BAB IV
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Pelaksanaan proses dalam mengumpulkan data sangat perlu dilakukan sebagai penunjang dalam proses pengolahan data yang akan dilaksanakan selanjutnya. Adapun data-data yang dibutuhkan antara lain mencakup data internal perusahaan beserta data penilaian dari pelanggan.

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

CV. Elastico7 didirikan pada 07 Juni 2010 oleh dua sahabat yaitu Rizky. Didasari atas keinginan untuk dapat melakukan penerapan inovasi dan kreativitas supaya mampu hidup lebih mandiri dalam menjalankan kehidupan. Pada 14 September 2010 Elastico7 mendaftarkan patennya ke Badan Hukum HAKI (Hak Atas Karya Intelektual) Bandung dengan nomor IDM000348109.

Elastico7 menjalankan usaha pada bidang pembuatan perlengkapan untuk olahraga. Segmen pasar produk Elastico7 ini diperuntukkan bagi semua kalangan umur, khususnya untuk orang yang senang berolahraga. Kawasan pemasaran Elastico7 mencakup Indonesia dan sedang merintis *go international*.

Pada awal berdirinya, pendistribusian produk Elastico7 masih terbatas pada *local distribution* dengan dukungan berbagi status jejaring sosial dan *door to door marketing*, sebelum turut *mengendorse* kebutuhan para pemain futsal sepakbola baik sebagai individu maupun secara tim. Dalam perkembangannya, Elastico7 juga mulai merambah pada produksi *jersey*. Selain itu pula turut mendukung, mensponsori, serta menggelar beberapa *event* olahraga berskala lokal dan nasional.

Produk Elastico7 sendiri telah dipergunakan oleh sebagian besar pemain yang berlaga di kancah persepakbolaan nasional dan futsal Indonesia seperti *Indonesia Futsall League* dan *Indonesia Super League*. Beberapa tim yang telah bekerja sama dengan Elastico7 antara lain seperti Timnas Futsall Indonesia, Federasi Futsal Indonesia, Persib Bandung, Persipura Jayapura, Persija Jakarta, Vamos Futsal Mataram, dan masih banyak lagi tim-tim yang lainnya.

::repository.unisba.ac.id::

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

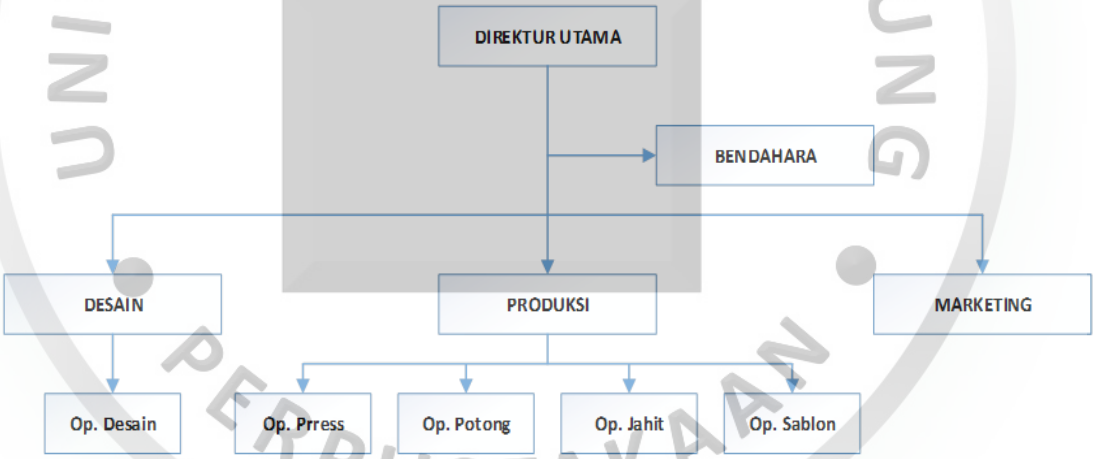
Menjadi perusahaan terdepan penghasil produk-produk olahraga terbaik di Indonesia

Misi:

1. Senantiasa melakukan inovasi dalam penyempurnaan produk
2. Menambah kepercayaan pelanggan atas produk
3. Menguatkan sistem pemasaran dengan nilai-nilai kejujuran dan ekonomis

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi yang dipakai oleh Elastico7 adalah struktur organisasi fungsional. Suatu struktur organisasi di mana wewenang dari pimpinan tertinggi dilimpahkan kepada kepala bagian yang mempunyai jabatan fungsional untuk dikerjakan kepada para pelaksana yang mempunyai keahlian khusus dan perusahaan dapat mengalokasikan sumber dayanya secara efektif. Berikut adalah struktur organisasi CV. Elastico7 dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Struktur organisasi CV. Elastico7

Berikut adalah jumlah tenaga kerja di CV. Elastico7 yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.

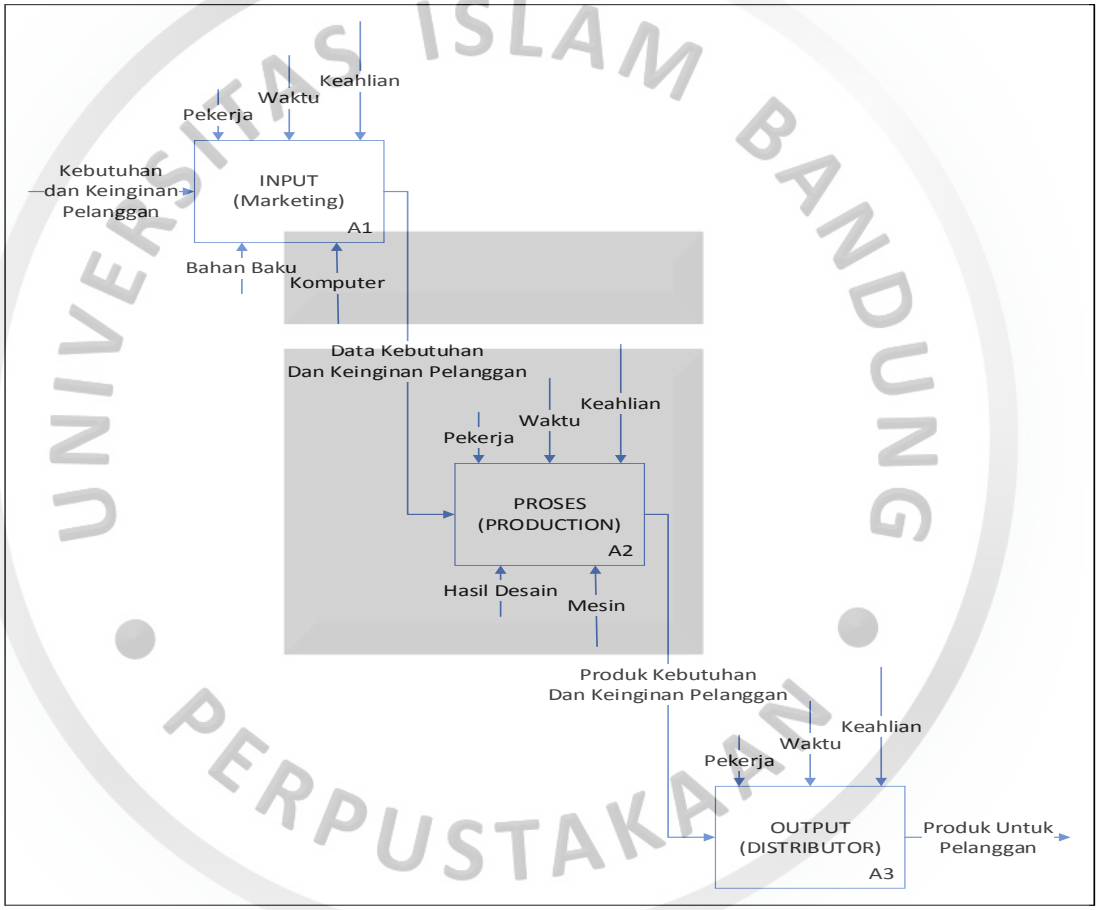
Tabel 4.1 Jumlah tenaga kerja di CV. Elastico7

Jabatan	Jumlah
Direktur Utama	1
Bendahara	1
Operator Desain	2
Operator M. Press	2
Operator M. Potong	3
Operator M. Jahit	5
Operator Sablon	8
Total	**22**

::repository.unisba.ac.id::

4.1.4 Proses Bisnis Perusahaan

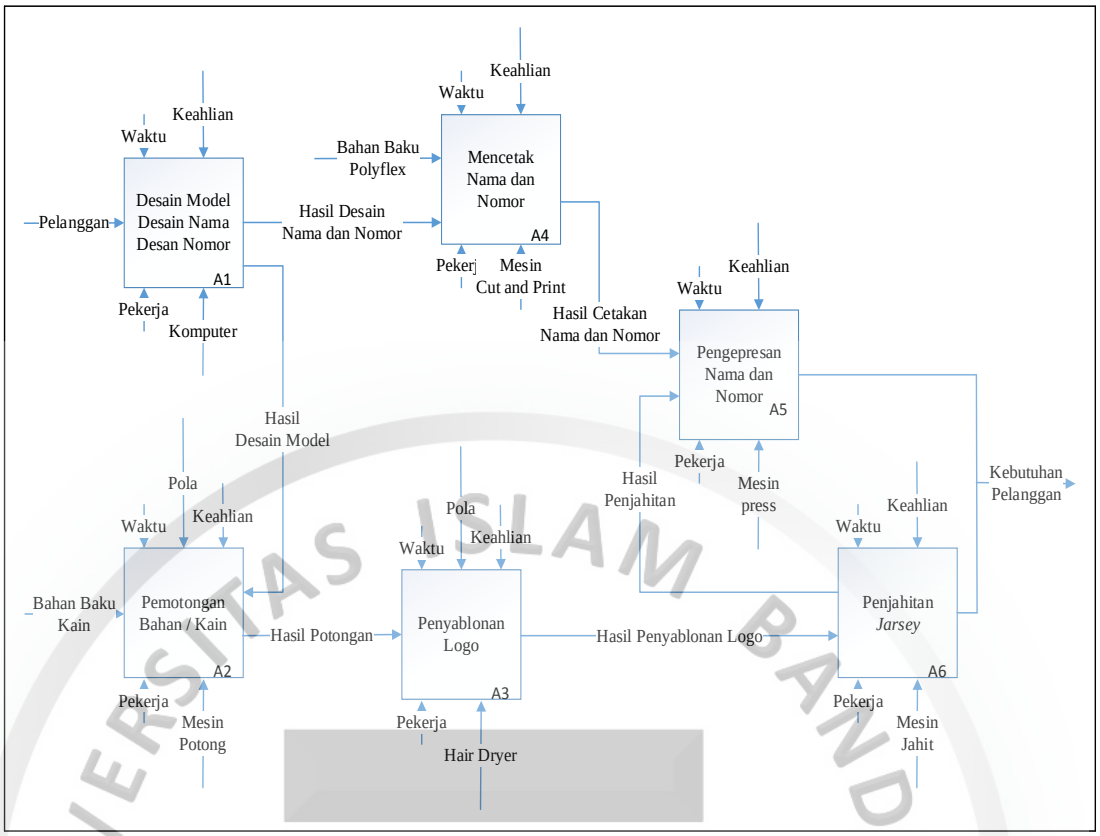
Kegiatan produksi yang dilakukan di Elastico7 didasarkan pada *order* barang yang dilakukan oleh pelanggan yang selanjutnya masuk ke bagian marketing. Pada bagian marketing akan diteruskan kepada bagian produksi untuk menciptakan produk berdasarkan keperluan dan kehendak pelanggan. Setelah produk tersebut selesai dibuat, maka produk langsung dikirimkan kepada pelanggan berdasarkan waktu yang telah ditetapkan. Elastico7 juga memproduksi barang dalam skala kecil yang akan dipasarkan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tokopedia, dan media sosial lainnya. Proses bisnis Elastico7 dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 Proses bisnis CV. Elastico7

