

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Sebelum dilaksanakannya suatu penelitian, peneliti haruslah terlebih dahulu memahami dan memutuskan metode penelitian apa yang akan digunakan dalam penelitiannya. Menurut Moh. Nazir (2-11:84) “seluruh mekanisme yang dilakukan dalam merencanakan dan melaksanakan suatu penelitian” adalah pengertian dari desain penelitian.<sup>1</sup> Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa desain penelitian adalah seluruh mekanisme penelitian yang dilaksanakan oleh penulis, diawali dengan perancangan hingga penerapan pada penelitian dengan waktu yang telah ditentukan guna menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan dan penyelesaian penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis penelitian ini tidak memperoleh data berdasarkan mekanisme atau dalam rumusan hitung yang lainnya. Akan tetapi, penelitian kualitatif dilaksanakan dalam keadaan yang natural atau disebut juga dengan *natural setting*. Mekanisme penelitian ini berupaya untuk mengetahui dan menjelaskan

---

<sup>1</sup> Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.hlm.34

pengertian dari sebuah kejadian yang terkadang berdasarkan dengan pandangan peneliti. Penelitian yang menerapkan metode kualitatif bermaksud untuk menguasai objek yang diteliti secara lebih detail.<sup>2</sup>

Pada penelitian ini, mekanisme pendekatan yang digunakan adalah mekanisme pendekatan deskriptif dan berupaya untuk menguraikan peristiwa yang sedang terjadi saat ini.<sup>3</sup> Penelitian deskriptif dilaksanakan guna memberikan bayangan yang lebih mendalam tentang suatu kejadian atau peristiwa. Untuk itu, penulis bertujuan untuk mengkaji analisis SWOT pada perspektif pemberian kepemilikan emas dan agunan emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palembang Jakabaring.

## **B. Lokasi Penelitian**

Objek penelitian ini ialah produk pembiayaan kepemilikan dan gadai emas pada wilayah jakabaring tepatnya di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring yang berlokasi di Jl. Jenderal Ahmad Yani, Kelurahan 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan, Kode Pos 30252. Telp (0711) 515484.

---

<sup>2</sup> Gunawan, I. (2013). Metode penelitian kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara*, 143. hlm.80

<sup>3</sup> Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. hlm.85

### C. Populasi dan Sampel

Penelitian ini memanfaatkan *purposive sampling* dalam penarikan sampel. Menurut Sugiyono (2004) *Purposive Sampling* adalah metode penarikan contoh menggunakan keputusan yang telah ditentukan dalam memutuskan objek populasi yang sangat tepat untuk dikumpulkan informasinya.<sup>4</sup> Pihak manajemen perusahaan Bank yaitu: Kepala Cabang Bank, Branch Operation and Service Manager (BOSM), Pegawai bagian Pemasaran dan Pegawai bagian konter Pembiayaan Gadai dan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring secara terencana memilih responden. Untuk mendapatkan wawasan dan kebijakan terkait data dan informasi, pemilihan responden dilaksanakan dengan tujuan untuk menggantikan perusahaan.

**Tabel 3. 1 Karakteristik Responden**

No	Nama Responden	Jabatan	Jenis Kelamin
1	Windy Apriyanti	Branch Operation and Service Manager	Perempuan
2	Afdhal Akrom	Consumer Business Relationship Manager	Laki-laki
3	Desti Wulandari	Funding and Transaction Staff	Perempuan
4	Wenny Yulista	Back Office	Perempuan
5	Wahyu Robbini	Pawning Appraisal bagian Gadai dan Cicil Emas	Laki-laki

Sumber : Data Job Desc Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring

---

<sup>4</sup> Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hlm. 145.

