

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Borg and Gall (1989) menyatakan bahwa, metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode konkrit / empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis (Sugiono, 2014).

3.2. Desain Penelitian

Pada bab ini penelitian dilakukan oleh peneliti secara sistematis sehingga menjadi pedoman dalam meneliti agar hasil yang dihasilkan dapat sesuai dengan yang telah ditetapkan.

Berikut adalah desain penelitian yang merupakan langkah-langkah dalam penyelesaian masalah dalam penelitian.



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

Berdasarkan desain penelitian pada gambar 3.1 maka masing-masing langkahnya dapat diuraikan sebagai berikut ini :

1. Menentukan Tujuan

Tujuan penelitian merupakan tahap penilaian dalam menentukan lima calon mitra usaha berprestasi yang ada sekarang ini seperti TT travel, putri persada, lucia, Celebes, dan Filkana yang nantinya data penilaian calon mitra usaha tersebut akan dirubah memakai permodelan dengan menggunakan metode AHP.

2. Mengumpulkan Data

Pengumpulan data tentang penelitian ini dilakukan di perpustakaan Universitas Putera Batam dan data yang ada di PT Bandar Madani 165 Batam, Seperti data penjual mitra usaha.

3. Analisa Masalah

Pada tahap ini penulis melakukan pengelompokkan data yang didapatkan dengan menggunakan perhitungan manual matriks menggunakan lembar kerja *Microsoft Excel*, agar data tersebut dapat di proses pada permodelan dan pada saat pengujiannya.

4. Implementasi Dengan Algoritma

Hasil dari pengolahan data yang telah didapatkan, kemudian dilakukan analisis untuk di buatnya rancangan alur. Pada tahap selanjutnya menggunakan AHP.

5. Pengujian Hasil Akhir

Pada tahapan pengujian hasil akhir yang peneliti lakukan untuk mengetahui apakah analisa yang sudah dirancang tersebut sesuai dengan apa yang peneliti harapkan. Pada tahap hasil akhir penulis menggunakan aplikasi *super decisions* untuk mencocokkan data pada AHP.

3.3. Operasional Variabel

Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini mencakup dari variabel yang akan diolah adalah penilaian kriteria yang terdiri dari Jaringan Luas, Penjualan, Publik Speker, Kontrak Kerja, dan Pengalaman. Kemudian melakukan penilaian pada alternatif yang terdiri dari lima calon mitra usaha seperti TT travel, Putri Persada, Lucia, Celebes, dan Filkana, yang telah ditentukan menggunakan perhitungan matriks untuk menentukan nilai tertinggi. Kemudian dilakukan proses pengujian akhir menggunakan software *Super Decisions* untuk mencapai hasil akhir keputusan.

3.4. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel adalah sebagai berikut :

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian atau keseluruhan dan suatu sampel. Populasi pada penelitian ini adalah penentuan kriteria pada masing-masing mitra usaha, terdiri dari lima kriteria yaitu, Penjualan, jaringan luas, publik sepeker, kontrak kerja, dan pengalaman.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari subyek dalam populasi yang diteliti. Yang sudah tentu mampu secara representative dapat mewakili populasinya. Adapun sampel pada penelitian ini adalah lima mitra usaha yang dicalonkan menjadi mitra usaha berprestasi terdiri dari mitra TT travel, Putri Persada, Lucia, Celebes. Dan filkanayang tergabung pada PT Bandar Madani 165.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun kegiatan dalam teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Teknik Pengamatan Langsung (Observasi)

Dalam pengumpulan data penulis melakukan pengamatan langsung ke perusahaan dan mengamati objek yang diteliti. Dalam teknik ini juga data juga diperoleh dari profil perusahaan, daftar mitra usaha dan lain-lain yang merupakan data pendukung.

2. Kuisioner

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada para responden dan meminta tanggapan mereka atas pertanyaan yang diajukan. Pada penelitian ini digunakan kuisioner dengan skala perbandingan.

