

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian dapat diartikan sebagai sasaran penelitian, yaitu Analisis SWOT pada sertifikasi halal dalam hal strategi dengan matriks IFAS dan EFAS. Adapun subjek penelitiannya adalah penilaian ahli (*expert judgement*) dari Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Jawa Barat. Adapun *expert judgement* digunakan untuk mengetahui probabilitas dari akibat yang akan muncul dari adanya suatu kejadian. Syarat menjadi *expert judgement* dalam penelitian ini adalah responden yang fokus dan memahami detail permasalahan terhadap perkembangan sertifikasi halal di wilayah Jawa Barat.

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang disajikan dalam bentuk tabel, gambar dan matriks. Tahapan dalam analisis data ini berupa mengidentifikasi teori dan menguji teori serta mengidentifikasi faktor strategis internal dan eksternal pada sertifikasi halal yang menjadi objek penelitian.

Metode sistematis untuk melakukan analisis internal dan eksternal tidak dikembangkan dengan baik dalam literatur manajemen strategis. Menilai kondisi internal secara komprehensif membutuhkan komunikasi yang luas. Sedangkan, dalam menilai lingkungan eksternal berarti dibutuhkan usaha untuk meramalkan lingkungan yang dinamis dan kompleks. Beberapa alat tersedia untuk melakukan analisis internal dan eksternal. Hal yang menonjol di antaranya adalah analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT) dengan aplikasi luas dalam industri. Sedangkan untuk alat kuantitatif terdapat *External Factor Evaluation* (EFE) yang biasanya dipadukan dengan *Internal Factor Evaluation* (IFE) (Sholihah, Maezono, Mitake, & Shimomura, 2019).

Pada penelitian ini menggunakan kerangka kerja (*frame work*) dalam pengolahan data. Data yang diperoleh dari pengumpulan data internal dan eksternal perusahaan dikembangkan dan dimasukkan dalam matriks IFAS dan EFAS berupa kuesioner rating dan pembobotan (Rangkuti, 2017).

3.3 Desain Penelitian

Penelitian ini menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sertifikasi halal dengan menggunakan pengukuran atau matriks IFAS dan EFAS dimana setiap indikator pada faktor internal dan eksternal akan dievaluasi dan dicari alternatif strategi atau solusi dari masalah disetiap indikator. Maka desain penelitian ini bersifat analisis SWOT. Desain analisis SWOT ini mempunyai tujuan utama yaitu menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sertifikasi halal untuk mengembangkan Industri Kecil dan Menengah (IKM) dan dari analisis ini dapat diketahui permasalahan dari masing-masing faktor internal dan eksternal untuk dievaluasi dan meminimalisir permasalahan pada sertifikasi halal dengan mencari alternatif strateginya.

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel-variabel yang digunakan. Operasional variabel akan diuraikan berdasarkan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui berbagai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari sertifikat halal, sedangkan analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui berbagai peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Berikut ini akan dijelaskan operasional variabel pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Keterangan
Strategi Pengembangan Usaha	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Manajemen mutu	1. Memiliki kualitas pemeriksaan kuat berdasarkan hasil audit dan kajian fatwa (Hosanna & Nugroho, 2018). 2. Logo halal MUI sudah dikenal di seluruh dunia dan diakui oleh berbagai badan sertifikasi halal (BPPN, 2018).
		Regulasi dan pengawasan	3. Sertifikasi halal bersifat wajib (LPPOM MUI, 2020). 4. Dibentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama (BPPN, 2018). 5. Syarat wajib untuk mencantumkan label halal (Sari D. I., 2018).
		Psikologis	6. Memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat konsumen (Andriyani, 2016).

Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Finansial	1. Besaran biaya pembayaran sertifikasi halal dinilai cukup besar dan mahal (Ainulqulbi, 2017).
		2. Finansial terbatas dan minimnya dana lembaga (Jannah, 2019).
	Regulasi dan pengawasan	3. Kerja sama antara lembaga atau pemerintah belum terjalin dengan baik (Jannah, 2019).
		4. Pemenuhan dokumen sertifikasi halal cukup rumit (Ainulqulbi, 2017).
	Manajemen mutu	5. Proses sertifikasi halal belum optimal (Gillani, Ijaz, & Khan, 2016).
		6. Masih minimnya sosialisasi proses sertifikasi produk halal (Marijani, Budiman, Fahmi, & Nurhidayati, 2018).
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Regulasi dan pengawasan	1. Undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (LPPOM MUI, 2020)
	Manajemen mutu	2. Keamanan dan kualitas dari suatu produk terjamin (Waskito, 2015).
		3. Memiliki kerjasama dengan banyak pihak dalam pembinaan dan pendampingan UMK memenuhi persyaratan sertifikasi halal (Aminah, 2020).
		4. Minat konsumen dalam memilih produk halal (Andriyani, 2016).
	Psikologis	5. Kepercayaan konsumen muslim sebagai penjamin dari produk-produk yang tidak halal (Arifin, Waspiyah, Ar-raidah, & Vania Shafira Yuniar, 2020).
		6. Persaingan produk yang semakin kompetitif (Hasan, Sulong, & Tanakinjal, 2020).
Ancaman (<i>Threats</i>)	Psikologis	1. Anggapan bahwa setiap produk makanan yang diproduksi di negara tersebut adalah halal sehingga tidak diperlukan sertifikasi halal pada produk tersebut (Juliana, Faathir, & Sulthan, 2019).
		2. Kurangnya kesadaran pelaku usaha melakukan sertifikasi halal (Jannah, 2019).
		3. Kurangnya kesadaran masyarakat akan hukum wajibnya sertifikasi halal (Jannah, 2019).
	Regulasi dan pengawasan	4. Kebijakan dan ketetapan kementerian atau lembaga terkait mandatory sertifikat halal belum sinergi dan saling mendukung (Aminah, 2020).
		5. Belum semua stakeholder JPH dan masyarakat mempunyai persepsi yang sama tentang kategori produk wajib bersertifikat halal (Aminah, 2020).
	Manajemen mutu	6. Belum semua pelaku usaha siap untuk memenuhi kewajiban bersertifikat halal (Aminah, 2020)

7. Lembaga sertifikasi swasta atau yang didirikan oleh lembaga non pemerintah terkadang tidak diakui oleh negara lain sehingga mendapat penolakan (Faridah, 2019).
-

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Objek dari penelitian ini adalah sertifikasi halal. Sedangkan subjek dalam penelitian ini analisis SWOT yang ditujukan kepada responden penilaian ahli (*expert judgement*).

Penilaian ahli (*expert judgement*) digunakan untuk menilai faktor-faktor yang dipilih menggunakan skala interval. Tingkat ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting faktor-faktor yang dipilih mempengaruhi sertifikasi halal. Sekaligus untuk mengetahui rentang waktu faktor yang dipilih dapat diimplementasikan. Setiap tingkat dihitung menggunakan IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) (Tirdasari, Indrawan, & Fahmi, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah penilaian ahli (*expert judgement*) yaitu pihak yang berkompeten serta mengetahui secara keseluruhan kondisi sertifikasi halal baik secara internal maupun eksternal di wilayah Jawa Barat.

3.3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran serta karakteristik secara umum atau hampir sama dari populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati (Riyanto & Hatmawan, 2020). Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dan jenis sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Purposive sampling adalah sebuah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penentuan sampel ini digunakan untuk tidak bermaksud menggeneralisasikan hasil penelitiannya pada populasi. Pertimbangan tertentu dari peneliti ini bahwa orang yang dipilih sebagai sumber data dianggap mampu memahami permasalahan (Tarjo, 2019). Dengan responden yang dijadikan sebagai

sampel pada penelitian ini merupakan sampel yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian dengan responden yang siap dan bersedia menjadi objek penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ukuran sampel pada 7 responden yang memahami dan menguasai informasi mengenai sertifikasi halal yaitu regulator meliputi LPPOM MUI dan BPJPH, akademisi meliputi dosen ahli, komunitas meliputi sekelompok orang yang meneliti dan mendalami tentang sertifikasi halal serta praktisi meliputi IKM di Jawa Barat.

3.3.3 Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.3.1 Instrumentasi Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Instrumen ini dikembangkan dengan menggunakan skala numerik yaitu skala interval yang mencakup data nominal dan ordinal yang menentukan jarak dan tidak memiliki nilai nol mutlak yang digunakan untuk memperoleh respon dengan memberikan skala berupa angka dengan sifat berkutub kedua ujungnya (Cooper & Schindler, 2014). Indikator yang diukur pada kuesioner diturunkan dalam bentuk pertanyaan penelitian dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 2

Skala Pengukuran dengan Metode Analisis SWOT

Penilaian Kondisi saat ini						Urgensi Penanganan							
Sangat Kurang	1	2	3	4	5	Sangat Baik	Sangat Tidak Penting	1	2	3	4	5	Sangat Penting