Gambar diatas memperlihatkan bahwa mekanisme pada bagian marketing adalah sistem penjualan yang efektif, karena bagian tersebut sangat berperan untuk mendapatkan konsumen. Sedangkan bagian produksi menggunakan mekanisme *make to order*, hal itu karena barang yang akan dijual harus sesuai dengan spesifikasi yang disepakati dengan konsumen sehingga barang akan diproduksi setelah ada order masuk. Berikut merupakan alur proses produksi keseluruhan yang ada di Elastico7 dapat dilihat pada Gambar 4.3.

::repository.unisba.ac.id::



Gambar 4.3 Proses produksi keseluruhan CV. Elastico7

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa Elastico7 mempunyai proses produksi yang dimulai dengan desain model dan pemilihan jenis bahan baku kain yang akan digunakan sesuai yang diinginkan pelanggan. Selain desain model ada juga desain nama dan nomor yang dikhususkan untuk *jersey* sepak bola dengan bahan baku *polyflex*. Setelah desain model dan pemilihan bahan kain dilakukan, kain tersebut akan dipotong menggunakan mesin potong sesuai pola yang telah didesain dan kemudian akan disablon logonya sesuai desain pada tahap awal. Selanjutnya masuk ke proses penjahitan yang akan dijahit menggunakan mesin jahit. Jika yang diproduksi adalah *jersey* sepak bola, maka produk yang telah dijahit akan memasuki proses pengepresan guna untuk membuat nama dan nomor sesuai hasil yang telah didesain pada tahap awal. Untuk nama dan nomor menggunakan bahan baku *polyflex* yang akan dicetak/dipotong menggunakan mesin *cut and print*. Jika semua telah selesai, produk tersebut akan memasuki bagian *quality control* untuk dipotong/ dirapikan benang-benang bekas jahitan, serta dilihat apakah produk tersebut mengalami kecacatan, dan apakah produk itu telah sesuai dengan keinginan pelanggan.

Berikut adalah produk-produk yang dihasilkan oleh CV. Elastico7 dapat dilihat pada Gambar 4.4.

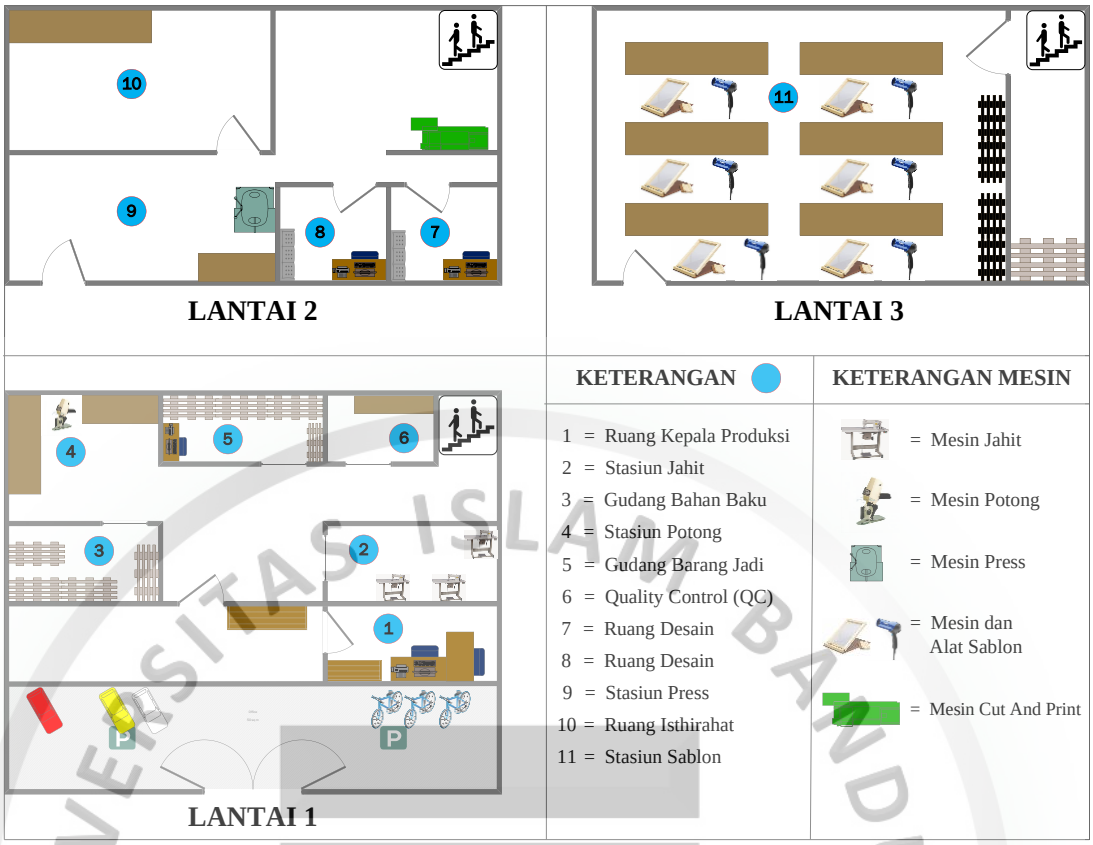
::repository.unisba.ac.id::

Gambar 4.4 Produk yang dihasilkan Elatico7

4.1.5 Tata Letak Perusahaan CV. Elastico7

Tata letak pabrik merupakan sesuatu yang mencakup desain dari bagian-bagian yang terdapat dalam perusahaan, pusat kerja dan peralatan yang membentuk proses perubahan dari bahan mentah menjadi bahan jadi. Tata letak merupakan satu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Tata letak memiliki banyak dampak strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses fleksibilitas, dan biaya, serta kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan, dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau respon cepat. Selain itu juga dengan tata letak perusahaan yang bagus, rapi dan teratur akan membuat para karyawan atau pekerja nyaman dalam melakukan aktivitasnya, hal ini juga akan membuat pelanggan merasa nyaman saat berkunjung ke Elastico7 baik untuk membeli produk atau memesan produk dari Elastico7. *Layout* CV. Elastico7 dapat dilihat pada Gambar 4.5.

::repository.unisba.ac.id::



Gambar 4.5 *Layout* CV. Elastico7

Gambar 4.5 memperlihatkan bahwa Elastico7 mempunyai 4 (empat) buah stasiun kerja dan mempunyai 3 (tiga) lantai keseluruhan. Di lantai 1 (satu) terdapat stasiun potong, stasiun jahit, gudang bahan baku, gudang barang jadi, kantor kepala produksi, dan bagian *quality control* (QC). Di lantai 2 (dua) terdapat ruang desain, mesin cetak *cut and print*, stasiun *press*, dan ruang istirahat. Sedangkan di lantai 3 (tiga) khusus untuk stasiun sablon.

4.1.6 Penyebaran Kuesioner Terbuka Internal dan Eksternal

Penyebaran kuesioner terbuka disebarkan kepada pakar atau orang yang paling mengerti dengan kondisi CV. Elastico7 dengan tujuan untuk mendapatkan variabel-variabel faktor internal dan eksternal yang nantinya akan dipakai sebagai pernyataan pada kuesioner tertutup. Berikut hasil rekapitulasi variabel faktor internal dan faktor eksternal dari penyebaran kuesioner terbuka (Lampiran 1) berdasarkan pakar (ahli) dapat dilihat pada Tabel 4.2 dan 4.3.

Tabel 4.2 Rekapitulasi variabel faktor internal

Kode	Pernyataan
A1	Kualitas produk baik
A2	Produk beragam
A3	*Brand image* sudah terkenal

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.2 Rekapitulasi variabel faktor internal

Kode	Pernyataan
A4	Desain motif unik
A5	Hasil desain sesuai permintaan
A6	Produk dijual secaran *online*
A7	Menerima penukaran produk
A8	Harga terjangkau
A9	Harga sesuai dengan kualitas produk
A10	Ada potongan harga jika beli banyak
A11	Harga lebih murah
A12	Promosi secara *online*
A13	Dapat dikirim secara *online*
A14	Selalu *update* di media sosial
A15	Spesifikasi produk jelas
A16	Lokasi aman
A17	Lahan parkir luas
A18	Tersedia ruang tunggu
A19	Tersdia papan nama di depan lokasi
A20	Lokasi mudah dijangkau

Tabel 4.3 Rekapitulasi variabel faktor eksternal

Kode	Pernyataan
A1	Masih banyak komunitas olahraga
A2	Teknologi yang modern
A3	Pangsa pasar yang luas
A4	Dapat membuka cabang
A5	Hubungan baik dengan pelanggan
A6	Pendatang baru
A7	Daya tawar pembeli yang tinggi
A8	Promosi dan inovasi pesaing lebih baik
A9	Harga bahan baku tidak stabil
A10	Persaingan harga dengan produk pesaing

4.1.6.1 Penyusunan Variabel Bauran Pemasaran 4P

Setelah mendapatkan pernyataan variabel melalui kuesioner terbuka dari pakar, maka akan dilanjutkan dengan tahap penyusunan variabel kuesioner bauran pemasaran 4P (*product, price, promotion,* dan *place*) yang akan disebarkan kepada pelanggan Elastico7. Berikut adalah rekapitulasi hasil penyusunan variabel kuesioner bauran pemasaran 4P dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Variabel bauran pemasaran 4P produk Elastico7

Dimensi	Pernyataan
Product/ Produk	Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik
	Produk yang dihasilkan Elastico7 beragam
	Brand image Elastico7 sudah terkenal luas
	Elastico7 memiliki desain motif yang unik
	Hasil desain produk sesuai dengan keinginan konsumen
	Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online*
	Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.4 Variabel bauran pemasaran 4P produk Elastico7

Dimensi	Pernyataan
Price/ Harga	Harga jual produk Elastico7 terjangkau
	Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk
	Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak
	Harga produk Elastico7 lebih murah dibanding produk sejenis lainnya
Promotion/ Promosi	Elastico7 melakukan promosi di media sosial
	Elastico7 melakukan pengiriman produk secara *online*
	Elastico7 selalu *update* di media sosial jika ada produk terbaru
	Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas
Place/ Tempat	Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman
	Lahan parkir Elastico7 cukup luas
	Tersedia ruang tunggu untuk pelanggan Elastico7
	Tersedia papan nama di lokasi Elastico7
	Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau

4.1.7 Kuesioner *Pretest*

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner sebenarnya, terlebih dulu dilakukan penyebaran kuesioner *pretest*. Kuesioner *pretest* akan disebarkan kepada 30 orang pelanggan Elastico7 untuk menguji konsep dan eksekusi yang direncanakan. Apabila kuesioner yang sudah didesain belum layak untuk disebarkan, maka perlu dilakukan perbaikan atau koreksi kembali terhadap kuesioner tersebut. Namun bila kuesioner tersebut sudah layak, barulah dapat diteruskan ke tahap selanjutnya.

