub>10</sub>	Kebijakan penjualan bisa langsung diputuskan (potongan harga, dsb)	W <sub>10</sub>	Struktur organisasi masih lemah
S <sub>11</sub>	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen	W <sub>11</sub>	Pendistribusian kiriman masih terdapat kendala apabila jadwal keberangkatan terlambat

Tabel 4.2. Pernyataan Kuesioner Faktor Eksternal

No	Peluang	No	Ancaman
O <sub>1</sub>	Adanya dukungan pemerintah dalam membantu perusahaan mikro	T <sub>1</sub>	Krisis ekonomi global
O <sub>2</sub>	Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini	T <sub>2</sub>	Kenaikan harga BBM
O <sub>3</sub>	Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini	T <sub>3</sub>	Semakin banyaknya perusahaan tas yang sejenis di kota Bandung
O <sub>4</sub>	Banyak peminat dari masyarakat sekitar terhadap produk tas CV. Idola Indonesia	T <sub>4</sub>	Perkembangan desain produk berkaitan dengan perubahan gaya hidup saat ini masih perlu diperhatikan
O <sub>5</sub>	Tingginya kegiatan bisnis	T <sub>5</sub>	Kenaikan harga bahan baku
O <sub>6</sub>	Kegiatan bisnis yang makin luas	T <sub>6</sub>	Teknologi pemasaran yang semakin berkembang menyebabkan pesaing meniru model produk
O <sub>7</sub>	Hubungan dengan pemasok yang baik	T <sub>7</sub>	Kegiatan promosi dan penawaran diskon yang menarik.
O <sub>8</sub>	Pangsa pasar cukup tinggi	T <sub>8</sub>	Persaingan harga yang kompetitif dengan kompetitor.

Ket : Pernyataan pada tabel 4.1 dan tabel 4.2 merupakan pernyataan sebelum melakukan perhitungan uji validitas dan reliabilitas data.

Pemberian nilai rating pada tabel pernyataan didasarkan pada keterangan berikut ini :

- a) Skala 4 : Jika faktor tersebut berpengaruh sangat kuat bagi perusahaan (sangat baik)
- b) Skala 3 : Jika faktor tersebut berpengaruh bagi perusahaan (baik)
- c) Skala 2 : Jika faktor tersebut kurang berpengaruh bagi perusahaan (cukup)
- d) Skala 1 : Jika faktor tersebut sangat kurang berpengaruh bagi perusahaan (kurang cukup)

#### 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas yaitu untuk menentukan apakah data responden dinyatakan valid atau tidak valid, sedangkan reliabilitas yaitu hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Uji validitas dan reliabilitas dengan jumlah sampel 15, nilai r tabel sebesar 0,514. Rumus menghitung r tabel =  $\sqrt{\frac{2}{N-2}}$  dengan N jumlah sampel, maka r tabel =  $\sqrt{\frac{2}{15-2}} = 0,514$ . Dilihat dari r tabel dengan taraf signifikan 5%, maka r tabel = 0,514

##### 1. Uji validitas

Berikut di bawah hasil uji validitas dengan menggunakan software SPSS

Tabel 4.3. Uji Validitas SPSS

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected if Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
s1	217.60	1812.257	.765	.745
s2	217.33	1811.095	.834	.745
s3	217.33	1805.667	.776	.744
s4	217.07	1814.210	.864	.745
s5	217.33	1806.810	.763	.744
s6	217.80	1828.171	.741	.747
s7	217.67	1824.095	.792	.746
s8	217.53	1810.124	.768	.744
s9	217.13	1819.838	.777	.746
s10	217.40	1805.257	.792	.744
s11	217.40	1808.400	.755	.744
w1	218.93	1856.352	.224	.751
w2	218.53	1846.410	.527	.750
w3	217.67	1815.238	.652	.745
w4	218.60	1846.971	.275	.750
w5	218.73	1871.781	.037	.754
w6	217.87	1814.410	.755	.745