Sumber: (Rangkuti, 2017)

3.3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Angket/kuesioner, yaitu lembaran pertanyaan penelitian yang disebarkan kepada responden penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah *expert judgement* (penilaian ahli) yang dijadikan sampel dalam penelitian mengenai analisis SWOT dalam sertifikasi halal dalam pengembangan IKM dengan matriks IFAS dan EFAS.
2. Studi kepustakaan, yaitu mengkaji data-data yang diperoleh dan menjadi sumber yang relevan dari jurnal mengenai metode analisis SWOT, buku mengenai

analisis SWOT serta matriks IFAS dan EFAS, laporan dan website sertifikasi halal yang memiliki kaitannya dengan penelitian ini.

3.3.3.3 Uji Validitas Ahli

Uji validitas pada instrumen ini menggunakan uji validasi ahli, yaitu para ahli (*expert judgement*) atau pakar yang dipilih berdasarkan bidang terkait untuk menguji instrumen yang akan dikembangkan. Adapun *expert judgement* yang dipilih berjumlah tujuh orang yang terdiri dari regulator, akademisi, komunitas serta praktisi. Regulator yang menjadi sasaran adalah LPPOM MUI serta BPJPH, kemudian akademisi dalam penelitian analisis SWOT sertifikasi halal yaitu Dr. Juliana, M.E.Sy dan Dr. Tri Cahyanto, M.Si, komunitas yaitu teman halal sedangkan praktisi yang menjadi objek adalah IKM yang telah tersertifikasi halal MUI.

Uji validasi ahli ini menggunakan teknik delphi yaitu proses verifikasi dengan melibatkan para ahli terpilih untuk menanyakan, mencari, mengumpulkan dan mengembangkan pendapat para ahli secara individual yang didasarkan pada data empiris terkait dengan instrument yang ingin dikembangkan. Adapun teknik delphi ini dilakukan dengan beberapa tahap dan telah dilakukan dua kali revisi instrument pada *expert judgement* pertama, dan dua kali revisi pada *expert judgement* kedua sebelum instrument tersebut diberikan kepada responden lainnya.

Langkah-langkah yang dilakukan pada teknik delphi ini adalah:

- 1) Membuat instrument penelitian untuk mengetahui analisis SWOT pada sertifikasi halal LPPOM MUI.
- 2) Menyusun angket dengan berupa butir per butir pernyataan terlebih dahulu.
- 3) Menentukan orang yang ahli dalam bidang sertifikasi halal untuk melakukan uji validasi ahli, dipilih untuk memberikan penilaian dari sisi penelitian/pendidikan yaitu Dr. Juliana, M.E.Sy dan penilaian dari sisi kinerja sebagai partisipan atau berkecimpung di dunia sertifikasi halal yaitu Dr. Tri Cahyanto, M.Si.
- 4) Memberikan angket dan melakukan diskusi dan wawancara serta menyimpulkan hasilnya. Memperbaiki instrument berdasarkan masukan dari setiap ahli, perbaikan berupa menambah atau mengurangi

pernyataan/indikator, mengubah struktur kalimat, dan lainnya. Perbaikan masing masing ahli dilakukan sebanyak dua kali revisi instrument.

- 5) Mengirim kembali angket yang telah direvisi kepada responden yang berbeda sebagai instrumen penelitian pada metode analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS. Instrument diberikan kepada 5 orang responden, dengan total responden adalah 7 orang yang berkecimpung dalam hal sertifikasi halal.
- 6) Mengumpulkan seluruh angket dan menyimpulkan hasilnya dengan perhitungan IFAS dan EFAS.

3.3.4 Teknik Analisis Data

3.3.4.1 Tahap Input Matriks IFAS dan EFAS

Matriks IFE dan EFE yang dihasilkan dari wawancara terhadap *expert judgement* yang mana diwakili oleh regulator, akademisi, komunitas serta praktisi memerlukan analisis lebih lanjut (Alamanda, Anggadwita, Raynaldi, Novani, & Kijima, 2019), yaitu:

1. Bobot 1 diperoleh dari hasil rata-rata informan menjawab mengenai betapa pentingnya faktor-faktor dibandingkan keseluruhan faktor eksternal dan internal.
2. Penentuan rating pada faktor-faktor ini dilakukan dengan mengisi kuesioner dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Untuk analisis IFE:
 - 1) Kelemahan yang besar
 - 2) Kelemahan yang kecil
 - 3) Seimbang
 - 4) Kekuatan yang kecil
 - 5) Kekuatan yang besar
 - b. Untuk analisis EFE:
 - 1) Respons buruk
 - 2) Tanggapan rata-rata
 - 3) Seimbang
 - 4) Tanggapan di atas rata-rata