Adapun hasil rekapitulasi dari penyebaran kuesioner *pretest* bauran pemasaran 4P untuk pelanggan (Lampiran 2) dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Hasil rekapitulasi kuesioner *pretest* pelanggan CV. Elastico7

Res	Var																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	1	4	5	3	3	2
2	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	2	3	3	4	3	2	2	1	4
3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	2	5	2	4	3	4
4	1	1	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	2	4	3	4	1	3	4	4
5	4	4	1	1	4	4	2	1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4
6	4	4	1	4	2	4	4	5	4	4	3	5	4	4	2	4	5	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	5	3	3	5	2	5	5	5
8	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	2	2
9	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	1	4	4	4	5	5	4	2
10	4	5	2	4	5	4	4	2	4	3	4	4	5	4	3	4	2	1	1	4
11	4	1	4	4	4	4	2	4	4	1	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5
12	4	4	2	2	4	1	4	5	5	1	4	4	5	2	2	1	1	4	4	4
13	4	4	5	4	4	5	2	1	2	4	2	1	1	4	4	1	1	2	1	4
14	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	4	5
15	4	5	5	5	3	5	2	4	5	5	4	3	4	5	2	5	2	4	4	5
16	5	5	1	5	5	1	5	4	5	4	5	4	4	5	4	1	4	2	2	4
17	4	2	2	4	4	5	3	1	5	5	1	3	4	4	5	5	3	3	5	5
18	4	5	4	5	2	3	3	1	4	4	3	2	3	5	4	3	2	1	1	2
19	4	4	1	4	4	4	3	4	5	2	3	1	4	4	5	4	4	2	4	5

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.5 Hasil rekapitulasi kuesioner *pretest* pelanggan CV. Elastico7

Res	Var																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
20	4	4	1	2	5	1	4	1	4	4	4	4	4	2	4	1	3	1	3	2
21	4	5	5	5	5	5	1	2	1	5	4	1	2	5	3	5	1	4	4	3
22	4	1	1	1	4	1	1	2	1	4	1	4	1	4	2	1	2	1	3	5
23	4	4	4	4	5	4	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	5	1	1	4
24	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	1	4	4	5
25	4	2	1	1	2	1	5	5	1	2	3	3	3	4	2	1	4	3	3	4
26	4	2	2	1	4	1	5	5	4	1	3	1	3	2	2	1	2	3	2	1
27	5	2	1	4	2	3	5	2	3	5	2	2	4	2	1	4	1	1	3	4
28	4	1	1	1	4	4	2	4	4	1	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4
29	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	2	1	3	5
30	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	2	3	3	4	3	5	4	4	2

4.1.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ciri dari ukuran dari derajat ketepatan pengukuran sebuah instrumen tes (kuesioner) dalam mengukur apa yang hendak peneliti ukur. Uji validitas konstruk dapat dilakukan melalui proses perhitungan korelasi antara tiap pernyataan dengan skor total dengan menggunakan formula teknik korelasi "*Product Moment*" yang ditunjukkan pada persamaan Rumus 2.1.

Berikut merupakan contoh dari hasil perhitungan korelasi *product moment* untuk pernyataan ke-1 "Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik" dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Perhitungan uji validitas pernyataan ke-1

Res	X	Y	X^2	Y^2	X.Y
1	4	79	16	6241	316
2	4	68	16	4624	272
3	5	81	25	6561	405
4	1	62	1	3844	62
5	4	63	16	3969	252
6	4	75	16	5625	300
7	5	88	25	7744	440
8	1	28	1	784	28
9	4	81	16	6561	324
10	4	69	16	4761	276
11	4	74	16	5476	296
12	4	63	16	3969	252
13	4	56	16	3136	224
14	4	81	16	6561	324
15	4	81	16	6561	324
16	5	75	25	5625	375
17	4	73	16	5329	292
18	4	61	16	3721	244
19	4	71	16	5041	284
20	4	58	16	3364	232
21	4	70	16	4900	280
22	4	44	16	1936	176
23	4	71	16	5041	284
24	5	87	25	7569	435

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.6 Perhitungan uji validitas pernyataan ke-1

Res	X	Y	X^2	Y^2	X.Y
25	4	54	16	2916	216
26	4	49	16	2401	196
27	5	56	25	3136	280
28	4	60	16	3600	240
29	4	79	16	6241	316
30	4	74	16	5476	296
Total	**119**	**2031**	**495**	**142713**	**8241**

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r = \frac{30(8241) - (119*2031)}{\sqrt{[(30*495) - (119)^2][(30*142713) - (2031)^2]}}$$

r = 0,534

Hasil perhitungan memperlihatkan bahwa nilai *product moment* sebesar 0.534 sedangkan nilai r tabel dengan derajat kebebasan N-2 = 30-2 = 28 dan tingkat signifikan 0,05 adalah 0.361. Dengan demikian r hitung = 0.534 > r tabel = 0.361, sehingga dapat dikatakan pernyataan tersebut valid, artinya untuk pertanyaan ke-1 "Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik" dinyatakan valid. Berikut hasil perhitungan dari nilai korelasi untuk setiap pernyataan dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Hasil perhitungan nilai korelasi hitung dan tabel untuk setiap pernyataan

No	Pernyataan	Nilai Korelasi *Product Moment*		Ket
		Hitung	Tabel	
1	Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik	0.534	0.361	Valid
2	Produk yang dihasilkan Elastico7 beragam	0.668	0.361	Valid
3	*Brand image* Elastico7 sudah terkenal luas	0.490	0.361	Valid
4	Elastico7 memiliki desain motif yang unik	0.756	0.361	Valid
5	Hasil desain produk sesuai dengan keinginan konsumen	0.366	0.361	Valid
6	Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online*	0.694	0.361	Valid
7	Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat	0.388	0.361	Valid
8	Harga jual produk Elastico7 terjangkau	0.439	0.361	Valid
9	Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk	0.638	0.361	Valid
10	Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak	0.409	0.361	Valid
11	Harga produk Elastico7 lebih murah dibanding produk sejenis lainnya	0.736	0.361	Valid
12	Elastico7 melakukan promosi di media sosial	0.391	0.361	Valid
13	Elastico7 melakukan pengiriman produk secara *online*	0.422	0.361	Valid
14	Elastico7 selalu *update* di media sosial jika ada produk terbaru	0.418	0.361	Valid
15	Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas	0.387	0.361	Valid
16	Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman	0.720	0.361	Valid
17	Lahan parkir Elastico7 cukup luas	0.370	0.361	Valid
18	Tersedia ruang tunggu untuk pelanggan Elastico7	0.473	0.361	Valid
19	Tersedia papan nama di lokasi Elastico7	0.402	0.361	Valid
20	Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau	0.372	0.361	Valid

::repository.unisba.ac.id::

4.1.7.2 Uji Reliabilitas

Keandalan (*reliability*) diartikan sebagai seberapa jauh pengukuran bebas dari varians kesalahan acak (*free from random error variance*). Reliabilitas dapat pula dijelaskan sebagai derajat keyakinan terhadap hasil suatu pengukuran. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk melihat seberapa stabil dan konsisten hasil pengukuran apabila dilakukan beberapa kali terhadap gejala yang homogen dan instrumen penelitian yang sama. *Software* SPSS 22.0 dipakai untuk mempermudah perhitungan dalam pengujian reliabilitas dan nilai koefisien reliabilitas (*Alpha Cronbach*) yang terendah adalah 0 sedangkan yang tertinggi adalah 1. Semakin besar nilai koefisiennya menandakan semakin kuat keandalan instrumen penelitian yang dipakai. Apabila nilai koefisien reliabilitas ≥ 0.7, dapatlah dibilang instrumen penelitian tersebut handal. Berikut adalah hasil *output* menggunakan *Software* SPSS 22.0 dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Output SPSS 22.0 dari uji reliabilitas instrumen penelitian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	63.73	167.857	.484	.840
Item_2	64.10	154.852	.597	.832
Item_3	64.97	162.033	.396	.842
Item_4	64.23	152.392	.704	.827
Item_5	63.70	171.114	.300	.845
Item_6	64.17	153.730	.628	.831
Item_7	64.23	168.116	.303	.845
Item_8	64.37	163.482	.335	.846
Item_9	64.00	158.621	.573	.834
Item_10	64.27	166.547	.318	.845
Item_11	64.20	156.648	.688	.830
Item_12	64.47	168.051	.305	.845
Item_13	64.30	168.010	.346	.844
Item_14	64.03	169.964	.357	.843
Item_15	64.63	168.999	.309	.845
Item_16	64.37	152.447	.658	.829
Item_17	64.97	167.275	.269	.848
Item_18	65.07	163.995	.386	.842
Item_19	64.57	168.116	.321	.845
Item_20	63.93	169.306	.292	.846

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diperoleh nilai *Alpha Cronbach* adalah 0.847 > 0.7. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kuesioner yang dipakai dapat dinyatakan konsisten, stabil, dan dapat diandalkan.

