

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang dimana menyajikan data akurat dan selain itu menggambarkan penerapan prinsip GCG pada *Business Bulkstore* yang dinyatakan dengan kata-kata atau kalimat dan dianalisis dengan menggunakan cara induktif, Menurut Lexy J. Moleong (2007) penelitian kualitatif dimana ingin mencapai pemahaman, sikap, pandangan dari perilaku individu maupun kelompok. Seperti halnya *bulkstore* ini merupakan usaha yang masih belum familiar untuk masyarakat Indonesia, dimana toko ritel atau grosir dengan konsep tanpa *packaging* dan harus membawa wadah sendiri dari rumah. Untuk tetap bisa terus dikembangkan dan bertahan usaha seperti ini, peneliti meneliti aspek dari sisi GCG yang nantinya bisa dapat merubah cara pandang *owner* atau pelaku usaha sejenis. Menurut Moleong (2016) penelitian kualitatif yaitu sebuah aksi memahami dari perilaku, motivasi yang dideskripsikan dengan bentuk bahasa pada suatu subjek tertentu. Penelitian kualitatif merupakan dimana peneliti adalah sebagai kunci, penelitian yang datanya diperoleh berdasarkan suatu kejadian yang terjadi di lapangan bersifat pengalaman langsung, pernyataan dan juga perilaku dari subjek penelitian dan kemudian informasi tersebut diolah yang menjadi konsep teori lebih menekankan makna daripada generalisasi (Mulyana, 2010). Penelitian kualitatif menggunakan subjek yang dikaji dari berbagai sumber data empiris, wawancara, studi kasus, teks hasil pengamatan,

interaksional, yang memberikan gambaran makna makna keseharian dalam kehidupan seseorang (Lusiana, 2017).

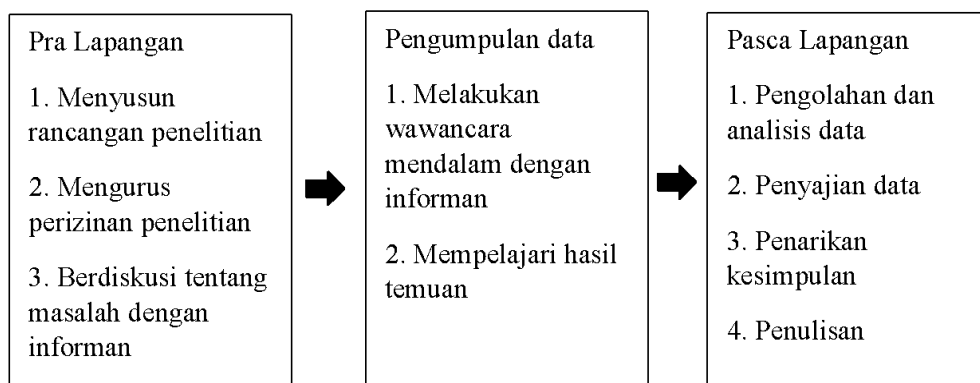
3.2 Tempat Penelitian

Tempat yang terpilih dalam penelitian ini adalah NAKED INC. Como Park, Jl. Kemang Timur No.998, RT.1/RW.3, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan sumber informasi utama ada pada pemilik Naked Inc dan studi kepustakaan, Pengambilan informan ataupun sumber data dipilih berdasarkan subjek yang paling tau mengenai penelitian ini, sehingga dapat mencangkup data yang ingin diteliti. Jenis Penelitian yang dipakai penulis adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data menjadi aspek yang berfungsi sebagai bahan untuk menentukan metode pengumpulan data, sumber data dalam penelitian ini lebih jelasnya akan dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Prosedur penelitian kualitatif mulai dari pra lapangan, pengumpulan data data dan pasca lapangan



3.3.1 Data Primer

Sumber data utama yang digunakan adalah data Primer yang diperoleh di lokasi penelitian atau objek penelitian data yang langsung bersumber dari subjek penelitian. Dalam penelitian usaha pengumpulan data primer yang berupa opini dari subjek, hasil observasi, dokumentasi pada kejadian di perusahaan, data primer ini dibutuhkan sekali untuk keperluan keputusan. Dimana penelitian primer peneliti mengumpulkan informasi dari CEO toko *Bulkstore*, karyawan dan konsumen. Menggunakan teknik pengumpulan data dari wawancara dan dokumentasi. Dan data sekunder berasal dari laporan keuangan yang ada pada toko *Bulkstore*.