Tabel 4.3. Lanjutan Uji Validitas SPSS

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
w7	217.93	1845.924	.383	.750
w8	218.00	1831.429	.453	.748
w9	218.93	1875.781	-.009	.754
w10	218.07	1819.352	.789	.746
w11	217.60	1822.257	.641	.746
o1	218.07	1860.067	.161	.752
o2	217.93	1831.781	.860	.747
o3	217.60	1820.686	.721	.746
o4	217.33	1817.238	.832	.745
o5	217.80	1819.457	.782	.746
o6	217.67	1830.810	.796	.747
o7	217.47	1822.981	.790	.746
o8	217.87	1837.267	.795	.748
t1	217.60	1826.829	.585	.747
t2	217.93	1819.352	.739	.746
t3	217.53	1823.981	.808	.746
t4	217.60	1828.829	.678	.747
t5	217.40	1823.543	.682	.746
t6	217.60	1812.257	.765	.745
t7	217.53	1833.695	.653	.748
t8	217.60	1834.400	.679	.748

Tabel 4.6 adalah tabel yang di input langsung dari SPSS yang merupakan hasil dari uji validitas. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka rangkuman hasil uji validitas dari variabel *Corrected Item-Total Correlation* tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.4. Rangkuman Hasil Uji Validitas

No soal pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
S <sub>1</sub>	0.765	0.514	Valid
S <sub>2</sub>	0.834	0.514	Valid
S <sub>3</sub>	0.776	0.514	Valid
S <sub>4</sub>	0.864	0.514	Valid
S <sub>5</sub>	0.763	0.514	Valid
S <sub>6</sub>	0.741	0.514	Valid
S <sub>7</sub>	0.792	0.514	Valid
S <sub>8</sub>	0.768	0.514	Valid
S <sub>9</sub>	0.777	0.514	Valid
S <sub>10</sub>	0.792	0.514	Valid
S <sub>11</sub>	0.755	0.514	Valid
W <sub>1</sub>	0.224	0.514	Tidak valid
W <sub>2</sub>	0.527	0.514	Valid
W <sub>3</sub>	0.652	0.514	Valid
W <sub>4</sub>	0.275	0.514	Tidak valid
W <sub>5</sub>	0.037	0.514	Tidak valid
W <sub>6</sub>	0.755	0.514	Valid
W <sub>7</sub>	0.383	0.514	Tidak valid
W <sub>8</sub>	0.453	0.514	Tidak valid
W <sub>9</sub>	-0.009	0.514	Tidak valid
W <sub>10</sub>	0.789	0.514	Valid
W <sub>11</sub>	0.641	0.514	Valid
O <sub>1</sub>	0.161	0.514	Tidak valid
O <sub>2</sub>	0.860	0.514	Valid
O <sub>3</sub>	0.721	0.514	Valid
O <sub>4</sub>	0.832	0.514	Valid
O <sub>5</sub>	0.782	0.514	Valid
O <sub>6</sub>	0.796	0.514	Valid
O <sub>7</sub>	0.790	0.514	Valid
O <sub>8</sub>	0.795	0.514	Valid
T <sub>1</sub>	0.585	0.514	Valid
T <sub>2</sub>	0.739	0.514	Valid
T <sub>3</sub>	0.808	0.514	Valid
T <sub>4</sub>	0.678	0.514	Valid
T <sub>5</sub>	0.682	0.514	Valid
T <sub>6</sub>	0.765	0.514	Valid
T <sub>7</sub>	0.653	0.514	Valid
T <sub>8</sub>	0.679	0.514	Valid

Dilihat dari tabel 4.7 ada beberapa pernyataan yang tidak valid, yaitu soal no W<sub>1</sub>, W<sub>4</sub>, W<sub>5</sub>, W<sub>7</sub>, W<sub>8</sub>, W<sub>9</sub>, dan O<sub>1</sub>. Maka, 7 pernyataan tersebut tidak digunakan lagi ke perhitungan selanjutnya karena dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji reliabilitas

Berikut di bawah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS

Tabel 4.5. Reliabilitas Statistik

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	39

Dari tabel tersebut diatas dapat di simpulkan bahwa uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar .753 atau 75.3%. Menurut kriteria Nunnally, apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 60%, maka kuesioner atau indikator tersebut dinyatakan reliabel. Sehingga, tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 75.3% > 60% dinyatakan reliabel.