## **D. Sumber Data Penelitian**

### 1. Data primer

Adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, berasal dari sumber atau tempat objek penelitian.<sup>5</sup> Data diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan para *officer* atau petugas layanan gadai Bank Syariah Indonesia, data juga didapat dari hasil pengamatan pada konter layanan gadai Bank Syariah Indonesia yang bertempat di Kantor Cabang Palembang Jakabaring. Serta pengumpulan data

### 2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, obedi dalam penelitian ini data sekunder diambil dari artikel atau jurnal, buku dan dokumen-dokumen.<sup>6</sup> Pada data dokumen peneliti meminta dari bank dan mengambil dari buku serta jurnal yang ada di internet.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data yang paling sering dilakukan dalam penelitian kualitatif. Wawancara memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data dari para responden dalam

---

<sup>5</sup> Syofian, S. (2011). *Statistika deskriptif untuk penelitian*. Cetakan Ke-2. Jakarta: PT. Raja grafindo persada.hlm.128

<sup>6</sup> Tanzeh, A. (2009). *Pengantar metode penelitian*. Yogyakarta: Teras. hlm. 58.

keadaan atau kondisi apapun.<sup>7</sup> Biasanya penelitian kualitatif menggunakan metode wawancara mendalam. In-depth interview atau wawancara secara mendalam merupakan mekanisme mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang dilakukan dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dan apabila pewawancara terhubung dengan kehidupan lama, maka wawancara dapat dilakukan dengan atau tanpa tuntunan wawancara.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan wawancara dengan para petugas atau officer yang ada pada *counter* layanan gadai Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

## 2. Pengamatan atau Observasi

ialah proses mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan mekanisme pencatatan yang terstruktur dan teliti kepada objek yang diobservasi. Pada pengumpulan data ini peneliti akan mengamati dan mengukur secara cermat dan teliti objek yang diobservasi, lalu mencatat bagaimana keadaan dan kejadian-kejadian sistematis yang terjadi secara teliti agar tidak mendapatkan data yang terlewat dari pengamatan.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan observasi pada

---

<sup>7</sup> Sarosa, S. (2012). *Penelitian kualitatif dasar-dasar*. Jakarta: Indeks. hlm. 45.

<sup>8</sup> Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media hlm. 138.

<sup>9</sup> Teguh, M. (2001). *Metodologi Penelitian Ekonomi, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hlm. 133-134.

*counter* layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palembang Jakabaring.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dalam bentuk bahan tertulis seperti buku, koran, majalah, dokumen dan lain sebagainya berdasarkan dengan masalah yang ada dalam penelitian.<sup>10</sup> Dalam pengumpulan data ini, penulis memperoleh data dari selebaran produk, photo dan dokumen SOP Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

## **F. Instrumen Penelitian**

Peneliti adalah komponen utama pada penelitian kualitatif dan penyusunan merupakan aktivitas penting dalam proses penelitian.<sup>11</sup> Akan tetapi, mengumpulkan data adalah kegiatan yang jauh lebih penting. Apalagi jika peneliti memakai yang mudah untuk di dominasi dengan unsur subjektif. Oleh sebab itu, penyusunan dalam mengumpulkan data haruslah dilakukan secara sungguh-sungguh supaya mendapatkan hasil yang tepat dengan penggunaannya.

Untuk memperoleh data yang terjamin tingkat validitas dan reliabilitasnya maka pengumpulan data dalam penelitian kualitatif haruslah terus dikontrol.

---

<sup>10</sup> Nawawi, H. H. (2005). *Metode penelitian bidang sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. hlm. 95.

<sup>11</sup> Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (JejakPublisher). hlm.56

Oleh sebab itu, penghimpun data meskipun terlihat hanya sebagai penghimpun data akan tetapi harus memenuhi dengan kualifikasi atau memiliki kemampuan yang cukup sesuai dengan ketentuan.<sup>12</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dengan melakukan pengumpulan, pengolahan dan penyajian data yang didapat supaya menghasilkan penjelasan yang detail dan sempurna sehingga pihak lain dapat dengan mudah mendapatkan perkiraan terkait karakteristik objek dari penelitiannya.<sup>13</sup> Tahapan-tahapan melakukan analisis data adalah sebagai berikut :