::repository.unisba.ac.id::

4.1.7.3 Penentuan Jumlah Sampel Sebenarnya

Kuesioner sebenarnya dibuat dengan tujuan untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap produk Elastico7. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner sebenarnya maka akan dilakukan perhitungan untuk jumlah sampel yang dibutuhkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rialdi selaku pimpinan perusahaan bahwa jumlah pelanggan Elastico7 selama tiga bulan terakhir yaitu sebanyak 253 orang. Selanjutnya melalui penggunaan rumus Slovin dengan tingkat keyakinan sebesar 90% dan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 10%, maka untuk perhitungan jumlah sampel pelanggan Elastico7 adalah:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad \text{.....(IV.1)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

e = Tingkat kesalahan (*error*) yaitu sebesar 10%

N = Jumlah populasi

Berikut hasil pehitungan dari jumlah sampel penelitian ini:

$$n = \frac{253}{1+253(0,1)^2} = 71,67 \approx 72 \text{ Responden}$$

4.1.8 Penyebaran Kuesioner Tertutup Pelanggan

Penyebaran kuesioner sebenarnya dilakukan untuk mengetahui tentang harapan dan keinginan pelanggan terhadap penawaran produk yang dilakukan oleh Elastico7. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 72 orang responden yang merupakan pelanggan Elastico7. Berikut adalah hasil rekapitulasi jawaban pelanggan terhadap kuesioner tertutup dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Hasil rekapitulasi jawaban pelanggan dari kuesioner tertutup

Res	Var																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	1	4	5	3	3	2
2	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	2	3	3	4	3	2	2	1	4
3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	2	5	2	4	3	4
4	1	1	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	2	4	3	4	1	3	4	4
5	4	4	1	1	4	4	2	1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4
6	4	4	1	4	2	4	4	5	4	4	3	5	4	4	2	4	5	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	5	3	3	5	2	5	5	5
8	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	2	2
9	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	1	4	4	4	5	5	4	2
10	4	5	2	4	5	4	4	2	4	3	4	4	5	4	3	4	2	1	1	4
11	4	1	4	4	4	4	2	4	4	1	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5
12	4	4	2	2	4	1	4	5	5	1	4	4	5	2	2	1	1	4	4	4
13	4	4	5	4	4	5	2	1	2	4	2	1	1	4	4	1	1	2	1	4
14	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	4	5

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.9 Rekapitulasi hasil kuesioner survei pelanggan

Res	Var																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
15	4	5	5	5	3	5	2	4	5	5	4	3	4	5	2	5	2	4	4	5
16	5	5	1	5	5	1	5	4	5	4	5	4	4	5	4	1	4	2	2	4
17	4	2	2	4	4	5	3	1	5	5	1	3	4	4	5	5	3	3	5	5
18	4	5	4	5	2	3	3	1	4	4	3	2	3	5	4	3	2	1	1	2
19	4	4	1	4	4	4	3	4	5	2	3	1	4	4	5	4	4	2	4	5
20	4	4	1	2	5	1	4	1	4	4	4	4	4	2	4	1	3	1	3	2
21	4	5	5	5	5	5	1	2	1	5	4	1	2	5	3	5	1	4	4	3
22	4	1	1	1	4	1	1	2	1	4	1	4	1	4	2	1	2	1	3	5
23	4	4	4	4	5	4	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	5	1	1	4
24	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	1	4	4	5
25	4	2	1	1	2	1	5	5	1	2	3	3	3	4	2	1	4	3	3	4
26	4	2	2	1	4	1	5	5	4	1	3	1	3	2	2	1	2	3	2	1
27	5	2	1	4	2	3	5	2	3	5	2	2	4	2	1	4	1	1	3	4
28	4	1	1	1	4	4	2	4	4	1	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4
29	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	2	1	3	5
30	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	2	3	3	4	3	5	4	4	2
31	3	1	2	1	4	2	4	4	2	4	1	4	4	1	4	2	4	1	2	2
32	4	1	3	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	1	3	1	4
33	2	3	3	2	3	5	5	5	4	4	2	1	5	1	3	1	1	1	4	5
34	3	2	5	4	2	4	1	4	4	4	5	2	1	4	4	2	4	4	1	1
35	1	1	1	1	3	4	4	5	4	4	1	4	5	1	5	1	3	5	2	4
36	4	4	2	1	5	2	4	5	4	4	2	3	4	4	4	5	1	1	4	4
37	3	3	4	5	4	4	4	4	5	5	1	4	4	4	4	5	1	4	4	4
38	4	2	1	2	3	3	4	5	2	4	4	1	5	2	5	3	3	4	3	1
39	2	4	4	4	2	4	4	4	2	5	1	4	2	2	3	2	4	4	4	1
40	4	1	2	3	1	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	2	5	2	5	4
41	4	1	2	2	1	5	4	4	5	1	2	1	5	5	4	4	3	4	2	1
42	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	2	2	5	4	2	1	2	5	4	2
43	4	1	5	3	1	3	4	1	4	3	4	4	5	1	3	4	4	2	3	2
44	5	4	1	1	3	4	4	4	5	5	2	1	4	1	3	5	4	4	4	1
45	4	2	3	2	5	2	4	4	5	1	3	3	5	2	4	5	4	5	1	5
46	5	2	3	5	3	1	4	4	4	5	1	4	4	1	4	5	4	5	4	5
47	4	1	4	1	3	1	4	1	5	4	1	2	1	1	3	4	4	4	4	1
48	3	1	1	4	2	4	4	1	2	4	2	4	1	4	4	4	5	3	5	2
49	2	3	5	1	4	4	5	4	5	4	2	2	4	4	4	5	2	4	3	4
50	3	3	1	4	5	3	4	1	2	2	2	1	3	1	4	2	2	5	4	3
51	5	1	2	4	4	4	1	2	3	4	5	2	1	5	5	2	4	2	4	2
52	4	1	4	4	5	4	4	2	5	4	1	4	4	2	1	3	5	5	2	4
53	4	1	1	3	1	4	3	5	4	5	4	4	5	2	1	4	4	5	3	4
54	4	3	1	4	5	5	4	1	5	1	4	1	2	5	4	4	4	1	3	1
55	4	1	4	5	5	1	3	4	4	1	4	1	4	1	4	1	1	5	4	4
56	3	4	4	2	1	1	2	4	1	3	4	1	4	4	3	2	4	3	3	4
57	5	3	2	3	4	4	1	5	4	4	3	4	5	5	2	1	2	4	2	3
58	4	4	4	1	4	1	4	2	4	3	4	4	5	1	4	4	1	1	2	4
59	2	1	1	4	1	1	1	2	1	1	4	2	4	4	3	1	1	5	4	4
60	4	3	4	4	5	2	4	1	5	3	2	4	5	1	1	1	3	1	2	4
61	5	2	4	5	4	1	4	1	2	4	1	4	4	4	4	2	4	4	1	3
62	5	4	2	4	1	5	5	4	4	4	4	1	2	1	5	1	1	5	4	4
63	1	4	4	4	2	5	3	4	1	4	1	4	5	1	1	4	4	1	1	5
64	4	1	1	4	5	1	1	1	1	5	3	4	4	3	5	1	4	4	2	4
65	5	4	2	5	3	2	2	1	5	2	3	2	4	4	1	4	1	2	2	1
66	3	4	2	2	5	3	2	4		4	4	4	4	2	4	1	4	1	2	4
67	3	2	4	4	3	3	2	1	2	1	4	2	5	2	4	5	2	4	1	1
68	4	2	4	3	5	4	1	1	5	4	4	2	4	1	2	2	2	2	2	1
69	2	2	4	5	1	1	3	2	3	4	2	1	4	2	1	2	2	1	4	4

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.9 Rekapitulasi hasil kuesioner survei pelanggan

Res	Var																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
70	4	4	2	1	4	2	5	1	4	1	2	4	2	2	2	4	4	1	2	4
71	4	2	5	4	2	5	2	4	1	4	2	4	5	1	2	3	1	3	3	2
72	1	4	1	2	4	3	1	1	3	3	1	4	3	2	1	4	1	1	1	1

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan, maka diperoleh hasil penilaian pelanggan terhadap produk Elastico7. Selanjutnya akan dilakukan rekapitulasi nilai rata-rata kuesioner dari setiap pernyataan pelanggan untuk melihat jawaban mana yang memiliki potensi kekuatan dan kelemahan terhadap produk *jersey* Elastico7. Berikut adalah rekapitulasi nilai rata-rata dari masing-masing pernyataan dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Rekapitulasi rata-rata nilai kuesioner

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik	3.681
2	Produk yang dihasilkan Elastico7 beragam	2.875
3	*Brand image* Elastico7 sudah terkenal luas	2.778
4	Elastico7 memiliki desain motif yang unik	3.278
5	Hasil desain produk sesuai dengan keinginan konsumen	3.556
6	Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online*	3.264
7	Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat	3.361
8	Harga jual produk Elastico7 terjangkau	3.139
9	Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk	3.577
10	Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak	3.444
11	Harga produk Elastico7 lebih murah dibanding produk sejenis lainnya	2.986
12	Elastico7 melakukan promosi di media sosial	2.972
13	Elastico7 melakukan pengiriman produk secara *online*	3.639
14	Elastico7 selalu *update* di media sosial jika ada produk terbaru	2.958
15	Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas	3.153
16	Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman	3.083
17	Lahan parkir Elastico7 cukup luas	2.806
18	Tersedia ruang tunggu untuk pelanggan Elastico7	2.917
19	Tersedia papan nama di lokasi Elastico7	2.944
20	Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau	3.292

Perry L. Johnson pada bukunya *Meeting The New International Standard* telah menyusun daftar penilaian penerapan sistem mutu ISO 9001 yang disusun berdasarkan urutan yang dibutuhkan. Pada acuan yang diterapkan oleh Perry L. Johnson memiliki rentang antara 0-1200 yang dibagi ke dalam 4 interval yaitu 0-300, 301-600, 601-900, dan 901-1200. Untuk memudahkan rentang dalam penelitian ini maka dilakukan pengubahan rentang menjadi 0-5, yang dibagi ke dalam 4 interval yaitu sebagai berikut:

$0 \leq V_j \leq 2$ dinyatakan sebagai katagori **"Buruk"**

$2 \leq V_j \leq 3$ dinyatakan sebagai katagori **"Lemah"**

$3 \leq V_j \leq 4$ dinyatakan sebagai katagori **"Cukup"**

::repository.unisba.ac.id::

$4 \leq V_j \leq 5$ dinyatakan sebagai katagori **"Kuat"**

Dimana V_j adalah rata-rata jawaban pelanggan variabel ke-j.

