

BAB III

METODE PORTOFOLIO USAHA

3.1 Metode Analisis Data

Metode analisa data adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

1. Analisis aspek usaha yang meliputi: aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial dan aspek keuangan.

2. Analisis Keuangan

a. Analisis NPV

Net present value (NPV) merupakan perbedaan antara nilai sekarang dari arus kas yang masuk dan nilai sekarang dari arus kas keluar pada sebuah waktu periode. Rumus NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = PV B - (PV O\&M + PV I)$$

Kriteria pengambilan keputusan dalam analisis NPV yaitu:

a. Jika $NPV < 0$, maka usaha layak untuk dikembangkan

b. Jika $NPV > 0$, maka usaha tidak layak untuk dikembangkan

c. Jika $NPV = 0$, maka usaha tersebut berada dalam keadaan titik impas

(BEP)

b. Analisis IRR

Internal Rate of Return (IRR) adalah salah satu metode mencari suku bunga disaat NPV=0. Informasi yang dihasilkan pada IRR berkaitan dengan tingkat kemampuan *cashflow* dalam mengembalikan modal investasi yang dijelaskan dalam bentuk persen, periode waktu dan seberapa besar pula kewajiban yang harus dipenuhi. Kemampuan inilah yang dinamakan *Internal Rate of Return* (IRR). Penilaian investasi dengan menggunakan IRR digunakan apabila terdapat dua atau lebih pilihan investasi (Ruminta, 2020). *Internal Rate of Return* (IRR) adalah salah satu metode mencari suku bunga disaat NPV=0. Rumus IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + ((NPV_1(i_2 - i_1) / (NPV_1 - NPV_2)))$$

3. Analisis SWOT

Analisis swot adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengambilan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan,kelemahan,peluang,dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Freddy Ringkuti, 2015).

4. Matrik IFE dan EFE

a. Matrik IFE Cara menentukan faktor strategi internal:

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

b. Matrik EFE Cara menentukan faktor strategi eksternal :

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

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.
- e. Jumlahkan skor pada kolom 4 untuk memperoleh total skor. Nilai total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lain.

5. Matrik *grand Strategy*

Matrik *Grand Strategy* menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Setelah dilakukan analisis SWOT maka proses selanjutnya adalah proses pemilihan strategi. Grand strategi bisa ditentukan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan antara lain : Strategi pertumbuhan (*growth strategy*), Strategi stabilitas (*stability strategy*), Strategi penciutan usaha (*retrenchment strategy*), dan strategi diversifikasi