3. Teknik Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan menejer perusahaan yang bertanggung jawab atas segala hal yang menyangkut tentang perusahaan salah satunya yang menyangkut tentang mitra usaha yang merupakan subjek dalam pengumpulan data. Penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan mitra usaha yang aktif tergabung dalam bisnis online tiketing yang sedang berjalan saat ini sebagai bahan perbandingan untuk proses pengambilan keputusan menentukan mitra usaha yang berprestasi. Adanya pemahaman masalah yang dihadapi dan mencari solusi dengan beberapa alternatif. Wawancara dilakukan secara langsung dan insentif.

4. Teknik Kepustakaan (studi literatur)

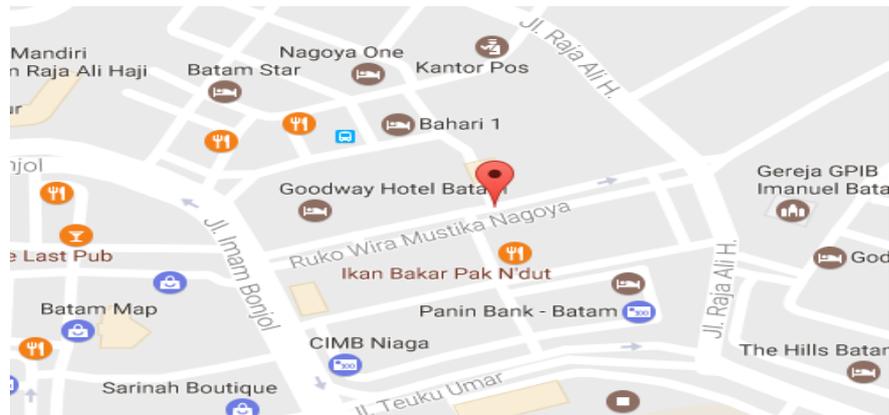
Mengumpulkan data dengan mencari informasi dari buku-buku dan jurnal yang menjadi referensi. Dalam studi pustaka, perpustakaan dan media online merupakan suatu tempat yang tepat guna untuk memperoleh informasi yang relevan untuk dikumpulkan, dibaca, diamati, dicatat, dan dimanfaatkan.

3.6. Metode Analisa Data

Teknik analisa data merupakan salah satu langkah yang paling menentukan dari sebuah penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil dari penelitian. Pada tahap ini dilakukan penganalisaan kriteria dan alternatif mitra usaha yang memenuhi syarat sebagai mitra usaha yang berprestasi. terdapat beberapa data kriteria dan alternatif yang menjadi acuan untuk meneumkan pola yang nantinya akan menentukan keputusan dalam menentukan mitra usaha berprestasi. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode perhitungan matriks manual menggunakan *Microsoft Excel* dan akan diuji lagi kedalam sebuah software *Super Decisions* yang memungkinkan untuk menyelesaikan analisa berdasarkan kriteria dan alternatif.

3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

PT Bandar Madani 165 dengan merek dagang terminal tiket batam yang beralamatkan di Komplek Ruko Nagoya Square Blok D No. 93 Batam yang terdiri dari 2 lantai, dengan total lantai 1 adalah $\pm 75 \text{ m}^2$, dengan luas detail sebagai berikut: Luas Konter 55 m^2 dan ruang administrasi 8 m^2 . Sedangkan lantai 2 terdiri dari ruang pimpinan seluas 8 m^2 dan ruang system ETC seluas 40 m^2 dan ditambah ruang meeting 6 m^2 .



Gambar 3. 2 Denah Lokasi

3.7.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Bandar Madani 165 (BM 165) yang memiliki merk dagang terminal tiket batam, didirikan secara official pada tanggal 04 April 2008, dengan komposisi penggabungan antara team Eks dari perusahaan Trining Motivasi ESQ (Emotional Spiritual Quotien) cabang Batam dengan penambahan personel baru. pendiri perusahaan bernama Yunizar Basuki Satrio. Perusahaan ini memiliki kegiatan usaha pokok dalam bidang usaha penjualan tiket penerbangan dari beberapa maskapai penerbangan yang memiliki hubungan kerja (*Partnership*) sesuai dengan prosedur yang sudah disepakati oleh pihak perusahaan dan pihak pihak maskapai penerbangan.