Berikut adalah rekapitulasi penilaian pelanggan terhadap penyataan pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Rekapitulasi hasil penilaian pelanggan terhadap pernyataan kuesioner

No	Pernyataan	Rata-rata	Ket
1	Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik	3.681	Cukup
2	Produk yang dihasilkan Elastico7 beragam	2.875	Lemah
3	*Brand image* Elastico7 sudah terkenal luas	2.778	Lemah
4	Elastico7 memiliki desain motif yang unik	3.278	Cukup
5	Hasil desain produk sesuai dengan keinginan konsumen	3.556	Cukup
6	Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online*	3.264	Cukup
7	Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat	3.361	Cukup
8	Harga jual produk Elastico7 terjangkau	3.139	Cukup
9	Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk	3.577	Cukup
10	Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak	3.444	Cukup
11	Harga produk Elastico7 lebih murah dibanding produk sejenis lainnya	2.986	Lemah
12	Elastico7 melakukan promosi di media sosial	2.972	Lemah
13	Elastico7 melakukan pengiriman produk secara *online*	3.639	Cukup
14	Elastico7 selalu *update* di media sosial jika ada produk terbaru	2.958	Lemah
15	Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas	3.153	Cukup
16	Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman	3.083	Cukup
17	Lahan parkir Elastico7 cukup luas	2.806	Lemah
18	Tersedia ruang tunggu untuk pelanggan Elastico7	2.917	Lemah
19	Tersedia papan nama di lokasi Elastico7	2.944	Lemah
20	Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau	3.292	Cukup

4.1.9 Rekapitulasi Faktor Internal dan Eksternal

Setelah melakukan penyebaran kuesioner terbuka dan tertutup berupa faktor internal dan eksternal perusahaan, maka diperoleh variabel-variabel yang menjadi kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman perusahaan. Untuk kekuatan diambil dari tingkat rata-rata jawaban pelanggan dengan indikator "kuat dan cukup", sedangkan untuk kelemahan diambil dari tingkat rata-rata jawaban pelanggan dengan indikator "lemah." Berikut rekapitulasi hasil kekuatan dan kelemahan perusahaan yang diperoleh berdasarkan survei pelanggan Elastico7 dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Rekapitulasi variabel faktor internal perusahaan

No	Kekuatan/*Strength*
S-1	Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik
S-2	Elastico7 memiliki desain motif yang unik
S-3	Hasil desain produk sesuai dengan keinginan konsumen
S-4	Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online*
S-5	Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat
S-6	Harga jual produk Elastico7 terjangkau
S-7	Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.12 Rekapitulasi variabel faktor internal perusahaan

No	Kekuatan/*Strength*
S-8	Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak
S-9	Elastico7 melakukan pengiriman produk secara *online*
S-10	Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas
S-11	Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman
S-12	Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau
No	**Kelemahan/*Weakness***
W-1	Produk yang dihasilkan Elastico7 beragam
W-2	Brand image Elastico7 sudah terkenal luas
W-3	Harga produk Elastico7 lebih murah dibanding produk sejenis lainnya
W-4	Elastico7 melakukan promosi di media sosial
W-5	Elastico7 selalu *update* di media sosial jika ada produk terbaru
W-6	Lahan parkir Elastico7 cukup luas
W-7	Tersedia ruang tunggu untuk pelanggan Elastico7
W-8	Tidak tersedia papan nama di lokasi Elastico7

Faktor eksternal peluang beserta ancaman diambil berdasarkan jawaban pakar pada kuesioner terbuka sebelumnya. Berikut rekapitulasi hasil peluang dan ancaman perusahaan yang diperoleh dari jawaban pakar dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Rekapitulasi variabel faktor eksternal perusahaan

No	Peluang/*Opportunity*
O-1	Masih banyak komunitas olahraga
O-2	Teknologi yang modern
O-3	Pangsa pasar yang luas
O-4	Dapat membuka cabang di wilayah lain
O-5	Hubungan baik dengan pelanggan
No	**Ancaman/*Threats***
T-1	Pendatang baru di bidang usaha yang sama
T-2	Daya tawar pembeli yang tinggi
T-3	Promosi dan inovasi pesaing lebih baik
T-4	Harga bahan baku tidak stabil
T-5	Persaingan harga dengan produk pesaing

4.2 Pengolahan Data

Sesudah data telah berhasil dikumpulkan, sehingga diperoleh informasi yang diperlukan, maka dilakukan proses pengolahan data terhadap data yang terkumpul. Pengolahan data pada penelitian ini meliputi penyusunan matriks-matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), *Internal-External* (IE), *Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT), dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

4.2.1 Matriks IFE dan EFE

Setelah melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, maka dilakukan penyusunan Matriks IFE dan EFE yang terdiri dari kekuatan (*strengths*) beserta kelemahan (*weakness*) dari perusahaan dan peluang (*opportunities*) beserta

::repository.unisba.ac.id::

ancaman (*threaths*) bagi perusahaan. Matriks IFE dan EFE ini akan menghasilkan output yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan kekuatan (*strengths*) beserta peluang (*opportunities*) semaksimal mungkin dan mengurangi kelemahan (*weakness*) beserta ancaman (*threaths*) seminimal mungkin. Pada Matriks IFE dan EFE ini akan diberikan bobot dan rating langsung terhadap variabel faktor internal (*internal factor*) dan eksternal (*external factor*) oleh lima orang pakar atau pihak internal perushaan yakni Direktur Utama, Kepala Produksi, Kepala Marketing, Kepala Desain, dan Bendahara.

4.2.1.1 Matriks IFE

Sesudah mengidentifikasi faktor-faktor kunci internal, maka selanjutnya dilakukan pemberian rating dan bobot pada faktor kunci tersebut. Bobot didapat dari jumlah jawaban total dari setiap variabel dibagi dengan total jumlah jawaban dari seluruh variabel, sedangkan rating didapat dari jumlah jawaban total dari setiap variabel dibagi dengan rating tertinggi. Tujuan dari identifikasi pada faktor kunci internal adalah untuk mengelompokkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan Elastico7. Besar kecilnya kekuatan dan kelemahan faktor-faktor bagi Elastico7 ditunjukkan melalui ratingnya, sedangkan prioritas kepentingan faktor-faktor bagi Elastico7 ditunjukkan melalui bobotnya. Berikut perhitungan rating dan bobot pada matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Matriks *internal factor evaluations* (IFE) Elastico7

No	Kekuatan/*Strength*	Bobot (%)	Rating	Skor
S-1	Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik	0.071	4	0.268
S-2	Elastico7 memiliki desain motif yang unik	0.064	3	0.206
S-3	Hasil desain produk sesuai dengan keinginan konsumen	0.064	4	0.271
S-4	Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online*	0.064	4	0.258
S-5	Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat	0.067	4	0.283
S-6	Harga jual produk Elastico7 terjangkau	0.071	4	0.296
S-7	Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk	0.071	4	0.310
S-8	Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak	0.058	4	0.233
S-9	Elastico7 melakukan pengiriman produk secara *online*	0.067	4	0.283
S-10	Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas	0.061	3	0.209
S-11	Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman	0.067	4	0.256
S-12	Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau	0.067	3	0.229
W-1	Produk yang dihasilkan Elastico7 kurang beragam	0.028	2	0.050
W-2	*Brand image* Elastico7 belum terkenal luas di pasaran	0.028	1	0.039
W-3	Harga produk Elastico7 lebih mahal dibanding produk sejenis lainnya	0.028	2	0.044
W-4	Elastico7 kurang melakukan promosi di media sosial	0.015	2	0.028
W-5	Elastico7 kurang *update* di media sosial jika ada produk terbaru	0.021	1	0.030
W-6	Lahan parkir Elastico7 kurang luas	0.034	2	0.074
W-7	Tidak tersedia ruang tunggu khusus untuk pelanggan Elastico7	0.031	2	0.067
W-8	Tidak tersedia papan nama di lokasi Elastico7	0.021	2	0.039
Total		**1.000**		**3.474**

::repository.unisba.ac.id::

Elastico7 mendapatkan total skor dari hasil perhitungan matriks IFE sebesar **3,474**. Faktor yang merupakan kekuatan utama Elastico7 dengan skor terbesar **0.310** adalah "Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk." Hal tesebut diharapkan dapat menjadi kekuatan utama Elastico7 dalam mengimbangi kelemahannya. Adapun kelemahan utama Elastico7 dengan skor terendah **0.028** adalah "Elastico7 kurang melakukan promosi di media sosial."

4.2.1.2 Matriks EFE

Pembentukan matriks EFE memiliki cara yang agak mirip dengan matriks IFE. pada matriks IFE yang digunakan kekuatan dan kelemahan, maka pada matriks EFE ini yang digunakan adalah faktor peluang dan ancaman. Berikut adalah perhitungan bobot dan rating matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15 Matriks *eksternal factor evaluations* (EFE) Elastico7

No	Peluang/ *Opportunity*	Bobot (%)	Rating	Skor
O-1	Masih banyak komunitas olahraga	0.135	4	0.594
O-2	Teknologi yang modern	0.141	4	0.536
O-3	Pangsa pasar yang luas	0.153	4	0.583
O-4	Dapat membuka cabang di wilayah lain	0.153	3	0.521
O-5	Hubungan baik dengan pelanggan	0.135	4	0.540
No	**Ancaman/ *Threats***	**Bobot (%)**	**Rating**	**Skor**
T-1	Pendatang baru di bidang usaha yang sama	0.049	1	0.069
T-2	Daya tawar pembeli yang tinggi	0.080	2	0.144
T-3	Promosi dan inovasi pesaing lebih baik	0.067	2	0.108
T-4	Harga bahan baku tidak stabil	0.043	2	0.077
T-5	Persaingan harga dengan produk pesaing	0.043	1	0.052
Total		**1.000**		**3.223**

Elastico7 mendapatkan total skor dari matriks EFE sebesar **3,223**. Kemudian dapat ditunjukkan dari hasil analisis terhadap Matriks EFE bahwa faktor yang menjadi peluang terbesar bagi Elastico7 adalah "Masih banyak komunitas olahraga" dengan skor terbesar **0.594**. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi peluang utama Elastico7 dalam mengimbangi ancaman yang ada. Adapun ancaman utama Elastico7 dengan skor terendah **0.052** adalah "Persaingan harga dengan produk pesaing."