### 1. Tahap pengumpulan data (evaluasi faktor eksternal dan internal).

Pada tahap ini pengumpulan data di bagi menjadi dua bagian, yaitu: data *internal* dan data *external*, dalam tahap ini peneliti tidak hanya semata-mata mengumpulkan data akan tetapi juga melakukan aktivitas pengklasifikasian dan pra analisis. Pada tahap internal, peneliti melakukan wawancara secara langsung terhadap pihak bank yang merupakan pegawai Pawning Appraisal bagian Gadai dan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring. Kemudian, pada penelitian selanjutnya peneliti menyebarkan kuesioner berupa pembobotan dan pemeringkatan (*Rating*)

---

<sup>12</sup> Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.hlm74

<sup>13</sup> Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hlm. 244-245.

SWOT Produk Gadai dan cicil Emas BSI KCP Palembang Jakabaring kepada para pegawai bank yang memiliki keterkaitan dengan produk gadai dan cicil emas tersebut.

## 2. Tahap analisis SWOT.

Albert Humprey merupakan ilmuwan yang mencetuskan analisis SWOT pada tahun 1960-1970 an. Analisis ini adalah sebuah akronim dari kata SWOT yaitu: kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).<sup>14</sup> Saat melaksanakan perancangan bisnis sebelumnya kita haruslah mengkaji terlebih dahulu *internal* dan *external* yang berkesinambungan pada bisnis tersebut. Dengan menganalisis faktor-faktor tersebut kita dapat mengetahui kekuatan dan juga kelemahan yang dimiliki dari suatu perusahaan tersebut. Sebaliknya dengan melakukan analisis pada faktor *external* kita haruslah mendapatkan informasi terkait peluang atau kesempatan terbuka di perusahaan tersebut dan juga mengetahui bagaimana bentuk ancaman yang pernah dialami oleh perusahaan tersebut.. Sesudah kita memahami kelemahan, kekuatan, bentuk ancaman yang dialaminya serta kesempatan yang terbuka. Kita bisa merancang suatu strategi atau persiapan untuk mencakup tujuan yang sesuai dengan ketentuan perusahaan tersebut.

Sebuah matriks SWOT pada dasarnya ialah mengombinasikan *strength*, *weakness*, *opportunity* dan juga *threat* untuk memuat masing-

---

<sup>14</sup> Siagian, S. P. (2004). Manajemen strategik. Jakarta: Bumi Aksara. hlm 172.



masing strategi yang terbentuk dari empat kuadran (Utami, 2012).<sup>15</sup> Dalam suatu analisis SWOT adalah analisis yang paling efektif untuk melaksanakan analisis strategi, keefektifan itu dapat dilihat pada keahlian para pembuat strategi perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan peluang dan pemanfaatan kekuatan agar berguna untuk mengecilkan kelemahan dan menekan dampak dari ancaman yang harus dihadapi oleh perusahaan (Robinson, 1997).<sup>16</sup>

### 3. Matriks Faktor Strategi Eksternal dan Internal

Dalam matriks faktor strategi *external*, sebelumnya perlu untuk diketahui terlebih dahulu bentuk matriks faktor strategi *external* atau disebut dengan istilah EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*). Berikut ini ialah bentuk tabel matriks EFAS:

**Tabel 3. 2 Matriks EFAS<sup>17</sup>**

<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
Peluang			
Ancaman			
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		

Tahapan penentuan faktor strategi *external*.<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Anwar, M. C., & Utami, M. C. (2012). Analisis SWOT pada strategi bisnis dalam kompetisi pasar (studi kasus: toko pojok madura). *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 5(1).hlm.79

<sup>16</sup> Komari, A. (2016). Strategi Pemasaran Produk Indosat M3 di Kota Kediri Berdasarkan Analisis SWOT. *jmm17*, 3(02).hlm.103

<sup>17</sup> Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks IFAS-EFAS Pada CV. Dinasty. In *Seminar Nasional IENACO* (pp. 238-245).hlm.239

<sup>18</sup> Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks IFAS-EFAS Pada CV hlm. 240