3.3.2 Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yaitu *Bulk Store* yang biasanya bersifat publik seperti tertera di dalam *website* usaha, profil biodata sosial media, yang biasanya menyajikan susunan kepemilikan usaha seperti *founder, cofounder*, atau dokumen lain yang diperlukan dalam penelitian. Yang dimana data tersebut diperoleh oleh pihak lain atau peneliti secara tidak langsung peroleh data tersebut, contohnya seperti laporan keuangan, arsip bukti surat izin usaha dan sebagainya. Dan juga dalam menyusun laporan penelitian dibutuhkan studi kepustakaan dari jurnal, buku ataupun artikel yang berhubungan dengan indikator penelitian.

Dalam penentuan narasumber penelitian dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, alasan peneliti memilih metode ini dalam penelitian GCG dibutuhkan pihak-pihak yang benar mengerti mengenai usaha Naked Inc sehingga orang-orang yang menjadi objek penelitian berdasarkan beberapa pertimbangan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan data triangulasi untuk menemukan keabsahan data dalam pada lapangan (Moleong, 2016). Pengecekan dimulai dari hasil observasi dengan kemudian dikonfirmasi dengan wawancara, lalu dikonfirmasi lagi dengan dokumen dokumen jurnal penelitian sebelumnya, dan adanya kuesioner yang diisi karyawan (Iskandar, 2009). Triangulasi ini dibutuhkan dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan pengecekan keabsahan sumber data dari sumber satu dan sumber lainnya. Dan juga pengecekan hasil pengumpulan sumber data itu diperoleh, Validitas dari data harus mencakup hal berikut yakni deskriptif, interpretasi dan teori dalam penelitian (Bachri, 2010). Pengumpulan data menggunakan beberapa metode triangulasi yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi, kuesioner dalam mendapatkan data penelitian.

3.4.1 Observasi

Teknik atau pendekatan sebagai upaya memperoleh data dengan mengamati objek secara langsung (Jogiyanto, 2008), Observasi digunakan oleh peneliti yang ingin mengetahui fenomena yang terjadi pada objek penelitian, dengan mendatangi lokasi ataupun research penelitian sebelumnya mengenai objek masalah yang dipilih. Observasi ini bertujuan mendapatkan gambaran dari apa yang hendak diteliti secara pengamatan langsung melalui online dari website usaha Naked Inc ataupun dari artikel berita yang menjadi objek penelitian dan di catat secara sistematis sehingga membentuk pola indicator yang akan diteliti yaitu 5 prinsip GCG *Good Corporate Governance*. Pertama tama peneliti menentukan latar belakang dan tujuan mengapa melakukan observasi kemudian baru melaksanakan observasi. Observasi yang dilakukan dengan melihat kegiatan usaha yang ada, lalu

mengamati kinerja perusahaan dalam penerapan prinsip GCG dan setelah melakukan observasi menghasilkan laporan observasi. Penelitian ini menggunakan observasi perilaku dan non perilaku.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan metode yang paling tepat dalam berbagai penelitian. Dan cara yang banyak digunakan, wawancara adalah kegiatan bertukar informasi hal ini dilakukan oleh dua pihak dimana ada pewawancara dan narasumber, atau metode ini dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian. Wawancara dilaksanakan secara semi terstruktur. Pewawancara menyiapkan pertanyaan yang akan dilemparkan kepada narasumber sesuai dengan masalah penelitian. Dan narasumber menjawab dan tidak menutup kemungkinan ada pertanyaan lain yang diluar topik yang terjadi secara alamiah (Narse, I. M., & Irawanto, 2014). Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai lebih dari satu informan yang mengetahui lebih mengenai perusahaan dengan alasan untuk menambah keabsahan dalam proses analisis sumber data penelitian.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang memperkuat statement penelitian dan melengkapi dari teknik wawancara sehingga memperkuat bukti lebih akurat. Bisa berbentuk gambar, video, rekaman, karya karya, fotocopy berkas, jurnal, buku, artikel yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini dalam wawancara informan dilakukan dengan tatap muka ataupun secara *online* tergantung bagaimana situasi dan kondisi. Penelitian ini dilakukan pada paruh kedua tahun 2022 mulai dari Juli – September dimana masih