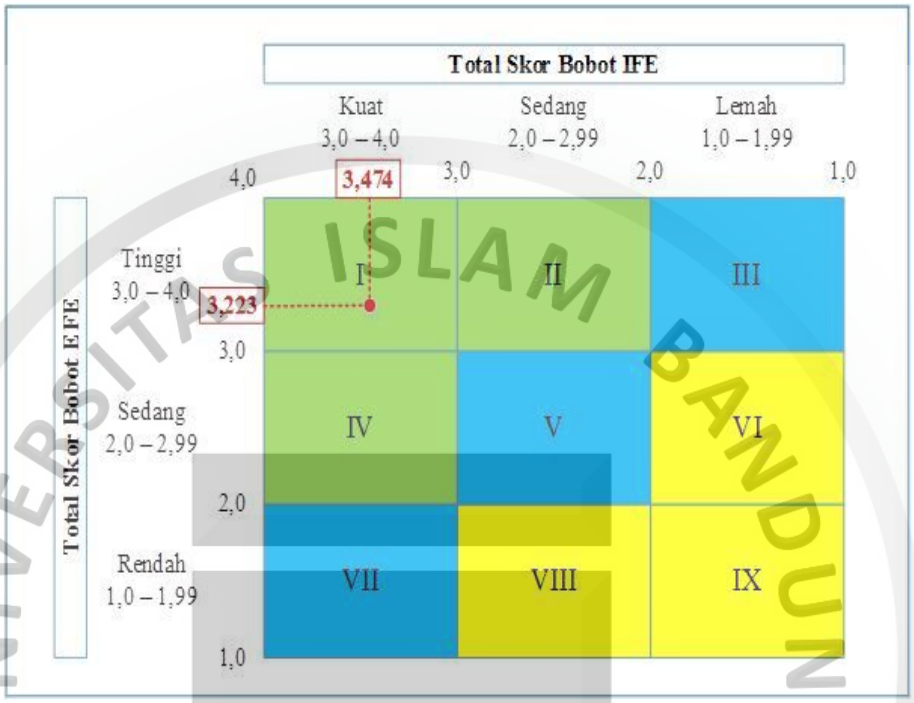
4.2.2 Matriks I-E (Internal-Eksternal)

Matriks IE disusun dari hasil matriks IFE dan EFE. Perolehan total skor dari matriks IFE sebesar **3,474** akan dimasukkan ke dalam poros x pada matriks IE, sedangkan perolehan total skor dari matriks EFE sebesar **3,223** akan dimasukkan ke dalam poros y pada matriks IE. Total skor bobot itu merupakan input bagi analisis

::repository.unisba.ac.id::

matriks IE yang nantinya akan dipetakan ke dalam matriks IE sehingga mampu ditemukan kedudukan Elastico7 saat ini dan selanjutnya dapat disusun alternatif strategi sesuai dengan keadaan Elastico7 pada matriks IE tersebut.

Berikut adalah peta matriks IE yang berdasarkan dari nilai total skor matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada Gambar 4.6.



Gambar 4.6 Peta matriks IE Elastico7

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matriks IE dapat ditunjukkan kedudukan Elastico7 terdapat dalam sel I atau termasuk dalam kategori strategi pertumbuhan (*growth strategy*), yang berarti penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal. Hal tersebut mampu diraih melalui penurunan harga, pengembangan produk baru, peningkatan mutu produk/jasa, atau perluasan jangkauan pasar. Strategi ini sangat penting pada saat perusahaan berada dalam kondisi pertumbuhan yang pesat dan kompetitor cenderung melangsungkan perang harga dalam upaya melakukan peningkatan pangsa pasar. Jadi dapatlah dikatakan perusahaan yang belum mencapai atau memperoleh keuntungan dari skala besar produksi maka akan kalah dalam persaingan, kecuali apabila perusahaan tersebut mampu untuk tetap fokus pada segmen pasar tertentu yang memberikan keuntungan.

4.2.3 Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunitiy, Threat*)

Tahap berikutnya yaitu penyusunan Matriks SWOT. Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-

::repository.unisba.ac.id::

faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan. Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan strategi W-T.

Metode analisis SWOT dianggap sebagai metode analisis untuk mendeskripsikan kondisi perusahaan yang paling mendasar. Analisa ini dilakukan tidak hanya untuk membangun sebuah perusahaan saja, namun juga untuk menjaga keberlangsungan bisnis. Melalui analisis matriks SWOT perusahaan mendapatkan gambaran utuh mengenai kondisi dan situasi yang perusahaan hadapi. Tim manajemen jadi mengetahui sisi-sisi yang selama ini tidak terlihat, sehingga dapat memaksimalkan semua potensi yang ada. Matriks SWOT dapat digunakan sebagai pedoman dalam membuat rencana dan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan secara sistematis.

Agar bisa merumuskan strategi perusahaan, maka digunakan Matriks SWOT yang melakukan perbandingan terhadap faktor internal (keluatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Dalam penyusunan matriks SWOT digunakan input dari faktor-faktor kunci Matrik IFE dan EFE sebagai faktor utama. Penyusunan matriks SWOT ini akan mendapatkan strategi berdasarkan strategi SO (*Strength-Opportunities*), ST (*Strength-Threats*), WO (*Weakness-Opportunities*), dan WT (*Weakness-Threats*). Dengan menggunakan matriks SWOT ini diharapkan dapat menemukan beberapa pilhan strategi yang baik untuk Elastico7, sampai nanti Elastico7 bisa menjalankan prioritas strategi yang didapat melalui Matriks QSPM.

Berikut adalah analisis dan perumusan strategi dari hasil kombinasi faktor internal dan eksternal (S-O, S-T, W-O, dan W-T) dapat dilihat pada Tabel 4.16.

::repository.unisba.ac.id::

Tabel 4.16 Matriks SWOT Elastico7

Strength - Weakness (Internal) / ***Opportunity - Threats (Eksternal)***	**Kekuatan/ *Strength***	**Kelemahan/ *Weakness***
	1 Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik 2 Elastico7 memiliki desain motif yang unik 3 Hasil desain produk sesuai dengan keinginan konsumen 4 Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online* 5 Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat 6 Harga jual produk Elastico7 terjangkau 7 Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk 8 Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak 9 Elastico7 melakukan pengiriman produk secara *online* 10 Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas 11 Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman 12 Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau	1 Produk yang dihasilkan Elastico7 kurang beragam 2 *Brand Image* Elastico7 belum terkenal luas dipasaran 3 Harga produk Elastico7 lebih mahal dibanding produk sejenis lainnya 4 Elastico7 kurang melakukan promosi di media sosial 5 Elastico7 kurang update di media sosial jika ada produk terbaru 6 Lahan parkir Elastico7 kurang luas 7 Tidak tersedia ruang tunggu khusus untuk pelanggan Elastico7 8 Tidak tersedia papan nama di lokasi Elastico7
Peluang/ *Opportunity* 1 Masih banyak komunitas olahraga 2 Teknologi yang modern 3 Pangsa pasar yang luas 4 Dapat membuka cabang di wilayah lain 5 Hubungan baik dengan Pelanggan	**Strategi S-O (*Strength-Opportunity*)** 1 Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga tetap terjangkau untuk menambah pangsa pasar. **(S1, S6, S7, O3, O4)** 2 Melakukan inovasi pada desain produk menggunakan teknologi yang modern dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. **(S2, S3, O2, O5)**	**Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)** 1 Melakukan produksi produk yang lebih beragam dan meningkatkan promosi di media sosial untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. **(W1, W4, W5, O1, O3, O4)** 2 Menurunkan harga jual produk untuk menarik pelanggan baru dan menyediakan ruang tunggu khusus untuk pelanggan agar pelanggan merasa nyaman. **(W3, W7, O1, O3, O5)**
Ancaman/ *Threats* 1 Pendatang baru di bidang usaha yang sama 2 Daya tawar pembeli yang tinggi 3 Promosi dan inovasi pesaing lebih baik 4 Harga bahan baku tidak stabil 5 Persaingan harga dengan produk pesaing	**Strategi S-T (*Strength-Threats*)** 1 Menjaga harga tetap terjangkau sesuai dengan kualitas produk agar dapat bersaing dengan kompetitor. **(S6, S7, T1, T5)** 2 Meningkatkan kualitas dan promosi pada bagian markeeting untuk mengatasi daya tawar yang tinggi dari pelanggan. **(S10, T2, T3)**	**Strategi W-T (*Weakness-Threats*)** 1 Mengadakan pelatihan khusus bagi setiap devisi dan ikut serta menjadi bagian pada *event* tertentu untuk mempromosikan *Brand Image*. **(W1, W2, T1, T3)** 2 Memperbaiki tata letak fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap setia. **(W6, W7, W8, T1, T2, T5)**

::repository.unisba.ac.id::

Berikut alternatif strategi yang dapat diberikan kepada Elastico7 berlandaskan dari Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17 Delapan Alternatif strategi Elastico7

Strategi	Alternatif Strategi	Hubungan
Strategi 1	Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga tetap terjangkau untuk menambah pangsa pasar.	SO-1
Strategi 2	Melakukan inovasi pada desain produk menggunakan teknologi yang modern dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.	SO-2
Strategi 3	Menjaga harga tetap terjangkau sesuai dengan kualitas produk agar dapat bersaing dengan kompetitor.	ST-1
Strategi 4	Meningkatkan kualitas dan promosi pada bagian marketing untuk mengatasi daya tawar yang tinggi dari pelanggan.	ST-2
Strategi 5	Melakukan produksi produk yang lebih beragam dan meningkatkan promosi di media sosial agar mampu memperluas jangkauan pasar.	WO-1
Strategi 6	Menurunkan harga jual produk untuk menarik pelanggan baru dan menyediakan ruang tunggu khusus untuk pelanggan agar pelanggan merasa nyaman.	WO-2
Strategi 7	Mengadakan pelatihan khusus bagi setiap divisi dan ikut serta menjadi bagian pada *event* tertentu untuk mempromosikan *brand image*.	WT-1
Strategi 8	Memperbaiki tata letak fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap setia.	WT-2

Melalui penggunaan analisis SWOT dapatlah ditunjukkan bahwa kinerja perusahaan bisa ditetapkan dari perpaduan faktor internal dan eksternal. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- **Strategi S-O**

  Strategi S-O merupakan srategi *growth* (pertumbuhan/menyerang) yang dirancang sesuai dengan pola pikir perusahaan melalui penggunaan semua kekuatan (*strengths*) untuk mendapatkan dan menggunakan kesempatan semaksimal mungkin. Elastico7 dapat melakukan strategi ini melalui cara berikut:

  1. Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga tetap terjangkau untuk menambah pangsa pasar.

     Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Dengan peningkatan mutu produk dan menjaga harga tetap terjangkau diharapkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada produk tersebut. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat pada produk Elastico7 melalui upaya tetap menjaga mutu produk sehingga dapat menarik pelanggan-pelanggan baru di pasaran untuk menggunakan produk dari Elastico7.

::repository.unisba.ac.id::

2. Melakukan inovasi pada desain produk menggunakan teknologi yang modern dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

   Inovasi merupakan transformasi pengetahuan yang telah ada atau pengetahuan baru yang menciptakan produk terbaru. Desain produk merupakan proses penciptaan produk terbaru dari perusahaan untuk dipasarkan dan dibeli oleh pelanggannya. Contohnya pada desain produk adalah banyak inovasi warna dan model. Pelanggan merupakan sumber penghasilan terbesar bagi perusahaan. Dengan demikian hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggannya harus tetap terjaga karena hal tersebut adalah modal terbesar bagi perusahaan tetap bertahan dan tumbuh maju dalam persaingan bisnis dengan kompetitornya.

