

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat dimana peneliti akan memperoleh atau mencari suatu data yang berasal dari responden yang akan diteliti oleh penulis. Lokasi penelitian dilakukan di Swalayan surya pusat Ponorogo Jalan Soekarno Hatta No. 4, alasan memilih tempat itu karena swalayan surya pusat Ponorogo sampai saat ini masih tetap eksis, dan dengan banyaknya pesaing swalayan-swalayan yang berada di kota Ponorogo, bagaimana swalayan Surya dapat meningkatkan persaingan . Dengan alasan tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan SWOT sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada Swalayan surya pusat Ponorogo

#### **1.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1.2.1 Populasi**

Populasi merupakan wilayah umum dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian disimpulkan (Sntoso, 2015:17). Populasi dalam penelitian ini adalah semua kegiatan pemasaran yang ada di Swalayan surya pusat Ponorogo.

##### **1.2.2 Sampel**

Menurut Santoso (2015: 17), sampling atau sampel merupakan proses pemilihan seagian dari unsure populasi yang jumlahnya mencukupi

secara statistik atau dapat mewakili sehingga hanya dengan mempelajari sampel dan memahami karakteristiknya akan diketahui tentang informasi tentang populasi, sampel dalam penelitian ini adalah kekuatan, kelmahan, peluang dan ancaman dari swalayan surya pusat Ponorogo.

### **1.3 Data yang dikumpulkan**

Di dalam penyusunan skripsi ini memerlukan data-data yang harus dikumpulkan. Adapun data-data yang harus di kumpulkan dapat berupa data primer dan data sekunder

a. Data primer

Data primer yang diperoleh dengan melakukan pengambilan data dengan menyebar kuisisioner kepada pegawai swalayan surya pusat Ponorogo.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari buku-buku literatur atau sumber lain sebagai pelengkap dalam penyusunan dan penulisan skripsi. Data-data dari swalayan surya pusat ponorogo.

### **1.4 Sumber dan Teknik pengambilan Data**

a. Sumber data

Dalam penulisan skripsi ini sumber data diperoleh dari perusahaan “Swalayan surya pusat ponorogo”

b. Teknik pengambilan data

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lapangan guna mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam pembahasan skripsi.

Penelitian ini dilakukan dengan cara :

---

a. Wawancara (Interview)

Yaitu teknik pengambilan data dengan cara mengadakan tanya jawab dengan pihak perusahaan secara langsung.

b. Pengawasan (Observasi)

Yaitu teknik pengambilan data dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap masalah yang diteliti.

c. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengambil dokumen yang penting atau catatan-catatan perusahaan yang berhubungan dengan obyek yang diteliti.

2. Studi Perpustakaan (*Library Research*)

---

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari literature-literatur dan karya ilmiah yang ada hubungannya dengan pembahasan ini.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel**

#### **3.5.1. Definisi Operasional Analisis SWOT**

Menurut Musa Hubeis dan Mukhamad Najib (2014 : 154 -155) indikator analisis SWOT terdiri dari *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threaths*.

1. Kekuatan adalah sumberdaya keterampilan, keunggulan-keunggulan lain yang dimiliki oleh swalayan surya. Kekuatan (*strenght*)

---

indikatornya sebagai berikut :

- a. Jaringan pemasaran
- b. Reputasi
- c. Segmen pasar
- d. Pelayanan
- e. Tempat yang strategis

2. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan (*Weakness*) indikatornya sebagai berikut :

- a. Lahan parkir
- b. Kelengkapan produk kurang
- c. Lay out kurang

- 
- d. Labour turn over
  - e. Diskon Kurang

3. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Peluang (*Opportunity*) indikatornya sebagai berikut:

- a. Daya beli masyarakat tinggi

- b. Pangsa pasar luas
  - c. Teknologi canggih
  - d. Menguasai pasar
  - e. Selera masyarakat berubah
4. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman (Threath) indikatornya adalah sebagai berikut :

- a. Pesaing banyak
- b. Harga tidak stabil
- c. Promosi swalayan pesaing
- d. Munculnya pesaing baru
- e. Harga promosi pesaing

### **3.6 Metode analisa data**

#### **3.6.1. Analisa Deskriptif**

Adalah statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

---

- **Analisis SWOT**

Analisis swot adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat

meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengambilan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan,kelemahan,peluang,dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT. Freddy Ringkuti (2015)

- Matrik IFE dan EFE

1. Matrik IFE

Cara menentukan faktor strategi internal :

- a. Susunlah 1 (5-10 kekuatan dan kelemahan)
- b. Beri bobot dalam kolom 2, mulai dari 0,15 sangat penting, 0,10 penting, dan 0,05 tidak penting
- c. Beri rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan member skala 4 sangat penting, 3 penting, 2 tidak penting, dan 1 sangat tidak penting pemberian rating pada faktor kekuatan bersifat positif. Pemberi rating untuk kelemahan kebalikannya 1 sangat penting, 2 penting, 3 tidak penting, dan 4 sangat tidak penting.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.

