

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu cara atau prosedur yang digunakan untuk melakukan penelitian, sehingga dapat menjawab rumusan masalah dan tujuan dari penelitian. Metode penelitian yang penulis gunakan merupakan metode kuantitatif deskriptif dan verifikatif.

Metode kuantitatif menurut Sugiyono, merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi dan sample tertentu. Metode penelitian deskriptif merupakan suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keadaan variable mandiri. Sugiyono juga mendefinisikan metode verifikatif sebagai pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga mendapatkan hasil pembuktian untuk menunjukkan hipotesis diterima atau tidak (Sugiyono, 2013)

Metode kuantitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan masalah yang berkaitan dengan variable mandiri yang menjelaskan tentang *coffee shop* dan *third place*. Sedangkan analisis verifikatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi yang dimiliki pengunjung (anak remaja dan dewasa) menjadikan *coffee shop* yang merupakan *third place* sebagai tempat bekerja.

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

Untuk memperoleh data dan fakta yang diperlukan untuk penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian sebagai berikut:

#### **3.2.1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013)

Populasi digunakan dalam penelitian dikarenakan populasi berhubungan dengan data yang diteliti dan diamati oleh penyusun serta memiliki sifat/karakter

tertentu yang dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menjadi *followers* pada akun media sosial Instagram (@cupola.id) sehingga sebanyak 3.051 orang sepanjang bulan Januari 2019 hingga bulan Juli 2020.

### 3.2.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut (Sugiyono, 2013) Dapat disimpulkan sample merupakan bagian atau jumlah yang mewakili karakteristik populasi yang diteliti. Sampel digunakan jika populasi yang akan diteliti terhitung besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi.

Adapun kriteria yang digunakan sampel sebagai berikut:

1. Anak remaja di kota Bandung yang mengerjakan tugas di *coffee shop*
2. Mahasiswa tingkat tinggi di kota Bandung yang mengerjakan tugas *Coffee Shop*

3. Orang yang sudah memiliki pekerjaan dan memilih *Coffee Shop* untuk berkumpul dan bekerja.

Dalam sampel terdapat tekniknya, yang disebut teknik sampling. Teknik sampling digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian dan terdapat beberapa teknik sampling.

Teknik sampling dikelompokkan menjadi dua teknik, *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara memberikan peluang yang terhadap semua unsur populasi untuk digunakan menjadi anggota sampel. Teknik ini memiliki berbagai macam yaitu *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* *area (cluster) sampling* berdasarkan daerah.

*Nonprobability Sampling* merupakan teknik dalam pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan

yang sama terhadap unsur populasi untuk dijadikan sampel. Teknik ini memiliki berbagai macam yaitu sistematis, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, jenuh, *snowball*.

Mengenai ukuran sampel menurut Anwar dalam Sitepu (1994) dapat ditempuh melalui tiga tahap perhitungan yaitu menentukan perkiraan harga koefisien korelasi ( $\rho$ ) terkecil antara variabel bebas dengan variabel terikat, menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) dan kuasa uji ( $1 - \beta$ ), dan menentukan ukuran sampel secara iteratif. Besaran atau ukuran sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang diinginkan peneliti. Namun, dalam hal tingkat toleransi kesalahan pada penelitian adalah 5%, 10 % dan 15%, maksimal tingkat kesalahannya yang diambil adalah 5% (0,05). Semakin besar tingkat kesalahan maka semakin kecil jumlah sampel, dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang diperoleh Salah

satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam penelitian kali ini saya mengambil toleransi kesalahan sebesar 5% (0,05), sehingga perhitungan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{3051}{1 + 3051 \times 0,1^2} n = 96$$

Dengan demikian jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 96 responden kemudian peneliti melakukan pembulatan menjadi 100 responden yang telah mengikuti akun sosial media (*Instagram*) *Coffee Shop* Cupola.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan teknik *cluster*

*random sampling*. *Cluster Sampling* adalah teknik sampling secara berkelompok. Pengambilan sampel jenis ini dilakukan berdasar kelompok / area tertentu. Cara untuk mendapatkan hasil kuesioner ini, peneliti memilih untuk menyebarkan kuesioner melalui [\(https://docs.google.com/forms/\)](https://docs.google.com/forms/) karena dianggap lebih efektif dan efisien dari segi waktu dalam mencapai responden secara luas. Form kuesioner dibuka April 2020.

### 3.3. Operasional Variabel

Variabel merupakan suatu atribuk atau sifat atau segala sesuatu yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

Variabel dikelompokkan sebagai berikut:

#### a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Pengertian variabel independen menurut Sugiyono (2013:39) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam hal ini variabel

independenya adalah informasi akuntansi diferensial.