- **Strategi S-T**

  Strategi ini merupakan strategi diversifikasi (produk/pasar) yang memakai kekuatan (*strength)* dari perusahaan dalam menghadapi ancaman (*threats*). Elastico7 dapat melakukan strategi ini dengan cara berikut:

  1. Menjaga harga tetap terjangkau berdasarkan mutu produk supaya mampu menyaingi kompetitor.

     Produk yang baik dengan harga yang tepat akan menarik konsumen dan menyokong perusahaan agar tetap hidup serta mendatangkan keuntungan. Meski punya produk yang baik, bila harga yang ditawarkan tidak tepat maka konsumen akan susah untuk membelinya, dan itu akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Jika sebuah perusahaan memliki produk dengan kualitas yang baik, maka perusahaan tersebut wajib menjual produk berdasarkan mutu yang dimiliki produk tersebut supaya mampu menyaingi kompetitornya.

  2. Meningkatkan kualitas dan promosi pada bagian marketing untuk mengatasi daya tawar yang tinggi dari pelanggan.

     Promosi dapat diartikan sebagai segala bentuk aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan permintaan produk. Dalam hal ini bagian marketing sangat berperan penting untuk melakukan promosi agar produknya dikenal di masyarakat. Dengan promosi yang baik akan membuat konsumen tertarik sehingga berminat untuk melakukan pembelian atas penawaran suatu produk dan akan mendatangkan keuntungan tentunya bagi perusahaan.

::repository.unisba.ac.id::

- **Strategi W-O**

  Strategi ini mendukung *Turn-Around* yang dipakai untuk menutupi kelemahan melalui pemanfaatan peluang yang dimiliki. Elastico7 dapat melakukan strategi ini melalui cara yaitu:

  1. Membuat produk yang lebih beragam dan meningkatkan promosi di media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

     Terus melakukan inovasi produk yang beragam agar untuk menjaga pelanggan tetap setia berbelanja di Elastico7. Semakin banyak ragam yang dihasilkan oleh Elastico maka akan lebih banyak pula pilihan yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Selain melakukan produksi yang beragam, Elastico7 juga harus aktif melakukan promosi di media sosial agar mampu memperluas jangkauan pasar. Pada masa sekarang, semua orang menggunakan jejaring sosial untuk melihat produk yang mereka inginkan. Melakukan promosi di media sosial akan membantu perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor dan hal ini akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

  2. Menurunkan harga jual produk untuk menarik pelanggan baru dan menyediakan ruang tunggu khusus untuk pelanggan agar pelanggan merasa nyaman.

     Strategi pemasaran produk dalam bisnis yang masih terbukti efektif sampai sekarang di antaranya adalah potongan harga (diskon). Dengan memberikan potongan harga akan menarik minat konsumen untuk berbelanja walapun mungkin sebenarnya mereka tidak terlalu membutuhkan barang tersebut, tetapi kenyataannya karena ada label diskon membuat konsumen ingin membelinya. Meskipun demikian, dalam implementasinya diperlukan strategi yang tepat dalam pemberian potongan harga supaya dapat terjadi peningkatan omzet penjualan sehingga keuntungan yang diperoleh pun akan semakin banyak. Selain itu, Elastico7 juga harus menyediakan ruangan khusus untuk pelanggannya.

- **Strategi W-T**

  Strategi bertahan (*defensive strategy*) yang dilandasi oleh aktivitas yang berupaya mengurangi kelemahan (*weakness*) dan menghindari ancaman (*threats*). Elastico7 dapat melakukan strategi ini dengan cara yaitu:

::repository.unisba.ac.id::

1. Mengadakan pelatihan khusus bagi setiap divisi dan ikut serta menjadi bagian pada *event* tertentu untuk mempromosikan *brand image*.

   Sebuah perusahaan tentunya memerlukan SDM handal. Di tengah begitu ketatnya persaingan dalam bisnis, maka peningkatan produktivitas SDM sangat diperlukan untuk menjaga berjalannya suatu perusahaan. Elastico7 harus memberikan pelatihan khusus kepada setiap divisinya karena dengan SDM yang berkualitas makan akan menghasilkan hasil yang berkualitas juga. Selain itu Elastico7 juga harus ikut mensponsori berbagai *event-event* olahraga tentunya. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan merek, logo, serta *brand image* (citra merek) Elastico7 kepada masyarakat.

2. Memperbaiki tata letak fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap setia.

   Elastico7 haruslah menciptakan lingkungan kerja secara baik yang tertata rapi dan tertib dengan pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik pula. Suasana kerja yang baik tentunya akan meingkatkan moral dan kinerja para pegawai yang bekerja. Hal ini tentunya akan mempengaruhi peningkatan kinerja karyawan sehingga diperoleh hasil kerja yang maksimal. Selain itu Elastico7 juga harus meningkatkan kualitas pelayanan. Pelanggan setia umumnya akan memberikan rekomendasi bisnis kepada relasinya akibat dari kepuasan terhadap baiknya kualitas pelayanan yang diterima olehnya, sehingga akan menambah lagi para pelanggan-pelanggan baru dan akan menambah keuntungan juga bagi perusahaan.

4.2.4 *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Perangkat yang dipakai dalam penetapan terhadap pilihan dari berbagai alternatif strategi yang sesuai dengan keadaan perusahaan pada faktor internal (*internal factor*) maupun faktor eksternal (*external factor*) secara objektif yaitu *Quantitive Strategic Planning Matrix* (QSPM). Jadi QSPM bertujuan menentukan ketertarikan relatif (*relatie attractiveness*) dari beberapa strategi terpilih untuk sehingga diperoleh strategi mana yang terbaik untuk diterapkan oleh Elastico7. Berikut adalah Matriks QSPM untuk Elastico7 dapat dilihat pada Tabel 4.18.

::repository.unisba.ac.id::

Tabel 4.18 Matriks QSPM Elastico7

No	Faktor-Faktor Kunci Internal	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
	Kekuatan/ *Strength*																	
1	Elastico7 memiliki kualitas produk yang baik	0.071	4	0.28	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21
2	Elastico7 memiliki desain motif yang unik	0.064	3	0.19	4	0.26	3	0.19	3	0.19	3	0.19	3	0.19	3	0.19	3	0.19
3	Hasil desain produk sesuai dengan keinginan pelanggan	0.064	3	0.19	4	0.26	4	0.26	3	0.19	3	0.19	3	0.19	3	0.19	3	0.19
4	Produk Elastico7 dapat dibeli secara *online*	0.064	3	0.19	3	0.19	3	0.19	3	0.19	4	0.26	3	0.19	3	0.19	3	0.19
5	Elastico7 menerima penukaran jika produk yang dikirimkan cacat	0.067	3	0.20	3	0.20	3	0.20	4	0.27	3	0.20	3	0.20	3	0.20	3	0.20
6	Harga jual produk Elastico7 terjangkau	0.071	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	3	0.21	4	0.28	3	0.21	3	0.21
7	Harga jual produk Elastico7 sesuai dengan kualitas produk	0.071	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	3	0.21	4	0.28	3	0.21	3	0.21
8	Elastico7 memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah banyak	0.058	4	0.23	3	0.17	4	0.23	4	0.23	3	0.17	3	0.17	3	0.17	3	0.17
9	Elastico7 melakukan pengiriman produk secara online	0.067	3	0.20	3	0.20	4	0.27	3	0.20	3	0.20	2	0.13	3	0.20	3	0.20
10	Spesifikasi dari produk Elastico7 yang ditawarkan sangat jelas	0.061	3	0.18	3	0.18	3	0.18	3	0.18	3	0.18	2	0.12	3	0.18	3	0.18
11	Lokasi usaha Elastico7 cukup nyaman	0.067	2	0.13	2	0.13	2	0.13	2	0.13	3	0.20	3	0.20	2	0.13	4	0.27
12	Lokasi usaha Elastico7 stratgis dan mudah dijangkau	0.067	2	0.13	2	0.13	2	0.13	2	0.13	3	0.20	2	0.13	2	0.13	3	0.20
	Kelemahan/ *Weakness*																	
1	Produk yang dihasilkan Elastico7 kurang beragam	0.028	2	0.06	2	0.06	2	0.06	2	0.06	2	0.06	1	0.03	2	0.06	1	0.03
2	*Brand image* Elastico7 belum terkenal luas dipasaran	0.028	2	0.06	2	0.06	2	0.06	3	0.08	2	0.06	1	0.03	3	0.08	1	0.03
3	Harga produk Elastico7 lebih mahal dibanding produk sejenis lainnya	0.028	2	0.06	2	0.06	3	0.08	3	0.08	2	0.06	2	0.06	3	0.08	1	0.03
4	Elastico7 kurang melakukan promosi di media sosial	0.015	2	0.03	2	0.03	3	0.05	3	0.05	2	0.03	2	0.03	3	0.05	1	0.02
5	Elastico7 kurang *update* di media sosial jika ada produk terbaru	0.021	2	0.04	2	0.04	1	0.02	3	0.06	2	0.04	2	0.04	2	0.04	1	0.02
6	Lahan parkir Elastico7 kurang luas	0.034	1	0.03	1	0.03	1	0.03	1	0.03	1	0.03	2	0.07	1	0.03	3	0.10
7	Tidak tersedia ruang tunggu khusus untuk pelanggan Elastico7	0.031	1	0.03	1	0.03	1	0.03	1	0.03	1	0.03	2	0.06	1	0.03	3	0.09
8	Tidak tersedia papan nama di lokasi Elastico7	0.021	1	0.02	1	0.02	1	0.02	1	0.02	1	0.02	2	0.04	1	0.02	3	0.06
	Total	1.00																

::repository.unisba.ac.id::

Lanjutan Tabel 4.18 Matriks QSPM Elastico7

No	Faktor-Faktor Kunci Eksternal	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
	Peluang/ *Opportunity*																	
1	Masih banyak komunitas olahraga	0.135	4	0.54	4	0.54	3	0.40	3	0.40	4	0.54	4	0.54	4	0.54	3	0.40
2	Teknologi yang modern	0.141	3	0.42	4	0.56	4	0.56	3	0.42	4	0.56	3	0.42	4	0.56	2	0.28
3	Pangsa pasar yang luas	0.153	4	0.61	4	0.61	3	0.46	3	0.46	4	0.61	4	0.61	4	0.61	3	0.46
4	Dapat membuka cabang di wilayah lain	0.153	3	0.46	3	0.46	2	0.31	2	0.31	3	0.46	2	0.31	3	0.46	3	0.46
5	Hubungan baik dengan Pelanggan	0.135	3	0.40	3	0.40	3	0.4	3	0.40	3	0.40	4	0.54	2	0.27	4	0.54
	Ancaman/ *Threats*																	
1	Pendatang baru di bidang usaha yang sama	0.049	2	0.10	2	0.10	3	0.15	3	0.15	2	0.10	1	0.05	2	0.10	3	0.15
2	Daya tawar pembeli yang tinggi	0.080	2	0.16	1	0.08	2	0.16	3	0.24	2	0.16	2	0.16	2	0.16	2	0.16
3	Promosi dan inovasi pesaing lebih baik	0.067	2	0.13	1	0.07	2	0.13	3	0.20	1	0.07	1	0.07	2	0.13	1	0.07
4	Harga bahan baku tidak stabil	0.043	2	0.09	2	0.09	2	0.09	2	0.09	1	0.04	1	0.04	2	0.09	1	0.04
5	Persaingan harga dengan produk pesaing	0.043	2	0.09	2	0.09	3	0.13	2	0.09	1	0.04	2	0.09	2	0.09	2	0.09
	Total	**1.00**		**5.85**		**5.84**		**5.72**		**5.69**		**5.77**		**5.51**		**5.66**		**5.48**