- a) Pada kolom 1, tentukanlah faktor yang menjadi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi perusahaan.
- b) Pada kolom 2, berilah jumlah bobot pada masing-masing faktor dimulai dari skor 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor strategis kemungkinan bisa mengetahui ancaman dari faktor-faktor tersebut.
- c) Pada kolom 3, hitunglah jumlah rating pada masing-masing faktor dengan memberikan skor yang dimulai dari skala 4 berarti *outstanding* hingga skala 1 berarti *poor*. Hal ini mempengaruhi faktor yang ada terhadap keadaan perusahaan. Faktor peluang yang bersifat *positive* diberikan rating skor dimulai dari rating skor +4 yang diberi untuk peluang yang terus membesar, dan rating skor +1 diberi untuk peluangnya yang terus mengecil dan sebaliknya pada pemberian skor rating ancaman.
- d) Kalikan skor *rating* yang ada pada kolom 3 dengan *score* bobot pada kolom 2, sehingga mendapatkan jumlah pembobotan pada kolom 4. Dan hasil dari masing-masing faktor tersebut nilainya beragam mulai dari skor 4,0 yang berarti *outstanding* hingga 1,0 yang berarti *poor*.
- e) Untuk mendapatkan jumlah skor pembobotan untuk perusahaan, maka jumlahkanlah skor pembobotan di kolom 4. Total nilai tersebut menerangkan bagaimana faktor strategis *external* menimbulkan reaksi pada perusahaan tertentu.

Lalu dengan cara yang sama menganalisis kekuatan dan kelemahan dari strategis *internal*.<sup>19</sup> Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dirancang untuk mengidentifikasi faktor strategi *internal* dengan menggunakan kerangka *strength and weakness* suatu perusahaan. Berikut ini ialah bentuk tabel matriks IFAS.

**Tabel 3. 3 Matriks IFAS<sup>20</sup>**

<b>Faktor-faktor Strategi <i>Internal</i></b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1,00		

Tahapan menentukan factor-faktor *internal* ialah:

- a) Pada kolom 1, tentukan faktor yang menjadi kelemahan dan kekuatan dari perusahaan.
- b) Berikanlah bobot skor kepada masing-masing faktor dengan skala dimulai dari skor 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting) yang berlandaskan dari pengaruh faktor terhadap keadaan strategis perusahaan dan seluruh bobot tersebut totalnya tidak bisa lebih dari 1,0.
- c) Pada kolom 3, hitunglah jumlah rating pada masing-masing faktor dengan

<sup>19</sup> Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks IFAS-EFAS Pada CV hlm. 241

<sup>20</sup> Dosinaen, Y. P. R. P., & Sastika, W. (2019). Usulan Strategi Pemasaran Pada Pt Gunung Amal Solution International Dengan Menggunakan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Treath Dan Matriks Ifas Efas. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).Hlm.5

memberikan skor yang dimulai dari skala 4 berarti *outstanding* hingga skala 1 berarti *poor*. Hal ini mempengaruhi faktor yang ada terhadap keadaan perusahaan.

- d) Kalikan skor *rating* yang ada pada kolom 3 dengan *score* bobot pada kolom 2, sehingga mendapatkan jumlah faktor pembobotan pada kolom 4. Dan hasil dari masing-masing faktor tersebut nilainya beragam mulai dari skor 4,0 yang berarti *outstanding* hingga 1,0 yang berarti *poor*.
- e) Untuk mendapatkan jumlah skor pembobotan untuk perusahaan, maka jumlahkanlah skor pembobotan di kolom 4. Total nilai tersebut menerangkan bagaimana faktor-faktor strategis *internal* menimbulkan reaksi pada perusahaan tertentu. Jumlah skor ini dipergunakan untuk melakukan perbandingan antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain akan tetapi dalam populasi yang sama.<sup>21</sup>

#### 4. Matriks IE

Setelah mengetahui faktor strategi *external* dan *internal* perusahaan dan berikutnya adalah pembuatan matriks IE (matriks *internal* dan *external*). Matriks IE merupakan pengembangan dari GE model (*General Electric* model) Hal ini diambil berdasarkan dengan tolak ukur kekuatan *internal* perusahaan dan *external* yang dialami oleh perusahaan dan tujuan digunakannya model pengembangan ini ialah untuk mendapatkan strategi

---

<sup>21</sup> Dosinaen, Y. P. R. P., & Sastika, W. (2019). Usulan Strategi Pemasaran Pada Pt Gunung Amal Solution International Dengan Menggunakan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Treath Dan Matriks Ifas Efas.hlm.7

bisnis pada tahap korporat yang makin spesifik.