*b. Variabel Terikat (Dependent Variable)*

Pengertian variabel dependen menurut Sugiyono (2013:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini, pengambilan keputusan manajemen sebagai variabel dependen.

Dalam penelitian ini menggunakan satu variabel, adapun yang menjadi variabel bebas



(*Independent Variable*) yaitu motivasi pengunjung sebagai variable X dan variable terikat (*dependent variable*) “*Third Place*” sebagai variable Y.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analisis</b>	<b>Skala</b>
Motivasi Pengunjung	Motivasi didefinisikan sebagai sebuah kekuatan dalam diri seseorang yang mendorong ataupun menggerakkannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dasarnya (Yorks, 2004)	Tanggapan keinginan seseorang terhadap keinginan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya menurut penilaian/tanggapan masing-masing	Data yang diperoleh dari pengunjung <i>coffee shop</i> menggunakan skala sematik mengenai : 1. Motivasi Intrinsik 2. Motivasi Ekstrinsik	Ordinal

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analisis</b>	<b>Skala</b>
<i>Third Place</i>	<i>Third Place</i> adalah istilah yang umum untuk menandakan tempat-tempat publik yang diadakan secara tetap, sukarela, informal untuk kegiatan informal, seperti berkumpul bersama keluarga atau teman (Larice dan Macdonad, 2007).	Tanggapan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu tempat menurut penilaian/tanggapan masing-masing	Data diperoleh dengan uji deskripsi dan uji hedonic terhadap suasana, lokasi, dan fasilitas yang disediakan	Ordinal

### 3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu:

1. Studi Pustaka

Dilakukan untuk memperoleh data atau informasi dengan cara membaca buku, karya ilmiah dan internet tentang bahasan yang menunjang pada penelitian ini.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yakni merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti membuat *google forms* (<https://docs.google.com/forms/>) untuk memperoleh data dengan cara wawancara/ kuisisioner.

3. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia

memberikan respons sesuai dengan permintaan pengguna.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data dalam Penelitian ini akan dilakukan dengan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

#### 1. Analisis Kualitatif

Analisis Kualitatif adalah data yang berbentuk *alphabetic* yang digunakan untuk mendukung penelitian dan dapat menyatakan kebenaran dan hipotesisnya. Data yang digunakan dalam penelitian berasal dari kuesioner yang terdiri dari beberapa pernyataan. Indikatornya diukur dengan menggunakan skala ordinal berdasarkan teknik skala Likert. Menurut **Sugiyono (2017:93)** bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

**Tabel 3.2**  
**Bobot Penilaian Berdasarkan Skala *Likert***

<b>Keterangan</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2017:93)

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka digunakan interval untuk menentukan panjang kelas interval dengan menggunakan rumus menurut **Riduwan (2013:24-25)**.

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyaknya Kelas Interval}}$$

Keterangan:

Rentang (R) = Nilai Tertinggi –  
Nilai Terendah

Jumlah Kelas (K) = 5

$$P = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

**Tabel 3.3**  
**Interval Kelas**

<b>Interval Kelas</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>
1,00 -1,79	Sangat Tidak Baik
1,80-2,59	Tidak Baik
2,60-3,39	Cukup Baik
3,40-4,19	Baik
4,20-5,00	Sangat Baik

### **3.6. Instrumen Penelitian**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, menurut Sugiyono (2017:267) uji validitas penelitian ini adalah derajat ketetapan antara data yang yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap item pertanyaan atau pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran ordinal. Rumus korelasi

yang dapat digunakan adalah rumus korelasi

*Product Moment Pearson* sebagai berikut:

$$R = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N(\sum X^2) - (\sum X)^2)(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}} \dots (2)$$

Keterangan:

- R = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item
- Y = Skor yang diperoleh dari subjek seluruh item
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- N = Jumlah koefisien

Jika koefisien korelasi (R) bernilai positif dan lebih besar dari r tabel, maka dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut valid atau sah. Jika sebaliknya, bernilai negatif atau positif namun lebih kecil dari r tabel, maka butir pertanyaan atau pernyataan dinyatakan invalid dan harus dihapus.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data-data yang sama, atau sekelompok dan bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2017:267).

Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Pengukuran kehandalan butir pernyataan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pernyataan yang sama. Untuk menguji reliabilitas atau kehandalan alat ukur instrumen dalam penelitian ini digunakan koefisien *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ )  $> 0,70$  Ghazali (2016:48).