::repository.unisba.ac.id::

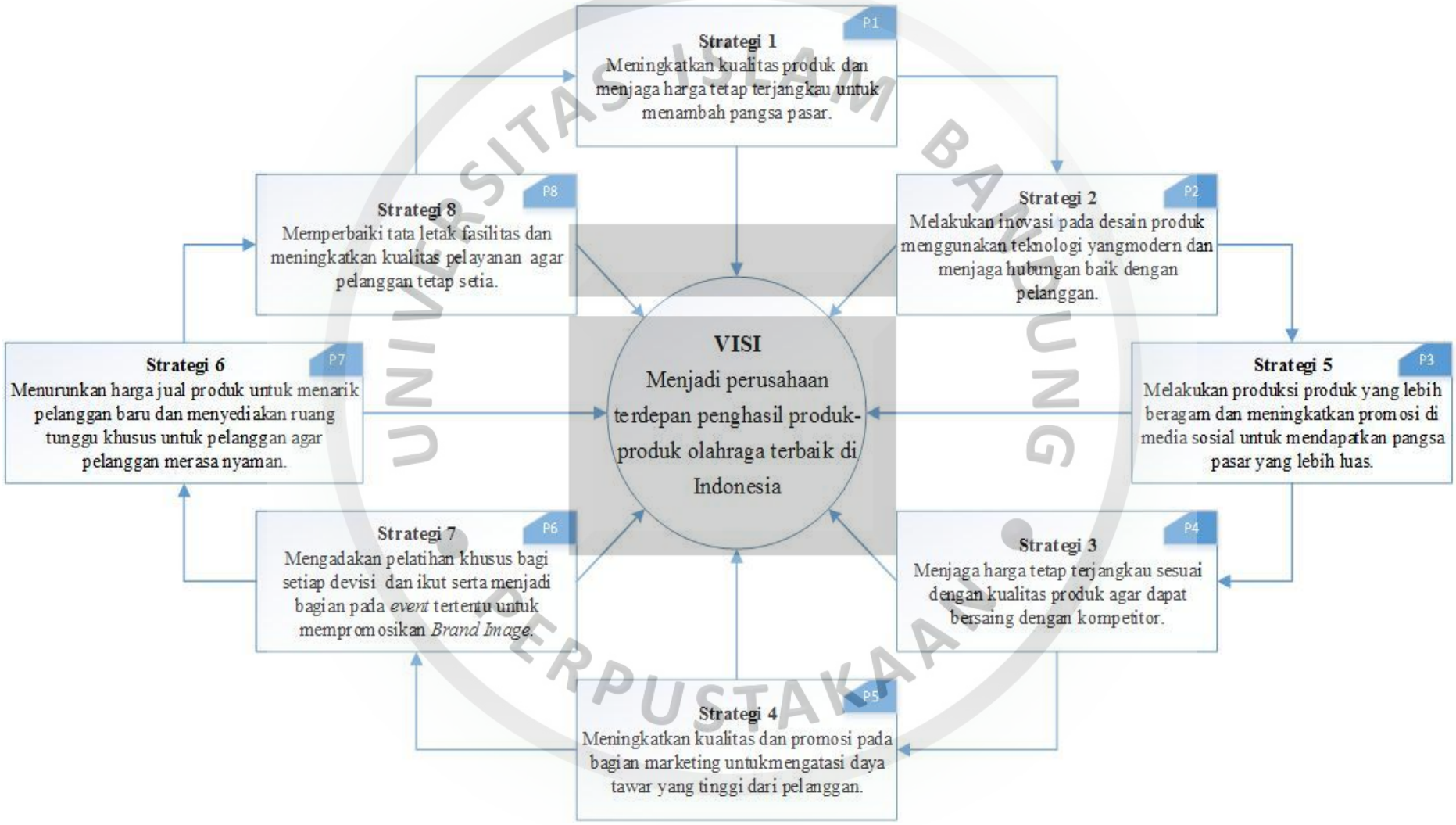
Berdasarkan perhitungan yang dilakukan pada Matriks QSPM di atas di mana nilai *attractive score* (AS) mengindikasikan daya tarik setiap strategi atas faktor kunci pada perusahaan. Nilai AS didapat dari kuesioner yang diberikan langsung pada pimpinan Elastico7, sehingga dianggap memiliki pengetahuan mengenai perkembangan perusahaan. Berikut adalah nilai *Total Attractive Score* (TAS) dan prioritas strategi untuk Elastico7 diperoleh berdasarkan Matriks QSPM dapat dilihat pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19 Urutan strategi prioritas Elastico7

Strategi	Prioritas Strategi	TAS
Strategi 1	Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga tetap terjangkau untuk menambah pangsa pasar.	5,85
Strategi 2	Melakukan inovasi pada desain produk menggunakan teknologi yang modern dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.	5,84
Strategi 5	Melakukan produksi produk yang lebih beragam dan meningkatkan promosi di media sosial untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.	5,77
Strategi 3	Menjaga harga tetap terjangkau sesuai dengan kualitas produk agar dapat bersaing dengan kompetitor.	5,72
Strategi 4	Meningkatkan kualitas dan promosi pada bagian markeeting untuk mengatasi daya tawar yang tinggi dari pelanggan.	5,69
Strategi 7	Mengadakan pelatihan khusus bagi setiap devisi dan ikut serta menjadi bagian pada event tertentu untuk mempromosikan Brand Image.	5,66
Strategi 6	Menurunkan harga jual produk untuk menarik pelanggan baru dan menyediakan ruang tunggu khusus untuk pelanggan agar pelanggan merasa nyaman.	5,51
Strategi 8	Memperbaiki tata letak fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap setia.	5,48

Berdasarkan data di atas dapat diterangkan bahwa strategi alternatif yang menjadi prioritas agar dapat diimplementasikan Elastico7 yaitu "Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga tetap terjangkau untuk menambah pangsa pasar" dengan nilai TAS terbesar yaitu 5,85. Sedangkan strategi alternatif yang dapat diimplementasikan dengan nilai TAS terkecil adalah "Memperbaiki tata letak fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap setia" dengan TAS yaitu 5,48. Gambar 4.3 merupakan peta prioritas strategi Elastico7.

::repository.unisba.ac.id::



Gambar 4.7 Peta prioritas strategi Elastico7

::repository.unisba.ac.id::

Berdasarkan peta prioritas strategi di atas dapat dilihat bahwa strategi 1 sampai dengan strategi 8 adalah saling berkaitan untuk mewujudkan misi perusahaan. Berikut adalah uraian dan usuan berdasarkan peta prioritas strategi yaitu:

- Prioritas ke-1 yaitu Startegi 1, perusahaan dituntut untuk terus melakukan peningkatan kualitas produknya dan menjaga harga tetap terjangkau agar pembeli dari kalangan menengah ke bawah juga menjadi target sasaran.
- Prioritas ke-2 yaitu Strategi 2, perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi pada desain produk, karena produk yang akan memenangkan persaingan di pasaran adalah produk-produk yang memiliki desain yang unik dan menarik. Banyak teknologi yang bisa digunakan untuk mendesain produk seperti *software* photoshop, correldraw dan masih banyak lagi yang lainnya.
- Prioritas ke-3 yaitu Strategi 5, perusahaan dituntut untuk membuat produk yang lebih beragam seperti ukuran produk dan model produk. Sekarang ini media sosial banyak digunakan untuk memperkenalkan produk secara *online*, aktif melakukan promosi dimedia sosial seperti instagram, twitter, dan faceebook akan membantu perusahaan dalam menambah pangsa pasar.
- Prioritas ke-4 yaitu Strategi 3, perusahaan dituntut untuk menjaga harga tetap terjangkau sesuai dengan kualitas produk. Dengan harga yang tentunya cocok berdasarkan mutunya maka produk itu tentunya akan mampu bersaing di pasaran.
- Prioritas ke-5 yaitu Strategi 4, perusahaan bagian marketing perusahaan harus bisa memaksimalkan promosi produk baik itu promosi secara langsung atau promosi secara tidak langsung. Meminimalkan permintaan harga tawar yang rendah terhadap produk akan membantu perusahaan mencapai tujuannya yaitu mendapatkan keuntungan/laba.
- Prioritas ke-6 yaitu Strategi 7, perusahaan dituntut untuk memberikan pelatihan khusus kepada karyawannya sesuai dengan bagian masing. Dengan *skill* dan pemahaman yang baik maka akan menghasilkan produk yang berkualitas. Salain itu, perusahaan juga harus ikut serta pada *event-event* olahraga khususnya. Hal ini sangat membantu perusahaan untuk memperkenalkan merek produknya kepada masyarakat.
- Prioritas ke-7 yaitu Strategi 6, perusahaan dituntut untuk menurunkan hara jual produknya dengan tujuan agar masyarakat yang ekonomi menengah ke bawah

::repository.unisba.ac.id::

bisa ikut membelinya. Selain itu perushaan juga harus menyediakan ruang tunggu khusus untuk pelanggan yang datang langsung ke tempat agar mereka merasa nyaman dan tidak mengganggu pekerja yang sedang bekerja tentunya.

- Prioritas ke-8 yaitu Strategi 8, perusahaan harus memperbiki tata letak fasilitas perusahaan baik itu bagian dalam atau bagian luar perusahaan. Bagian dalam perusahaan yaitu seperti ruangan-ruangan yang dipakai untuk proses produksi. Sedangkan bagian luar yaitu seperti tempat parkir kendaraan agar lebih teratur.

Jika dilihat dari misinya, Elastico7 ingin menjadi perusahaan terdepan yang menghasilkan produk-produk yang berkualitas. Untuk mewujudkan misi tersebut maka Elastico7 harus menjalankan strategi-strategi berdasarkan prioritas yang telah didapatkan melalui proses analisis pada penelitian ini.

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
PERPUSTAKAAN

::repository.unisba.ac.id::