**Tabel 3. 4 Matriks Internal-Eksternal<sup>22</sup>**

	<i>HIGH (3-4)</i>	<i>MEDIUM (2-3)</i>	<i>LOW (1-2)</i>
<i>HIGH (3-4)</i>	1 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi vertical	2 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	3 <i>RETRENCHMENT</i> Strategi turn-around
<i>MEDIUM (2-3)</i>	4 <i>STABILITY</i>	5 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal atau Stability profit strategi	6 <i>RETRENCHMENT</i> Strategi divestasi
<i>LOW (1-2)</i>	7 <i>GROWTH</i> Diversifikasi konsentrik	8 <i>GROWTH</i> Diversifikasi Konglomerat	9 <i>LIKUIDASI</i>

Tabel diatas menjelaskan tentang tahapan IX sel strategi pada suatu perusahaan, dan terbagi menjadi 3 bentuk strategi utama, yaitu:

- a) *Growth Strategy* terdapat pada sel 1, 2 dan 5 atau diversifikasi yang terdapat pada sel 7 dan 8 ialah bentuk dari *growth* suatu perusahaan.
- b) *Stability Strategy* ialah penerapan strategi tanpa mengganti haluan startegi yang sudah ditetapkan.
- c) *Retrenchment strategy* terdapat pada sel 3, 6, dan 9 merupakan upaya untuk meminimalkan atau memperkecil usaha yang dilakukan oleh suatu

---

<sup>22</sup> Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. hlm.95.

perusahaan.

#### 5. Penentuan strategi

Kemudian dari hasil strategis yang telah dijelaskan dan dijabarkan, maka diambil keputusan pemilihan strategis yang dapat dengan mudah untuk dilaksanakan. Ancaman yang paling kecil dan hasil yang paling positif biasanya adalah strategi yang dipilih oleh suatu perusahaan. Dalam penyusunan faktor strategis perusahaan menggunakan alat yang disebut dengan matriks SWOT.<sup>23</sup> Alat ini dapat memberikan gambaran yang sangat jelas mengenai peluang dan ancaman *external* yang dialami suatu perusahaan serta bisa disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan. Alat ini dapat memperoleh 4 set peluang strategis alternatif.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Syafa'at, A., & Wahid, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT dengan Matrik IFAS dan EFAS di PT. Bagoes Tjipta Karya. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(3), hlm.107

<sup>24</sup> Syafa'at, A., & Wahid, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT dengan Matrik IFAS dan EFAS di PT. Bagoes Tjipta Karya, hlm.109

**Tabel 3. 5 Matriks SWOT<sup>25</sup>**

<b>IFAS</b> <b>EFAS</b>	<b>Strength (S)</b> Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	<b>Weaknesses (W)</b> Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<b>Threat (T)</b> Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Keterangan:

a) Strategi SO

Merupakan strategi yang memanfaatkan semua kekuatan (*strength*) dalam mengambil dan menggunakan peluang sebesar-besarnya, berdasarkan dengan pemikiran perusahaan.

b) Strategi ST

Merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan (*strength*) yang perusahaan miliki dalam menangani ancaman atau masalah.

c) Strategi WO

Strategi yang menerapkan penggunaan peluang untuk mengecilkan

---

<sup>25</sup> Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. hlm.102

kelemahan (*weakness*) yang ada dalam perusahaan.

d) Strategi Weakness-Threat

Merupakan strategi yang mempunyai sifat mencegah dan menjauhi ancaman serta berupaya untuk mengecilkan kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada perusahaan.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. hlm.104