- e. Jumlahkan skor pada kolom 4 untuk memperoleh total skor. Nilai total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lain.

## 2. Matrik EFE

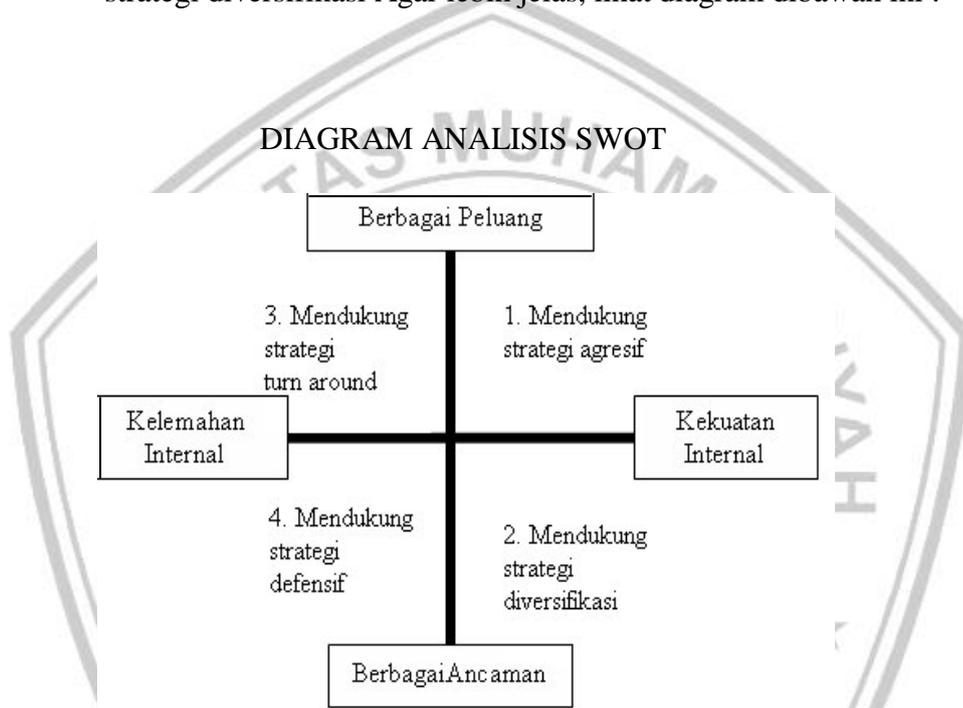
Cara menentukan faktor strategi eksternal :

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5-10 peluang dan ancaman)
- b. Beri bobot dalam kolom 2, mulai dari 0,15 sangat penting, 0,10 penting, dan 0,05 tidak penting
- c. Beri rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan member skala 4 sangat penting, 3 penting, 2 tidak penting, dan 1 sangat tidak penting pemberian rating pada faktor kekuatan bersifat positif. Pemberi rating untuk kelemahan kebalikannya 1 sangat penting, 2 penting, 3 tidak penting, dan 4 sangat tidak penting.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.
- e. Jumlahkan skor pada kolom 4 untuk memperoleh total skor. Nilai total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lain.

- Matrik grand Strategy

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Setelah

dilakukan analisis SWOT maka proses selanjutnya adalah proses pemilihan strategi. Grand strategi bisa ditentukan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan antara lain : Strategi pertumbuhan (*growth strategy*), Strategi stabilitas (*stability strategy*), Strategi pencaharian usaha (*retrenchment strategy*), dan strategi diversifikasi Agar lebih jelas, lihat diagram dibawah ini :



**Gambar 3.1 Diagram analisis SWOT**

Kuadran I: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

Kuadran 2: Meskipun 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 pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada *BCG Matrix*. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, *Apple* menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang di pergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri *microcomputer*.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. (Freddy Ringkuti 2015).

- Matrik Tows atau SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah 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 ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis (Freddy Ringkuti (2015) Matriks TOWS dikembangkan berdasarkan analisis

SWOT yang akan menghasilkan beberapa pilihan strategi sebagaimana dapat dilihat pada table dibawah ini:

IFAS	STREIGHTHS (S)	WEAKNESS (W)
EFAS		
OPPORTUNITIES (O)	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

**Gambar 3.2 Matrik SWOT**

Sumber Freddy Rangkuti (2015)

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

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi 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 berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