Tabel 4.6. Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Dari Faktor Internal

No	Kekuatan	Rating			
		1	2	3	4
1	Lokasi CV. Idola Indonesia yang strategis	2	0	9	4
2	Memiliki tenaga kerja yang handal dalam hal membuat tas	1	1	5	8
3	Hubungan antar karyawan yang baik	2	0	4	9
4	Hubungan yang baik antar pesaing	1	0	3	11
5	Prasarana yang mencukupi (gedung, mesin dan alat transportasi)	2	0	4	9
6	Model produk yang sesuai dengan tren pasar	1	2	10	2
7	Produk tahan lama	1	1	10	3
8	Harga sesuai dengan mutu produk	2	0	7	6
9	Gedung yang dimiliki perusahaan merupakan gedung hak milik	1	0	4	10
10	Kebijakan penjualan bisa langsung diputuskan(potongan harga, dsb)	2	0	6	7
11	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen	2	0	5	8
No	Kelemahan				
1	Moto belum dikenal secara luas oleh masyarakat	3	8	4	0

Tabel 4.6. Lanjutan Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Dari Faktor Internal

No	Kekuatan	Rating			
		1	2	3	4
2	Pemilik masih dalam kekuatan utama pengambil keputusan	2	2	5	6
3	Harga pesaing ada yang lebih murah	2	2	8	3
4	Struktur organisasi masih lemah	2	3	9	1
5	Pendistribusian kiriman masih terdapat kendala apabila jadwal keberangkatan terlambat	1	3	6	5

Pada perhitungan tabel 4.3 adalah data jumlah responden yang mengisi skala nilai rating pada masing-masing pernyataan. Contoh pernyataan no 1 lokasi CV. Idola Indonesia yang strategis dengan jumlah responden yang mengisi nilai rating 1 ada 2 responden, nilai rating 2 ada 0 responden, nilai rating 3 ada 9 responden dan nilai rating 4 ada 4 responden yang mengisi.

Tabel 4.7. Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Dari Faktor Eksternal

No	Peluang	Rating			
		1	2	3	4
1	Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini	1	2	12	0
2	Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini	1	2	7	5
3	Banyak peminat dari masyarakat sekitar terhadap produk tas CV. Idola Indonesia	1	0	7	7
4	Tingginya kegiatan bisnis	2	0	11	2
5	Kegiatan bisnis yang makin luas	1	0	12	2
6	Hubungan dengan pemasok yang baik	1	0	9	5
7	Pangsa pasar cukup tinggi	1	1	13	0
No	Ancaman				
1	Krisis ekonomi global	1	2	6	6
2	Kenaikan harga BBM	2	2	9	2
3	Semakin banyaknya perusahaan tas yang sejenis di kota Bandung	1	0	10	4
4	Perkembangan desain produk berkaitan dengan perubahan gaya hidup saat ini masih perlu diperhatikan	1	1	9	4
5	Kenaikan harga bahan baku	1	1	6	7

Tabel 4.7. Lanjutan Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Dari Faktor Eksternal

No	Peluang	Rating			
		1	2	3	4
6	Teknologi pemasaran yang semakin berkembang menyebabkan pesaing meniru model produk	1	3	5	6
7	Kegiatan promosi dan penawaran diskon yang menarik	1	0	10	4
8	Persaingan harga yang kompetitif dengan competitor	1	0	11	3

Tabel 4.4 merupakan data hasil kuesioner yang dijumlahkan dari total rating yang sudah diisi oleh responden/karyawan yang contoh perhitungannya masih sama pada tabel 4.3.