ada kebijakan PPKM dimana belum bisa maksimal untuk melakukan aktivitas diluar rumah. Adapun aktivitas dapat dilakukan harus disertai dengan sertifikat vaksinasi Covid-19 maka dari itu peneliti membuat rencana wawancara online yang dilakukan dengan bantuan media online seperti Zoom, *WhatsApp* maupun *Chatting* bersama dengan para narasumber. Wawancara akan dilakukan dengan membuat jadwal terlebih dahulu dengan narasumber yang berkaitan mulai dari waktu wawancara dan menjelaskan prosedur wawancara serta gambaran garis besar keseluruhan isi dari wawancara yang akan dilakukan. Dengan adanya pedoman wawancara aspek-aspek dari prinsip GCG untuk mengingatkan peneliti dan agar proses wawancara terarah dengan baik. Karena metode wawancara yang dipilih oleh peneliti adalah semi terstruktur maka ditengah tengah wawancara peneliti juga dapat menambahkan beberapa pertanyaan diluar butir pertanyaan yang telah direncanakan sebagai bentuk tanggapan dari pernyataan narasumber sebelumnya.

3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 3.2 Instrumen Indikator pada Penelitian

| Variabel penelitian | Indikator | Prinsip GCG oleh ((KNKG), 2006) |
|---------------------|---|---|
| Transparansi | <ul style="list-style-type: none"> • Menjalankan bisnis dengan terbuka dan transparan • Memiliki kampanye pemasaran hijau yang baik • Mematuhi peraturan lingkungan • Mengumpulkan dan menyebarkan lebih banyak informasi mengenai perusahaan, seperti dampak dampak & kinerja lingkungan | Prinsip keterbukaan atau Transparansi menurut KNKG dalam penerapan prinsip transparansi perusahaan harus menyediakan informasi yang mudah diakses jelas, akurat, tepat waktu, memadai, jelas dan dapat diperbandingkan haknya mengenai pemangku kepentingan |
| Akuntabilitas | <ul style="list-style-type: none"> • Pemasok produk memenuhi permintaan akan standar produk green bisnis | Prinsip Akuntabilitas menurut KNKG adalah penerapan prinsip akuntabilitas, perusahaan harus |