Adapun beberapa maskapai penerbangan yang bekerja sama dengan PT Bandar Madani 165 yaitu Air Asia, Citilink Indonesia Airlines, Garuda Indonesia Airlines, Lion Air, dan Sriwijaya Air. Setiap maskapai penerbangan mempunyai prosedur reserevasi yang berbeda tetapi data yang diperlukan tetap sama seperti nama penumpang, kontak penumpang dan informasi lainnya. Sebagai salah satu

agen dari maskapai penerbangan PT BM 165 harus mampu mengetahui informasi apa saja yang ada disetiap maskapai penerbangan tersebut. Mulai dari jadwal penerbangan yang tersedia, kursi yang masih tersedia yang akan diberikan kepada calon penumpang, harga dan lain-lain yang merupakan salah satu tanggung jawab bagi agen untuk mempromosikan tiket dari setiap maskapai penerbangan tersebut.

PT BM 165 memiliki surat pengesahan yang disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor : AHU - 21820. AH. 01.01.2008, tertanggal 29 April 2008 dan Akta Perubahan Nomor : AHU – 34188.A0H.0.02.Tahun 2013. Kemudian pada tanggal 30 Juni PT BM 165 memiliki Surat Ijin Usaha Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kota Batam dengan Nomor : 311/556/ITUP/BPW.1/IV/2008. Pada tanggal 19 Maret 2014, PT BM 165 memiliki Tanda Daftar Usaha Pariwisata dari Badan Penanaman Modal Batam (BPM) Kota Batam yang telah diperbaharui dengan Nomor : 103/BPM-BTH/TDUP/JPW/20014. Dan PT Bandar Madani 165 juga terdaftar pada Departemen Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Pajak Kota Batam, dengan Nomor : PEM – 15654/WPJ.02/KP.0803/2008.

Selain menyediakan usaha biro perjalanan wisata, PT Bandar Madani 165 juga melakukan presentasi-presentasi langsung ke perusahaan-perusahaan yang ada di Batam. Dimana adanya penawaran untuk kerja sama dengan perusahaan tersebut . berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah disepakati bersama maka kerja sama antar kedua pihak ini bisa terjalin dengan baik. Adapun beberapa perusahaan yang telah menjalin kerja sama dengan PT Bandar Madani 165 seperti: Dinas Kesehatan Kota Batam, PT Berkah Bahari Madani, PT. Halcom

Integrated Solutions, PT EPSON, OJK (Otoritas Jasa Keuangan), Protokol AD (Angkatan Darat), Protokol AL (Angkatan Laut), AU (Angkatan Udara) yang bertugas di bandara, PMP (Patria Maritim Perkasa), PBF (Pipa Mas Putih), PT Hunting Energy Asia. PT BM 165 juga menyediakan beberapa unit usaha guna menunjang operasional serta produktifitas usaha yang dikembangkan diantaranya yang pertama Unit EO (*Event Organizer*) dan Media yang menaungi seluruh aktifitas sebagai *Event Organizer*. Selain dalam kegiatan ESQ training, divisi EO memiliki beberapa kerjasama yang telah terjalin antara lain dengan Gudang Garam (*SM Enterprise*), Djarum, Bintang Toedjoe, Lion Air, Bank OCBC dan lain sebagainya. Selanjutnya yang kedua PT BM 165 mengembangkan unit usaha Web System dan Reservasi Online, pengembangan system layanan tiketing berbasis website (Electronic Transaction Centre-ETC System) yang menyediakan layanan sewa system untuk kemudahan orang-orang dalam menjalankan bisnis transaksi penjualan tiket penerbangan berbasis web, saat ini ETC Sistem memiliki jaringan lebih dari 200 mitra usaha yang tergabung dalam satu sistem yang berada di kota batam dan luar kota batam. Dan yang ketiga PT BM juga mengembangkan unit usaha baru dengan brand Lion Parcel (Lion Express) yang langsung mendapatkan penunjukan sebagai konsolidator Lion Parcel area Batam oleh Lion Air Group (Lion, Wings, Batik, Malindo, Thai Lion, Lion Bizjet, Lion Cargo dan Lion Parcel). Lion Parcel adalah unit usaha jasa titipipan dan pengiriman barang, paket, dan dokumen keseluruh indonesia dengan branding dan menjadi bagian dari Lion Air Group.