Koefisien keandalan menunjukkan mutu seluruh proses pengumpulan data suatu penelitian. Adapun rumus *Alpha* yaitu:

$$r_{II} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right) \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

- $r_{II}$  = Reliabilitas instrumen  
 $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir  
 $\sigma_b^2$  = Varian total  
 k = Banyaknya butir pernyataan

**Tabel 3.5**  
**Standar Penilaian Untuk Reliabilitas**

<b>Kriteria</b>	<b>Interpretasi</b>
<i>Good</i>	0,80
<i>Acceptable</i>	0,70
<i>Marginal</i>	0,60
<i>Poor</i>	0,50

Sumber: Sugiyono (2017:269)

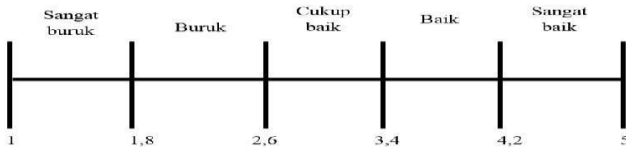
Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2014:134) skala *likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang suatu fenomena sosial. Berdasarkan pengertian diatas tersebut, maka untuk mengukur pendapat responden digunakan skala *likert* lima angka yaitu mulai angka 5 (lima) untuk pendapat Sangat Setuju (SS) dan angka satu (1) untuk Sangat Tidak Setuju (STS). Rinciannya sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Instrumen Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Cukup Setuju (CS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sehingga melalui perhitungan tersebut, dapat diketahui tingkat jawaban responden pada setiap item pertanyaan dengan tafsiran daerah sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

### 3.7. Metode Pengolahan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif deksriptif, dimana penulis akan mengolah data dengan cara mendeskripsikan data untuk mengetahui gambaran dari eksternal (peluang dan ancaman) dan internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) perusahaan yang diteliti. Kemudian akan dilakukan permusan strategi menggunakan teknik analisis SWOT dan Kuadran SWOT. Dari analisis tersebut akan dihasilkan alternatif strategi yang akan diolah lagi oleh penulis sehingga menghasilkan formulasi strategi yang bertujuan untuk mengembangkan *coffee shop* tersebut.

#### 3.7.1 Tahap Input

Tahap ini merupakan tahap pengumpulan data dan informasi untuk merumuskan matriks faktor internal dan eksternal. Faktor

internal dilakukan dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, kemudian analisis faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman dari lingkungan *coffee shop* terkait:

### **1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal**

Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis akan menghimpun data dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari lingkungan usaha *coffee shop* yang dipilih oleh penulis berdasarkan peringkat tertinggi. Kemudian akan dilakukan pengelompokkan kedalam kategori yang sesuai untuk selanjutnya dilakukan analisis. Faktor internal dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan konsumen *coffee shop* terkait. Analisis faktor eksternal dilakukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen *coffee shop*.

## 2. Matriks EFAS

Sebelum penulis menentukan strategi yang akan diterapkan, penulis akan menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Setelah itu diterapkan pada matriks EFAS yang bertujuan untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan kompetitif.

Adapun contoh matriks EFAS yang dijelaskan oleh Freddy Rangkuti (2015) sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Matriks EFAS**

<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>	<b>Komentar</b>
Peluang :				
1. xxxxxxxx xxxxx	x,xx x,xx	x x	x,xx x,xx	xxxxxx xx
2. xxxxxxxx xxxxx	x,xx x,xx x,xx	x x x	x,xx x,xx x,xx	xxxxxx xx

3. xxxxxxxx xxxxx				xxxxxx xx
4. xxxxxxxx xxxxx				xxxxxx xx
5. xxxxxxxx xxxxx				xxxxxx xx
Ancaman :				
1. xxxxxxxx xxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxx xx
2. xxxxxxxx xxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxx xx
3. xxxxxxxx xxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxx xx
4. xxxxxxxx xxxxx				xxxxxx xx
5. xxxxxxxx xxxxx				xxxxxx xx
TOTAL	x,xx		x,xx	

Sumber : (Rangkuti, 2015)

### 3. Matriks IFAS

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, penulis akan menyusun suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk memerumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. Alat perumusan strategi ini berfungsi meringkas dan mengevaluasi

kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan diantara area tersebut. Penilaian intuitif digunakan dalam pengembangan matriks IFAS, sehingga tampilan ilmiahnya tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa teknik ini benar-benar tanpa celah.