### 4.3. Pengolahan Data

#### 4.3.1. Perhitungan Bobot

##### 4.3.1.1. Perhitungan Bobot Faktor Internal

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang kemudian perhitungan bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel perhitungan bobot faktor internal.

Tabel 4.8. Perhitungan Bobot Faktor Internal

No	Kekuatan	Pengolahan data kuisisioner	Bobot
1	Lokasi CV. Idola Indonesia yang strategis	46	0,06
2	Memiliki tenaga kerja yang handal dalam hal membuat tas	50	0,07
3	Hubungan antar karyawan yang baik	50	0,07
4	Hubungan yang baik antar pesaing	54	0,07
5	Prasarana yang mencukupi (gedung, mesin dan alat transportasi)	50	0,07



Tabel 4.8. Perhitungan Bobot Faktor Internal

No	Kekuatan	Pengolahan data kuisisioner	Bobot
6	Model produk yang sesuai dengan tren pasar	43	0,06
7	Produk tahan lama	45	0,06
8	Harga sesuai dengan mutu produk	47	0,06
9	Gedung yang dimiliki perusahaan merupakan gedung hak milik	53	0,07
10	Kebijakan penjualan bisa langsung diputuskan(potong harga, dsb)	49	0,07
11	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen	49	0,07
<b>Total kekuatan</b>		<b>536</b>	<b>0,73</b>
No	Kelemahan		
1	Moto belum dikenal secara luas oleh masyarakat	32	0,04
2	Pemilik masih dalam kekuatan utama pengambil keputusan	45	0,06
3	Harga pesaing lebih murah	42	0,06
4	Struktur organisasi masih lemah	39	0,05
5	Pendistribusian kiriman masih terdapat kendala apabila jadwal keberangkatan terlambat	46	0,06
<b>Total kelemahan</b>		<b>204</b>	<b>0,27</b>
<b>Total faktor internal</b>		<b>740</b>	<b>1,00</b>

Contoh perhitungan pengolahan data kuesioner dan bobot untuk faktor internal :

Faktor kekuatan pada No.1 didapat dari total jawaban 15 responden yaitu  $1+3+1+3+3+4+3+4+4+3+3+4+3+3+4 = 46$ , dan untuk perhitungan bobot pada faktor kekuatan No.1 didapat dari total jawaban 15 responden dibagi dengan total pengolahan data kuisisioner, contoh perhitungannya yaitu  $\text{Bobot} = \frac{46}{740} = 0,0621621622$  dibulatkan **0,06**.

#### 4.3.1.2. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

Pada perhitungan bobot faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan perusahaan ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel hasil perhitungan bobot faktor eksternal.

Tabel 4.9. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

No	Peluang	Pengolahan data kuisisioner	Bobot
1	Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini	41	0,06
2	Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini	46	0,07
3	Banyak peminat dari masyarakat sekitar terhadap produk tas CV. Idola Indonesia	50	0,07
4	Tingginya kegiatan bisnis	43	0,06
5	Kegiatan bisnis yang makin luas	45	0,07
6	Hubungan dengan pemasok yang baik	48	0,07
7	Pangsa pasar cukup tinggi	42	0,06
<b>Total peluang</b>		<b>315</b>	<b>0,46</b>
No	Ancaman		
1	Krisis ekonomi global	46	0,07
2	Kenaikan harga BBM	41	0,06
3	Semakin banyaknya perusahaan tas yang sejenis di kota Bandung	47	0,07
4	Perkembangan desain produk berkaitan dengan perubahan gaya hidup saat ini masih perlu diperhatikan	46	0,07
5	Kenaikan harga bahan baku	49	0,07