3.7.2. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan dari PT Bandar Madani 165 Batam adalah sebagai berikut :

1. Visi Perusahaan

PT Bandar Madani 165 mempunyai visi yaitu menjadi perusahaan yang mampu memberi kemanfaatan bersama secara optimal pada seluruh *Stake Holder* dan *Public*.

2. Misi Persahaan

PT Bandar Madani 165 mempunyai Misi yaitu menjadi salah satu perusahaan jasa dengan layanan prima, *zero mistake, no lost unit*, dan berkembang dengan maksimal.

Dengan memegang teguh tentang nilai-nilai sebagai berikut:

- i. Setiap langkah, gerak dan tindakan adalah ibadah pada ALLAH SWT
- ii. Kejujuran, kebenaran dan kasih sayang menjadi fondasi dan landasan.
- iii. Rendah hati, kesantunan, keramahan dan kesopanan adalah sikap utama.
- iv. Kekompakkan, kerjasama dan saling pengertian adalah komitmen kebersamaan.
- v. Kerja keras, pantang menyerah, dan selalu memperbaiki diri adalah semangat kami.
- vi. Bertanggung jawab dan mengupayakan hasil terbaik adalah budaya dan upaya kami.

vii. Kemanfaatan, kebahagiaan dan kepuasan semua pihak (*Stake Holder*) adalah sasaran utama kami.

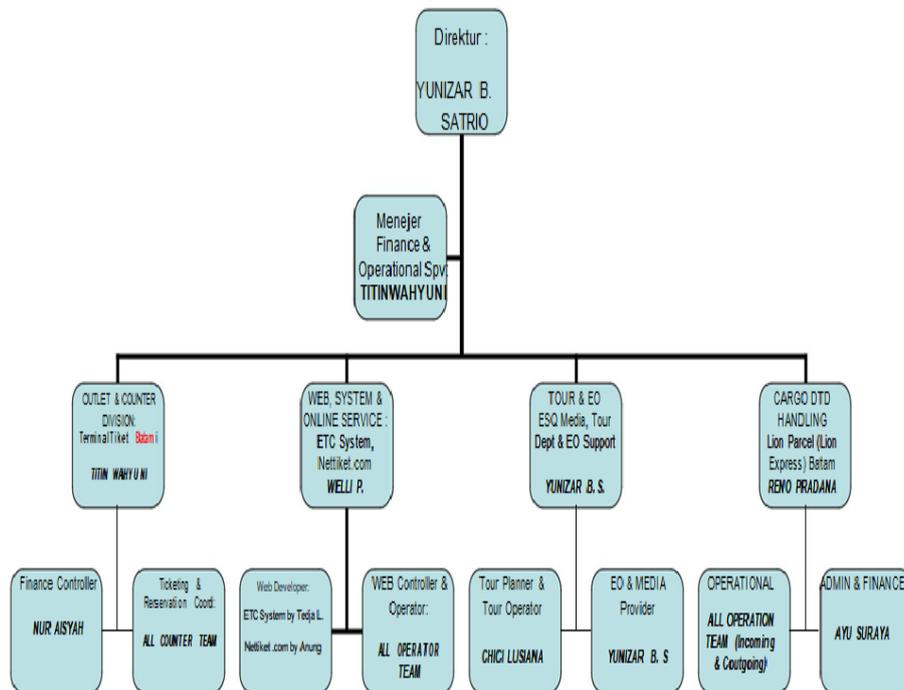
3. Tujuan Perusahaan

Adapun tujuan dari perusahaan ini adalah :

1. Menjadi salah satu agen biro usaha perjalanan wisata yang menyediakan kesempatan bagi orang-orang yang ingin mencoba berbisnis tiket dengan modal yang tidak besar tetapi bisa menjadi salah subagen penjualan tiket pesawat.
2. Memberikan kemudahan dalam pembelian tiket
3. Menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan dan mitra baik yang ada di Batam maupun diluar Kota Batam.
4. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dan mitra usaha
5. Memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan mitra usaha
6. mampu memberikan kemanfaatan bersama, baik dengan seluruh *Stake Holder* maupun dengan pelanggan.