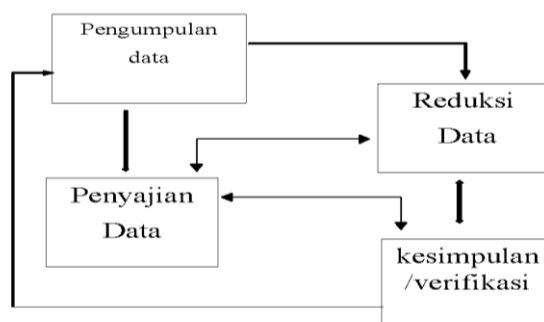
| | | |
|-----------------|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki komitmen terhadap prinsip-prinsip lingkungan dalam menjalankan bisnis • Penerapan teknologi ramah lingkungan kedalam usaha | menjelaskan tugas dan tanggung jawab, semua karyawan maupun susunan organ perusahaan harus berpegang pada etika bisnis dan juga pedoman perilaku. |
| Responsibilitas | <ul style="list-style-type: none"> • Mempublikasikan dan menerapkan tanggungjawab sosial perusahaan • Memiliki sistem pengelolaan lingkungan yang baik • Meningkatkan <i>reuse & recycling</i> (pengelolaan sampah) bahan-bahan yang digunakan dalam proses bisnis | Menurut KNKG Prinsip responsibilitas, penerapan prinsip ini harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan pada perundang-undangan, peraturan perusahaan, dan anggaran dasar. Perusahaan mematuhi aturan sehingga terpelihara kesinambungan usaha dan pengakuan untuk perusahaan sebagai good corporate citizen |
| Independensi | <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan produktivitas sumber daya manusia ataupun pelanggan pada perusahaan • Perusahaan dapat mempertahankan operasinya kemas depan • Ekspansi bisnis dimana usahanya beroperasi • Melibatkan kolaborasi dengan produk lokal dalam menjalankan bisnis | Menurut KNKG dalam Prinsip Independensi perusahaan harus tidak berpengaruh pada kepentingan tertentu, bebas dari benturan, pengaruh dan tekanan sehingga pengambilan keputusan dilakukan dengan objektif. |
| Kesetaraan | <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan lebih banyak kesempatan untuk masukan dari pemangku kepentingan kedalam pengambilan keputusan perusahaan • Mendukung pengembangan karyawan dan menambah kualitas dari kinerja karyawan | Menurut KNKG (2009) menggambarkan kesamaan kesempatan dan perilaku di dalam perusahaan harus memperhatikan kepentingan pihak lainya berdasarkan asas kewajaran |

sumber : Diolah penulis

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Triangulasi Data

Analisis data dilakukan dengan pendekatan triangulasi sumber Menurut (Bachri, 2010) Triangulasi merupakan kombinasi dari metodologi untuk memahami fenomena. Pengujian informasi dilakukan melalui pengumpulan data dengan metode yang berbeda, populasi yang berbeda, Menurut Sugiyono (2007) tujuan triangulasi sebenarnya, merupakan sesuatu yang dilakukan untuk menambah pemahaman dari peneliti terhadap fakta dan data yang telah dikumpulkan, Sugiyono menambahkan triangulasi merupakan suatu kegiatan pengecekan data penelitian sebagai sumber, Triangulasi dibagi kedalam tiga jenis yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan triangulasi sumber yaitu melakukan pengecekan data yang didapat dari lebih dari satu sumber. Membandingkan hasil dari wawancara, observasi dengan teori yang ada. Teknik analisis data menggunakan konsep dari Miles dan Huberman untuk menganalisis data hasil penelitian. Adapun model interaktif disajikan sebagai gambar berikut :



Gambar 3.1 Analisis penelitian

Penulis mengolah data dari data yang sudah terkumpul dari instrumen yang sudah disusun. Penulis menggunakan teknik analisis data menurut (Sugiyono, 2011) yaitu :

- a. Pencarian data, pada tahapan ini peneliti mencari data penelitian secara objektif dan dengan data apa adanya dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi langsung di lapangan.
- b. Reduksi data, dalam tahapan ini peneliti menggolongkan, menyortir data data yang telah terkumpul dan membuang data yang tidak perlu, lalu memisahkan data-data sesuai jenisnya. Hasil data setelah direduksi akan memberikan kemudahan dalam pengamatan tahapan selanjutnya dimana data sudah dapat dibaca karena sudah tergroup sesuai dengan kebutuhan penelitian.
- c. Penyajian data, merupakan sekumpulan dari informasi yang disajikan dalam bentuk grafis, tabel, atau matrik yang berfungsi dalam penarikan kesimpulan penelitian dan pengambilan tindakan.
- d. Pengambilan keputusan atau verifikasi, yaitu tahapan setelah data tersajikan, yang merupakan suatu upaya mencari suatu pola perilaku, tema, hubungan antara aspek-aspek, perbedaan dan persamaan dan lainnya yang berakhir kesimpulan.