Tabel 4.9. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

No	Peluang	Pengolahan data kuisisioner	Bobot
6	Teknologi pemasaran yang semakin berkembang menyebabkan pesaing meniru model produk	46	0,07
7	Kegiatan promosi dan penawaran diskon yang menarik	47	0,07
8	Persaingan harga yang kompetitif dengan competitor	46	0,07
<b>Total ancaman</b>		<b>368</b>	<b>0,55</b>
<b>Total faktor eksternal</b>		<b>683</b>	<b>1,00</b>

Contoh perhitungan pengolahan data kuesioner dan bobot dari faktor eksternal:

Faktor peluang pada No.1 didapat dari total jawaban 15 responden yaitu  $2+2+1+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3+3= 46$ , dan untuk perhitungan bobot pada faktor peluang No.1 didapat dari total jawaban 15 responden dibagi dengan total pengolahan data kuesioner, contoh perhitungannya yaitu  $\text{Bobot} = \frac{41}{683} = 0,0600292826$  dibulatkan **0,06**.

### 4.3.2. Perhitungan Bobot dan Rating Matriks

#### 4.3.2.1. Perhitungan Matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS)

Perhitungan matrik IFAS merupakan perhitungan untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik IFAS.

Tabel 4.10. Perhitungan Matrik *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Lokasi CV. Idola Indonesia yang strategis	0,06	3	0,18
2	Memiliki tenaga kerja yang handal dalam hal membuat tas	0,07	3	0,21
3	Hubungan antar karyawan yang baik	0,07	3	0,21
4	Hubungan yang baik antar pesaing	0,07	4	0,21
5	Prasarana yang mencukupi (gedung, mesin dan alat transportasi)	0,07	3	0,21
6	Model produk yang sesuai dengan tren pasar	0,06	3	0,18
7	Produk tahan lama	0,06	3	0,18
8	Harga sesuai dengan mutu produk	0,06	3	0,18
9	Gedung yang dimiliki perusahaan merupakan gedung hak milik	0,07	4	0,21
10	Kebijakan penjualan bisa langsung diputuskan (potongan harga, dsb)	0,07	3	0,21
11	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen	0,07	3	0,21
<b>Total kekuatan</b>		<b>0,73</b>		<b>2,19</b>
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Moto belum dikenal secara luas oleh masyarakat	0,04	2	0,08
2	Pemilik masih dalam kekuatan utama pengambil keputusan	0,06	3	0,18
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
3	Harga pesaing lebih murah	0,06	3	0,18
4	Struktur organisasi masih lemah	0,05	3	0,18
5	Pendistribusian kiriman masih terdapat kendala apabila jadwal keberangkatan terlambat	0,06	3	0,18
<b>Total kelemahan</b>		<b>0,27</b>		<b>0,80</b>
<b>Total faktor internal (IFAS)</b>		<b>1,00</b>		<b>2,99</b>

Contoh perhitungan bobot, rating dan skor kekuatan pada No.1 :

⇒ Perhitungan bobot untuk faktor kekuatan didapat dari total jawaban 15 responden dibagi dengan total perhitungan data kuesioner IFAS dilihat pada tabel 4.9 dengan hasil Bobot =  $\frac{46}{740} = \mathbf{0,06}$ .

⇒ Perhitungan rating untuk faktor peluang kekuatan didapat dari total jumlah jawaban 15 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Rating} = \frac{46}{15} = \mathbf{3}.$$

⇒ Perhitungan skor untuk faktor kekuatan didapat dari perkalian bobot dan Rating. Perhitungannya adalah :

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,06 \times 3 = \mathbf{0,18}.$$

#### 4.3.2.1. Perhitungan *Matriks Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS)

Perhitungan matrik EFAS sama halnya dengan matrik IFAS yaitu untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik EFAS. Nilai rating kekuatan dan kelemahan selalu bertolak belakang, begitu juga dengan peluang dan ancaman. Hasil analisis dari EFAS dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.11. Perhitungan Matrik *Eksternal Strategic Factor Analisis Summary* (EFAS)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini	0,06	3	0,18
2	Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini	0,07	3	0,21
3	Banyak peminat dari masyarakat sekitar terhadap produk tas CV. Idola Indonesia	0,07	3	0,21
4	Tingginya kegiatan bisnis	0,06	3	0,18