3.6.3. Struktur Organisasi

Adapun Struktur Organisasi PT Bandar Madani 165 :



Sumber : (PT Bandar Madani 165)

Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT Bandar Madani 165

3.6.4. Penjelasan Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi di PT Bandar Madani 165, berikut penjelasan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing posisi atau jabatan yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Direktur

Direktur adalah orang yang bertanggung jawab penuh didalam suatu perusahaan. Adapun fungsi dan tugas direktur adalah sebagai berikut:

- a. Memimpin perusahaan dengan membuat dan menerbitkan kebijakan-kebijakan atau peraturan pada perusahaan.

- b. Memilih, menetapkan, dan mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (menejer).
- c. Menyetujui anggaran pengeluaran tahunan pada perusahaan.
- d. Sebagai pemegang saham.

2. Menejer

- a. Memimpin perusahaan dan pegawai lainnya yang ada didalam perusahaan
- b. Mengontrol dan mengkoordinasi perusahaan.
- c. Bertanggung jawab penuh didalam perusahaan.
- d. Sebagai salah satu orang orang pengambil keputusan.
- e. Sebagai mediator dalam perusahaan.

3. Accounting & Finance Controller

- a. Mengelola dan mengkoordinasikan setiap kegiatan keuangan beserta administrasinya.
- b. Penyusunan laporang keuangan.
- c. Mengatur dan mengendalikan sistem informasi keuangan.
- d. Penyusunan anggaran tahunan.
- e. Menghitung gaji karyawan.
- f. Membuat laporan pajak perusahaan dan karyawan.

4. Web System & Online Service

- a. Mengontrol kegiatan sistem transaksi mitra usaha.
- b. Mengupdate informasi terbaru tentang sistem.
- c. Membuat rincian transaksi bulanan mitra usaha.

d. Memberikan pelayanan keluhan mitra usaha melalui *Live Chat* atau telepon.

5. Tour & EO (Event Organizer)

a. Tour

- i. Mempromosikan paket tour.
- ii. Membuat rincian data ketika akan melakukan tour.
- iii. Membuat rincian biaya tour.
- iv. Membuat laporan akhir.

b. EO

- i. Menyiapkan alat-alat kebutuhan yang akan diperlukan.
- ii. Mengontrol jalannya kegiatan EO sampai akhir.
- iii. Membuat laporan akhir acara kegiatan.

6. Cargo Handling

- a. Mengontrol kegiatan pengiriman barang keluar (*Out Going*).
- b. Mengontrol kegiatan pengiriman barang masuk (*in coming*).
- c. Mengontrol sistem status online kargo.

7. Operation team

a. Tiketing

- i. Melakukan penjualan tiket.
- ii. Melakukan reservasi pemesanan tiket.
- iii. Memberikan informasi penerbangan.
- iv. Melayani konsumen secara langsung maupun tidak langsung.
- v. Menerbitkan atau memunculkan tiket fisik.

3.6.6. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau bisnis yang berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Oppurtunities*), dan tantangan (*Threats*). Metode analisis ini merupakan yang paling dasar, dan berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari 4 (empat) sisi yang berbeda. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Hasil dari analisis SWOT biasanya adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, serta mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisa SWOT akan membantu kita untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Selain pemilihan alternatif analisis SWOT juga bisa digunakan untuk melakukan perbaikan dan improvisasi.

Strategi dalam menghadapi perubahan yang terjadi dalam lingkungan internal ataupun eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan yang bersangkutan. Identifikasi ini didasarkan dua kriteria utama yaitu pengaruh positif adalah

pengaruh yang dapat mendukung (secara positif) perkembangan perusahaan agar sesuai dengan arah atau sasaran perusahaan. Pengaruh ini dapat datang dari luar atau dalam perusahaan yang dapat dilihat dari kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*). Kemudian pengaruh negatif ialah pengaruh yang dapat menghambat perkembangan organisasi dalam mencapai arah atau sasaran perusahaan. Pengaruh ini juga ada yang datang dari luar maupun dari dalam perusahaan yang dapat dilihat dari kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