Analisis penelitian ini diawali dengan mengulang catatan suara ataupun video wawancara yang dilakukan bersama dengan narasumber dan catatan pendek mengenai hal hal yang ada di wawancara dengan tujuan tidak ada informasi yang tertinggal dalam proses pengolahan data yang sudah dijelaskan diatas yaitu reduksi,

penyajian dan membuat kesimpulan. Penyajian data yang telah terkumpul dan sudah melalui proses reduksi, penyajian data penelitian ini disajikan dalam bentuk teks naratif yang mendeskripsikan prinsip-prinsip mana saja yang terimplementasikan dan keadaan prinsip GCG yang belum terimplementasi dengan baik pada UMKM Naked Inc.

3.6.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis ini yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan (Fahmi, 2013). Definisi analisis SWOT yang lainnya yaitu sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai faktor masukan, lalu kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. SWOT adalah singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (hambatan) (F. Rangkuti, 2008).

Analisis SWOT dapat memberikan gambaran keadaan usaha UMKM Toko Nol Limbah Bulkstore, dengan analisis SWOT ini diharapkan penelitian ini lebih mengarahkan UMKM untuk tetap bertahan dalam pasar, dan menjelaskan strategi keberlangsungan usaha Toko Nol Limbah berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. UMKM toko nol limbah dapat memperbaiki kinerja, baik untuk perkembangan usaha dan evaluasi usahanya. Adanya analisis SWOT ini dapat mendukung metode triangulasi data dalam Good Corporate Governance serta

Analisis SWOT ini didapat berdasarkan hasil wawancara mengenai Implementasi Good Corporate Governance. Jadi selain mengetahui apakah penerapan Good Corporate Governance sudah terlaksana dalam Naked Inc melalui triangulasi sumber, juga ada Analisis SWOT untuk menambah informasi terhadap aspek fungsional perusahaan.

Penelitian dalam implementasi GCG pada toko nol limbah ini memiliki butir pertanyaan yang outputnya adalah penentuan kinerja usaha selama ini dengan mengandung butir faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT membandingkan antara peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal dan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan. Tujuan Analisis SWOT membernarkan faktor internal dan eksternal Perencanaan strategis demi keberlangsungan usaha juga memerlukan analisa SWOT.

1) Matriks IFAS dan EFAS

a) Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Menurut David (2009), Ada lima tahap untuk menyiapkan matriks Ringkasan Analisis Faktor Internal (IFAS):

- (1) Faktor yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan.
- (2) Beri setiap faktor bobot dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan pada setiap faktor menentukan kepentingan dari faktor tersebut terhadap keberhasilan perusahaan. Terlepas dari apakah faktor kunci adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki dampak terbesar

pada kinerja organisasi harus diberikan. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1,0.

- (3) Berikan setiap faktor peringkat 1 sampai 4 untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), dan kekuatan utama (peringkat = 4). Jadi sebenarnya peringkat mengacu pada perusahaan dan bobot mengacu pada tempat perusahaan tersebut berada. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- (4) Jumlahkan skor total untuk setiap faktor. Terlepas dari berapa banyak faktor yang termasuk dalam matriks IFAS, rata-rata tertimbang keseluruhan berkisar dari yang terendah 1,0 hingga tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Rata-rata keseluruhan di bawah 2,5 menunjukkan internal perusahaan yang lemah, sementara rata-rata keseluruhan di atas 2,5 menunjukkan kesehatan internal yang baik.

b) Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Menurut David (2009), Ada lima tahap penyusunan Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS):

- 1) Faktor yang mengidentifikasi peluang dan ancaman.
- 2) Beri setiap faktor bobot dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan pada setiap faktor menentukan kepentingan dari faktor tersebut terhadap keberhasilan perusahaan.