Tabel 4.11. Lanjutan Perhitungan Matrik *Eksternal Strategic Factor Analisis Summary* (EFAS)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
5	Kegiatan bisnis yang makin luas	0,06	3	0,18
6	Hubungan dengan pemasok yang baik	0,07	3	0,21
7	Pangsa pasar cukup tinggi	0,06	3	0,18
<b>Total peluang</b>		<b>0,45</b>		<b>1,35</b>
No	Ancaman			
1	Krisis ekonomi global	0,07	3	0,21
2	Kenaikan harga BBM	0,06	3	0,18
3	Semakin banyaknya perusahaan tas yang sejenis di kota Bandung	0,07	3	0,21
4	Perkembangan desain produk berkaitan dengan perubahan gaya hidup saat ini masih perlu diperhatikan	0,07	3	0,21
5	Kenaikan harga bahan baku	0,07	3	0,21
6	Teknologi pemasaran yang semakin berkembang menyebabkan pesaing meniru model produk	0,07	3	0,21
7	Kegiatan promosi dan penawaran diskon yang menarik	0,07	3	0,21
8	Persaingan harga yang kompetitif dengan competitor	0,07	3	0,21
<b>Total ancaman</b>		<b>0,55</b>		<b>1,65</b>
<b>Total faktor eksternal (EFAS)</b>		<b>1,00</b>		<b>3,00</b>

Contoh perhitungan bobot, rating dan skor peluang pada No.1 :

⇒ Perhitungan bobot untuk faktor peluang didapat dari total jawaban 15 responden dibagi dengan total perhitungan data kuesioner EFAS dilihat pada tabel 4.10 dengan hasil Bobot =  $\frac{41}{683} = 0,06$ .

⇒ Perhitungan rating untuk faktor peluang didapat dari total jumlah jawaban 15 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Rating} = \frac{41}{15} = 2,733333 \text{ dibulatkan } \mathbf{3}.$$

⇒ Perhitungan skor untuk faktor peluang didapat dari perkalian bobot dan Rating. Perhitungannya adalah :

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,06 \times 3 = \mathbf{0,18}.$$

Maka total hasil perhitungan skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut :

⇒ Total skor kekuatan (*strengths*) = 2,19.

⇒ Total skor kelemahan (*weaknesses*) = 0,80.

⇒ Total skor peluang (*opportunities*) = 1,35.

⇒ Total skor ancaman (*threats*) = 1,65.

#### 4.3.3. Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Dari hasil perhitungan pada faktor–faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar 4.1. Rumus untuk mencari titik koordinatnya yaitu sebagai berikut :

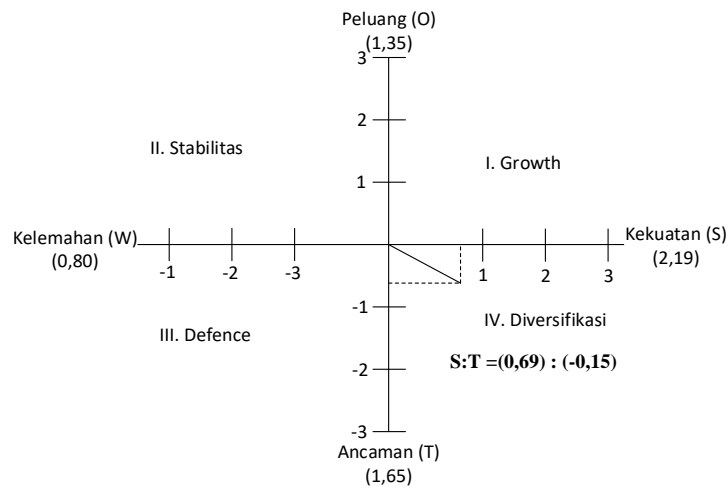
(x,y)