Adapun contoh matriks IFAS menurut Freddy Rangkuti (2015) sebagai berikut:

**Tabel 3.3**

**Matriks IFAS**

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>	<b>Komentar</b>
Kekuatan :				
1. xxxxxxxx xxxxx	x,xx x,xx	x x	x,xx x,xx	xxxxxx xx
2. xxxxxxxx xxxxx	x,xx x,xx	x x	x,xx x,xx	xxxxxx xx
3. xxxxxxxx xxxxx	x,xx	x	x,xx	xxxxxx xx
4. xxxxxxxx xxxxx				xxxxxx xx
5. xxxxxxxx xxxxx				xxxxxx xx

Kelemahan :				
1. xxxxxxxxxxxx xx	x,x x	x x	x,x x	xxxxxxxxx x
2. xxxxxxxxxxxx xx	x,x x	x x	x,x x	xxxxxxxxx x
3. xxxxxxxxxxxx xx	x,x x	x	x,x x	xxxxxxxxx x
4. xxxxxxxxxxxx xx	x,x x		x,x x	xxxxxxxxx x
5. xxxxxxxxxxxx xx	x,x x		x,x x	xxxxxxxxx x
TOTAL	x,x x		x,x x	

Sumber: (Rangkuti, 2015)

### 3.7.2 Tahap Pencocokan

Tahap pencocokan ini menggunakan alat bantu berupa matriks IE dan kuadran SWOT.

#### 1. Matriks IE

Matriks internal dan eksternal ini dikembangkan dari model *General Electric (GE-Model)*. Parameter yang digunakan meliputi kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis yang lebih dikenal.

Matriks internal dan eksternal terdiri dari dua dimensi, yaitu nilai total dari



matriks IFAS pada sumbu Y dari nilai total dari matriks EFAS pada sumbu X skornya ada tiga, yaitu skor 1,0 – 1,99 menyatakan bahwa posisi internal lemah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata-rata, dan 3,0 – 4,0 adalah kuat yang ditetapkan dari sebelah kanan ke sebelah kiri. Cara yang sama, untuk sumbu Y skornya ada tiga juga, yaitu skor 1,0 – 1,99 menyatakan bahwa posisi eksternal adalah rendah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata-rata dan 3,0 – 4,0 adalah tinggi yang ditetapkan dari bawah keatas.

1. <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2. <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	3. <i>Retrenchment</i> <i>Turnaround</i>
--	--	---

Sumber: (Rangkuti, 2015)

### Gambar 3.2

#### Matriks Internal Eksternal (IE)

4. <i>Stability</i> Hati-hati	5. <i>Growth</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal <i>Stability</i> Tak ada perubahan strategi	6. <i>Retrenchment</i> <i>Coptive Company</i> atau <i>Divestment</i>
7. <i>Growth</i> Difersifikasi Konsentrik	8. <i>Growth</i> Difersifikasi Konglomerat	9. <i>Retrenchment</i> Bangkrut atau Likuidasi

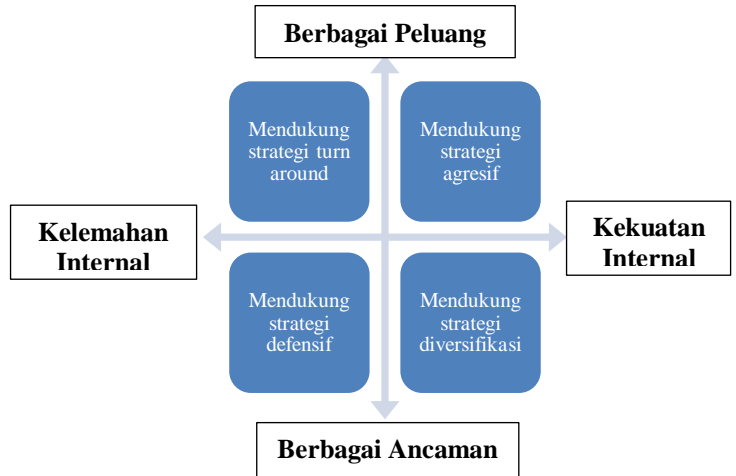
#### 4. Kuadran SWOT

Adapun keterangan dari kuadran SWOT diatas yaitu sebagai berikut:

- Kuadran 1, merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan untuk mendukung kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*).
- Kuadran 2, pada kuadran ini meskipun perusahaan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran 3, perusahaan menghadapi peluang besar, tetapi dilain sisi perusahaan menghadapi peluang

besar, tetapi dilain sisi perusahaan menghadapi beberapa kendala /kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matriks. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

- Kuadran 4, situasi yang sangat tidak menguntungkan perusahaan mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.



**Gambar 3.3**

### **Analisis Kuadran SWOT**

Sumber: (Rangkuti, 2015)

Setelah melalui kuadran SWOT, selanjutnya data dianalisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matriks SWOT. Dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan. Berikut merupakan tabel matriks analisis SWOT:

**Tabel 3.4**  
**Matriks Analisis SWOT**

	<i>STRENGTHS (S)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki	<i>WEAKNESSES (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Daftar semua peluang yang dimiliki	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREATS (T)</i> Daftar semua ancaman yang dimiliki	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: (Rangkuti, 2015)