1. Kekuatan (*Strenght*)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam perusahaan yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh perusahaan tersebut. Hal ini juga di maksudkan untuk mengidentifikasi keunggulan dari program. Faktor kekuatan didefinisikan sebagai sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain. Adapun kekuatan (*Strength*) dari perusahaan ini adalah:

- a. Menjadi salah satu agent penjualan tiket penerbangan di Batam.
- b. Menjadi salah satu perusahaan yang menyediakan penyewaan sistem dengan brand ETC-Sistem (*Elekctronic Transaction Centre –Ssysytem*) bagi orang yang ingin memulai bisnis penjualan tiket secara online.
- c. Memberikan pelayanan prima kepada calon mitra yang baru akan bergabung maupun mitra yang sudah bergabung.
- d. Memberikan kemudahan dalam bertransaksi kepada mitra usaha.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam perusahaan, kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh perusahaan itu sendiri. Faktor kelemahan inilah yang akan menjadi panduan untuk merancang sistem yang baru. Adapun Kelemahan (*Weakness*) dari perusahaan ini adalah:

- a. Tidak adanya penghargaan yang diberikan kepada mitra usaha usaha yang ikut serta memajukan tingkat penjualan tiket penerbangan.
- b. Peraturan perusahaan belum dapat berjalan secara maksimal.
- c. Manajemen perusahaan masih bersifat kekeluargaan.
- d. Kurangnya mempromosikan paket *tour*.

3. Peluang (*Oppurtunities*)

Merupakan kondisi peluang didalam perusahaan. Kondisi yang terjadi merupakan peluang lingkungan eksternal perusahaan itu sendiri. Misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar. Adapun peluang (*Oppurtunities*) didalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan para konsumen untuk melakukan perjalanan dengan transportasi udara semakin meningkat.
- b. Kebijakan maskapai penerbangan atas *Fuel Surcharge* telah ditiadakan.
- c. Kebutuhan para calon mitra usaha dalam melakukan proses bisnis penjualan tiket dengan cara penyewaan sistem ETC semakin meningkat.

d. Telah mempunyai kepercayaan dalam hal penyediaan tiket penerbangan yaitu adanya kerjasama antar PT Bandar Madani 165 dengan perusahaan-perusahaan baik yang ada di Batam ataupun diluar Kota Batam.

4. Ancaman (*Threats*)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu kelancaran pada perusahaan itu sendiri.

- a. Adanya krisis dari beberapa maskapai penerbangan.
- b. Adanya pesaing dari agen biro perjalanan wisata lain.
- c. Adanya pesaing yang menggunakan fasilitas penyewaan sistem yang sama.
- d. Adanya sistem *Peak Season* yang mempengaruhi harga penjualan tiket.

Setelah itu dibuat pemetaan analisis SWOT maka dibuatlah tabel matriks dan ditempatkan sebagai tabel SWOT, kemudian dilakukan perbandingan antara faktor internal yang meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dengan faktor eksternal yang meliputi peluang (*Oppurtunity*) dan ancaman (*Threat*). Setelah itu kita bisa melakukan strategi alternatif untuk dilaksanakan. Strategis yang dipilih merupakan strategi yang paling menguntungkan dengan tingkat resiko dan ancaman yang paling kecil.

Selain pemilihan alternatif analisis SWOT juga bisa digunakan untuk melakukan perbaikan dan improvisasi. Dengan mengetahui kelebihan dari Kekuatan serta peluang, kelemahan dan ancaman, maka kita melakukan strategi untuk melakukan perbaikan diri. Mungkin dengan salah satu cara menyusun strategi dengan cara meningkatkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Oppurtunity*)

atau melakukan strategi yang lain dengan cara mengurangi kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Dari penjelasan diatas, penulis mencoba melakukan sebuah riset sederhana untuk mengetahui keadaan kondisi internal dan eksternal yang sebenarnya sedang terjadi, bagaimana kelemahan dan hambatan serta dorongan kekuatan didalam meraih peluang yang ada untuk kemudian dapat dijadikan sebagai pedoman strategi yang akan dapat berjalan secara efektif.