Untuk mencari koordinatnya, dapat dicari dengan cara sebaagi berikut :

- Koordinat analisis internal ; koordinat analisis eksternal

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Total skor kekuatan} - \text{total skor kelemahan}}{2}, \frac{\text{total skor peluang} - \text{total skor ancaman}}{2} \\ &= \frac{S-W}{2}; \frac{O-T}{2} \\ &= \frac{2,19-0,80}{2}; \frac{1,35-1,65}{2} \\ &= 0,69; -0,15 \end{aligned}$$

- Jadi, titik koordinatnya terletak pada (0,69 ; -0,15)



Gambar 4.1. Diagram *Cartesius* SWOT

**4.3.4. Matriks SWOT**

Alat yang dipakai untuk merumuskan alternatif strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Nilai total dari faktor internal dan eksternal dapat digambarkan pada diagram analisis SWOT serta rumus kombinasi matrik SWOT. Rumusan alternatif strategi merupakan alternatif yang digunakan untuk perusahaan yang menjalankan bisnis kedepannya. Berikut ini adalah hasil dari kombinasi matrik yang didapat dari indikator dan dilakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal.

Tabel 4.12. Kombinasi Strategi Matriks SWOT CV. Idola Indonesia

	<b>Strength (S) (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (W) (Kelemahan)</b>
<b>IFAS</b>	S1. Lokasi CV. Idola Indonesia yang strategis. S2. Memiliki tenaga kerja yang handal dalam hal membuat tas. S3. Hubungan antar karyawan yang baik. S4. Hubungan yang baik antara pesaing. S5. Prasarana yang mencukupi (gedung, mesin dan alat transportasi)	W1. Moto belum dikenal secara luas oleh masyarakat. W2. Pemilik masih dalam kekuatan utama pengambil keputusan. W3. Harga pesaing ada yang lebih murah. W4. Struktur organisasi masih lemah. W5. Pendistribusian kiriman masih terdapat kendala apabila jadwal keberangkatan terlambat.
<b>EFAS</b>	S6. Model produk yang sesuai dengan trend pasar S7. Produk tahan lama S8. Harga sesuai dengan mutu produk.	



Tabel 4.12. Lanjutan Kombinasi Strategi Matriks SWOT CV. Idola Indonesia

<p style="text-align: center;"><b>EFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p>	<b>Strength (S)</b> <b>(Kekuatan)</b>	<b>Weakness (W)</b> <b>(Kelemahan)</b>
	<p><b>Opportunity (O)</b>  <b>(Peluang)</b></p> <p>O1. Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini.</p> <p>O2. Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini.</p> <p>O3. Banyak peminat dari masyarakat sekitar terhadap produk tas CV. Idola Indonesia.</p> <p>O4. Tingginya tingkat kegiatan bisnis.</p> <p>O5. Kegiatan bisnis yang makin luas.</p> <p>O6. Hubungan dengan pemasok yang baik.</p> <p>O7. Pangsa pasar cukup tinggi.</p>	<p>S9. Gedung yang dimiliki perusahaan merupakan gedung hak milik.</p> <p>S10. Kebijakan penjualan bisa langsung diputuskan oleh pimpinan perusahaan (potongan harga, dsb).</p> <p>S11. Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen.</p> <p>a. Memaksimalkan lokasi yang strategis dalam pelayanan yang baik (S1, O3, O4, O5, O6, O7).</p> <p>b. Memiliki gedung sendiri menjadikan peluang untuk membuat order yang lebih banyak dari pelanggan (S9, S5, O3).</p> <p>c. Memberikan harga terjangkau demi meningkatnya kegiatan bisnis (S8, S11, O4, O5).</p> <p>d. Memaksimalkan tenaga kerja dan mesin yang dimiliki untuk membuat model produk yang sesuai trend dan harga yang terjangkau (S2, S6, S11, O1, O2).</p> <p>e. Memaksimalkan hubungan seluruh karyawan dengan pemasok untuk mendapatkan material yang berkualitas agar produk bisa tahan lama (S3, S8, S7, O6).</p> <p>f. Menawarkan potongan harga untuk menarik konsumen atau distributor (S10, O4, O5).</p> <p>g. Menjalani hubungan dengan pesaing untuk menumbuhkan perekonomian masyarakat sekitar (S4, O1, O3).</p>