5) Renspons luar biasa

Adapun tahap input data IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

1. Pemberian bobot ditentukan berdasarkan urgensi kepentingan dengan skala 1 sampai 5 (1=tidak penting, 5=sangat penting).
2. Jumlahkan bobot kekuatan dan kelemahan. Lalu, hitung bobot relatif pada masing masing indikator. Sehingga total nilai bobot menjadi 1. Lakukan perhitungan yang sama pada indikator peluang dan ancaman. Bobot relatif adalah yang digunakan dalam perhitungan nilai bobot dikali nilai rating.
3. Langkah ketiga adalah menentukan nilai rating. Nilai rating diberi nilai 1 sampai 5. (1=buruk, 5=sangat baik). Jika Indikator kekuatan diberi nilai 5 artinya indikator kinerja tersebut semakin baik, apabila diberi nilai 1 maka kinerja indikator tersebut buruk atau menurun. Pemberian nilai ini sama halnya dengan pemberian nilai pada indicator peluang. Pada indikator kelemahan, adalah kebalikannya, artinya jika diberi nilai 1 maka semakin banyak atau tinggi kelemahannya dan nilai 5 apabila kelemahan itu menurun. Sama halnya untuk pemberian nilai rating pada indikator ancaman.
4. Nilai skor diperoleh berdasarkan hasil nilai bobot dikali nilai rating. Total nilai skor untuk faktor internal menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1, semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya. Sedangkan semakin nilainya mendekati 4, semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya. Begitu juga dengan total nilai skor untuk faktor eksternal. Semakin total nilai skor mendekati 1, maka semakin banyak ancamannya dibandingkan dengan peluang. Sedangkan apabila total nilai skor mendekati 4, artinya semakin banyak peluang dibandingkan ancaman.

Tabel 3. 3

Model Cara Perhitungan Faktor IFAS dan EFAS

Faktor Strategi Internal	Nilai Bobot		Nilai Rating	Bobot relatif x Rating	Skor
	Bobot	Bobot relatif			
<i>Strength/Kekuatan</i>					
1. Indikator 1					
2. Indikator 2					

Isnaeni Gelda Prasetianti, 2021

ANALISIS STRATEGI SERTIFIKASI HALAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) MELALUI PENDEKATAN IFAS EFAS MODEL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Weakness/Kelemahan					
1. Indikator 1					
2. Indikator 2					
Total					
Faktor Strategi Eksternal	Nilai Bobot		Nilai Rating	Bobot relatif x Rating	Skor
	Bobot	Bobot Relatif			
Opportunities/Peluang					
1. Indikator 1					
2. Indikator 2					
Threats/Ancaman					
1. Indikator 1					
2. Indikator 2					
Total					

3.3.4.2 Tahap Pencocokan Strategi Menggunakan Strategi Internal dan Eksternal (IE)

Identifikasi strategi objek ini menggunakan matriks Internal Eksternal (IE). Matriks Internal Eksternal ini dikembangkan dari GE-Model (*General Electric Model*). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi di tingkat korporat yang lebih detail (Rangkuti, 2017).

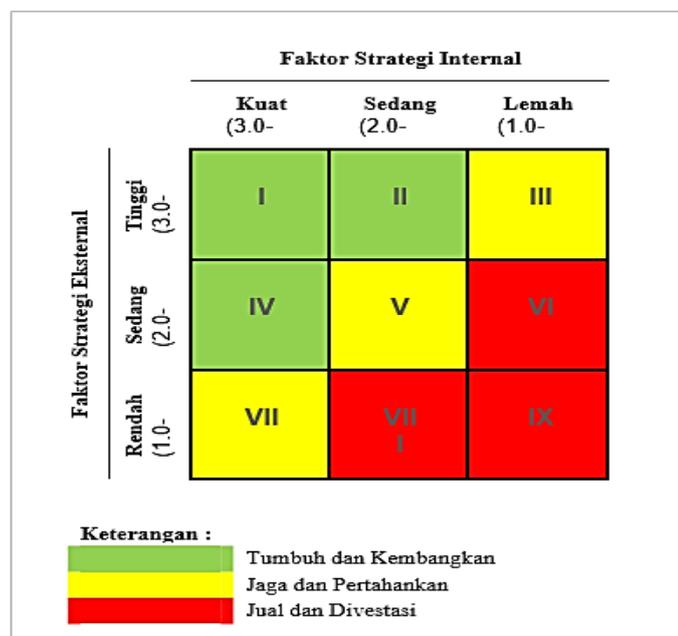
Matriks IE dibagi menjadi tiga daerah utama yang memiliki implikasi strategi berbeda (David & David, 2016), yaitu:

1. Tumbuh dan Kembangkan (*Growth and build*) yang termasuk dalam sel I, II, atau IV. Strategi yang sesuai adalah strategi intensif (Penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau dapat disebut juga strategi integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).
2. Jaga dan pertahankan (*Hold and maintain*) yang termasuk dalam sel III, V, atau VII. Strategi yang sesuai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

- Mengambil hasil atau melepaskan (*Harvest or divest*) yang termasuk dalam sel VI, VIII atau IX. Strategi yang sering diterapkan adalah strategi divestasi, diversifikasi konglomerat dan likuidasi.

Matriks IE didasari pada dua dimensi kunci, yaitu total nilai skor IFAS pada sumbu x dan total nilai skor EFAS pada sumbu y. Pada sumbu x dari matriks IE menggambarkan posisi internal dimana total nilai skor dari 1,0 sampai 1,99 dianggap rendah; nilai dari 2,0 sampai 2,99 adalah menengah; dan nilai dari 3,0 sampai 4,0 adalah tinggi.

Sebelum strategi diterapkan, *strategic planner* harus menganalisis lingkungan eksternal untuk berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Isu strategis yang akan dimonitori harus ditentukan, karena diperkirakan isu ini dapat mempengaruhi perusahaan di masa yang akan datang. Untuk itu sangat dianjurkan untuk menggunakan metode-metode kuantitatif untuk membuat *forecasting* dan asumsi. Setelah mengevaluasi faktor strategis perlu dilakukan sebuah identifikasi strategi perusahaan dengan menggunakan matriks IE yang dianalisis dalam bentuk diagram yang berisi kuadran-kuadran (Rangkuti, 2017). Berikut gambar diagram kuadran untuk menentukan strategi perusahaan:



Gambar 3. 1 Model Diagram Matriks IE

Langkah selanjutnya adalah menganalisis alternatif strategi dengan mengetahui teknis strategi dan pilihan strategi berdasarkan skor dari total dari masing-masing faktor SWOT, menganalisis serta merumuskan alternatif strategi. Berikut model hasil kuadran alternatif strategi:

Tabel 3. 4 Alternatif Kuadran Strategi

Teknis Strategi	Skor	Kuadran	Pilihan Strategi
<i>Growth</i>	$S > O$	I A	<i>Rapid Growth</i>
	$S < O$	I B	<i>Stabel Growth</i>
<i>Survival</i>	$W > T$	III A	<i>Turn Around</i>
	$W < T$	III B	<i>Guerilla</i>
<i>Diversification</i>	$S > T$	IV B	<i>Conglomerate</i>
	$S < T$	IV A	<i>Concentric</i>
<i>Stability</i>	$O > W$	II A	<i>Aggressive Maintenance</i>
	$O < W$	II B	<i>Selective Maintenance</i>

Sumber: (Rusydiaana & Firmansyah, 2018)

3.3.4.3 Analisis Matriks SWOT

Kegiatan pada tahap pengumpulan data adalah mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Hasil identifikasi terhadap faktor strategis internal dan eksternal dirangkum dalam tabel faktor internal dan tabel faktor eksternal (Redjeki, 2018).

Pada tahap analisis, sebuah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah alat analisis matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang terdiri dari strategi kekuatan dan peluang (SO), strategi kelemahan dan peluang (WO), strategi kekuatan dan ancaman (ST), serta strategi kelemahan dan ancaman (WT) (Rangkuti, 2017).

		IFAS	
		STRENGTH (S) <i>faktor kekuatan internal</i>	WEAKNESS (W) <i>faktor kelemahan internal</i>
EFAS	OPPORTUNITIES (O) <i>faktor peluang eksternal</i>	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	THREATS (T) <i>faktor ancaman eksternal</i>	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 3. 2 Model Diagram Matriks SWOT

Berikut ini model diagram matriks SWOT untuk menciptakan alternatif strategi:

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi ini dibuat untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan demi menghindari ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan ditunjukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.