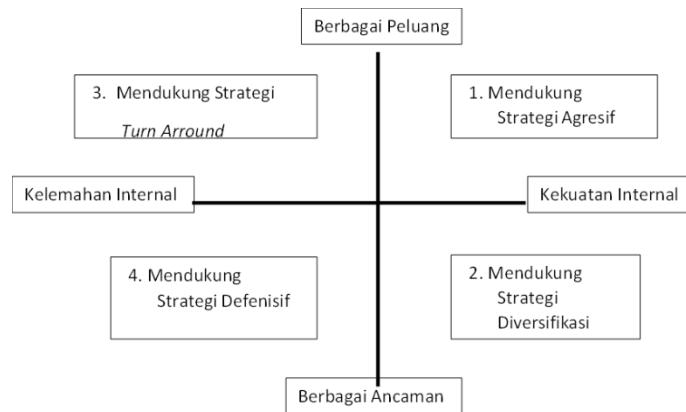
Terlepas dari apakah faktor kunci adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki dampak terbesar pada kinerja organisasi harus diberikan. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1,0.

- 3) Berikan setiap faktor peringkat 1 sampai 4 untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), dan kekuatan utama (peringkat = 4). Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- 4) Tambahkan semua skor untuk mendapatkan skor total perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu merespon faktor-faktor strategis eksternalnya. Tentu saja, dalam matriks EFAS, skor total tertinggi yang mungkin adalah 4,0 dan yang terendah adalah 1,0. Skor keseluruhan 4,0 menunjukkan pendekatan luar biasa perusahaan untuk mengatasi peluang yang ada dan menghindari ancaman di pasar industrinya. Skor keseluruhan 1,0 menunjukkan bahwa strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman eksternal.

5. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Langkah selanjutnya adalah memeriksa melalui diagram analisis SWOT, dengan membuat perpotongan antara sumbu X dan Y, Dengan membuat perpotongan antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai sumbu X diperoleh dari selisih antara

kekuatan total dan kelemahan total, dan untuk sumbu Y nilainya dari selisih antara jumlah dari nilai peluang yang diperoleh dan total ancaman.



Gambar 3.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat diartikan sebagai berikut (Freddy Rangkuti, 2003) :

1. Kuadran 1:

Kuadran ini adalah situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan keunggulan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam hal ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan aktif (growth oriented strategy). Strategi ini menunjukkan kekuatan perusahaan dan kemampuannya untuk terus berkembang dengan menangkap peluang atau peluang yang ada untuk memaksimalkan omset.

2. Kuadran 2:

Kuadran ini menunjukkan bahwa, terlepas dari ancaman, perusahaan memiliki kekuatan internal. Strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan peluang

jangka panjang melalui strategi diversifikasi (produk/pasar).

3. Kuadran 3:

Kuadran ini dengan jelas menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi yang lemah namun memiliki peluang besar untuk berkembang. Bagi perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya karena dikhawatirkan akan sulit bagi perusahaan untuk menangkap peluang yang ada dan perusahaan harus meningkatkan kinerja pihak internal

4. Kuadran 4:

Kuadran Ini adalah situasi yang sangat tidak menguntungkan karena jelas bahwa baik pihak internal maupun eksternal sangat lemah. Untuk itu, perusahaan diharapkan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan agar tidak semakin buruk dengan meningkatkan kinerja internalnya.

3. Matriks Analisis SWOT

Analisis SWOT diperlukan untuk mengevaluasi kesempatan yang dimiliki perusahaan secara strategis, Menurut Jogiyanto (2008) SWOT mengukur kesempatan dan ancaman sebagai faktor eksternal serta kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal. Analisis SWOT memiliki 4 Instrument utama yaitu, Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.

Tabel 3.3 Model Matriks SWOT atau TOWS

| | | |
|--------------------|--|--|
| IFAS | Kekuatan (S) | Kelemahan (W) |
| EFAS | Strategi SO | Strategi WO |
| Peluang (O) | <i>(Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang)</i> | <i>(Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)</i> |

| Ancaman (T) | Strategi ST <i>(Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)</i> | Strategi WT <i>(Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)</i> |
|-------------|--|--|
|-------------|--|--|

Sumber : (F. Rangkuti, 2008)

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT di atas:

- a. Strategi SO (*Strength and opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar –besarnya.
- b. Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (*Weakness and opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.