<p><b>Threats (T)</b> <b>(Ancaman)</b></p> <p>T1. Krisis ekonomi global.</p> <p>T2. Kenaikan harga BBM.</p> <p>T3. Semakin banyaknya perusahaan tas yang sejenis di kota Bandung.</p> <p>T4. Perkembangan desain produk berkaitan dengan perubahan gaya hidup saat ini masih perlu diperhatikan.</p> <p>T5. Kenaikan harga bahan baku.</p> <p>T6. Teknologi pemasaran yang semakin berkembang menyebabkan pesaing meniru model produk.</p> <p>T7. Kegiatan promosi dan penawaran diskon yang menarik.</p> <p>T8. Persaingan harga yang kompetitif dengan kompetitor.</p>	<p>a. Memantau turunnaiknya nilai tukar rupiah, harga BBM yang berpengaruh terhadap harga bahan baku terutama yang diimpor dari luar negeri (S5, T1, T2, T5).</p> <p>b. Melakukan kerjasama yang baik untuk memuaskan konsumen agar mempercayakan kebutuhannya dalam perusahaan (S1, S2, S3, S7, S9, S10, S11, T3, T7).</p> <p>c. Melakukan inovasi segi model dan fungsi produk secara terus-menerus dengan harga yang sesuai (S6, S8, T4).</p> <p>d. Mengatasi pesaing agar tidak meniru model produk dengan mencantumkan <i>watermark</i> dan identitas jika akan menggugahnya pada laman internet (S4, S6, T6, T8).</p>	<p>a. Pemilik bertanggung jawab atas segala keputusan diperusahaan (W2, W4, T1, T2, T5, T6, T7).</p> <p>b. Melakukan promosi yang inovatif (W1, T7).</p> <p>c. Memberikan pelayanan maksimal dan harga yang terjangkau (W3, T8).</p> <p>d. Menjaga kualitas produk.</p> <p>e. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan/distributor jika ada keluhan. (W5).</p> <p>f. Mencari peluang untuk memasarkan produk ke berbagai daerah (W1, T3).</p>
--	---	---

Setelah melakukan matriks SWOT selanjutnya membuat analisis model kuantitatif sebagai dasar jumlah nilai skor pada tiap-tiap faktor yang ada pada masing-masing strategi S-O, W-O, S-T dan W-T. berikut adalah tabel model kuantitatif rumusan strategi.

Tabel 4.13. Matriks Perencana Kombinasi Strategi Kuantitatif

IFAS EFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi S-O : menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang = 3,54	Strategi W-O : meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang = 2,15
<i>Threats (T)</i>	Strategi S-T : menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman = 3,84	Strategi W-T : meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman = 2,45

- Contoh perhitungan untuk S-O :

$$\text{Total skor Strength (S) + total skor Opportunities (O) = 2,19 + 1,35 = 3,54}$$

- Perhitungan untuk W-O :

$$\text{Total skor Weakness (W) + total skor Opportunities (O) = 0,80 + 1,35 = 2,15}$$

- Perhitungan untuk S-T :

Total skor *Strength* (S) + total skor *Treaths* (T) = 2,19 + 1,65 = 3,84

- Perhitungan untuk W-T :

Total skor *Weakness* (W) + total skor *Treaths* (T) = 0,80 + 1,65 = 2,45