

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Sumber Daya Manusia

Untuk melakukan perencanaan, pengelolaan dan pengendalian sumber daya manusia maka dibutuhkan suatu alat manajerial yang disebut dengan manajemen sumber daya (MSDM). Manajemen sumber daya manusia penting bagi suatu perusahaan atau organisasi dalam mengelola, mengatur dan pendayagunaan tenaga kerja agar berfungsi secara optimal sehingga tercapainya tujuan dari perusahaan.

Menurut (Elbandiansyah, 2019) manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses dalam rangka mencapai tujuan dengan bekerja sama dengan orang-orang dan sumber daya organisasi yang lainnya, sedangkan sumber daya manusia yang digerakkan dan dipekerjakan dalam sebuah organisasi atau perusahaan sebagai sumber penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

Menurut (Soekidjo, 2015) manajemen sumber daya manusia adalah penarikan (*recruitment*), seleksi, pengembangan, pemeliharaan dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan individu ataupun organisasi juga berpendapat manajemen sumber daya manusia adalah untuk memastikan bahwa sumber daya manusia suatu organisasi diatur dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan, memenuhi kebutuhan dan aspirasi karyawan, dan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat secara keseluruhan.

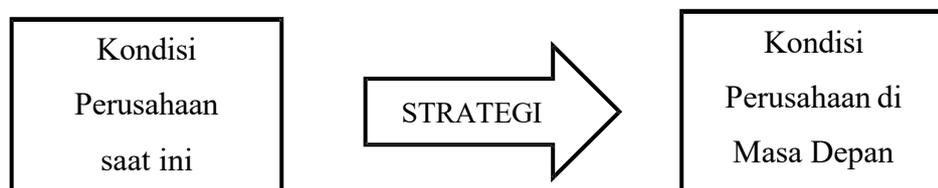
2.1.2. Manajemen Strategi

Manajemen Strategi adalah proses perencanaan, implementasi, serta pengendalian satu strategi organisasi, dan juga menentukan misi dan tujuan organisasi tersebut yang berkaitan dengan lingkungan eksternalnya. Terdapat beberapa definisi dari manajemen strategi yang mengemukakan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, yang mana manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang), evaluasi dan pengendalian Fajriansyah (2019:3).

Strategi bagi sebagian organisasi dianggap sebagai upaya untuk mengidentifikasi serta menangani tantangan yang muncul, sambil memanfaatkan peluang yang ada

untuk masa depan. Dengan demikian strategi harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah apa yang perlu dan akan dilaksanakan oleh suatu organisasi Amirullah (2020:4). Berikut adalah pandangan beberapa ahli mengenai definisi strategi :

- 1) Menurut Supriyono (1990:8) mengatakan bahwa “Strategi adalah kesatuan rencana perusahaan atau organisasi yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan.”
- 2) Menurut Pearce dan Robinson (1997:2) mengatakan bahwa : “Strategi adalah rencana manajer berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan.”



Gambar 2. 1 Strategi sebagai Upaya Pencapaian Tujuan Organisasi

Sumber : David dan David (2016)

Gambar diatas menjelaskan bahwa strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Melalui strategi, manajemen mengaitkan rencana berskala dasar dan berorientasi ke masa yang akan datang mereka untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan organisasi yang merefleksikan kesadaran suatu organisasi mengenai bagaimana, kapan, dan dimana organisasi akan bersaing; terhadap siapa organisasi harus bersaing; dan apa maksud organisasi bersaing. Beberapa koperasi mungkin mempunyai tujuan yang sama, akan tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Jadi suatu strategi dibuat berdasarkan tujuan. Karena strategi adalah suatu alat yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan (Amirullah, 2020:5).

2.1.3. Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata loyal yang berarti setia. Loyalitas pada dasarnya merupakan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditunjukkan kepada seseorang atau lembaga, yang di dalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik (Husni, 2018).

Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggungjawab. Maka dari itu, pengertian loyalitas tidak hanya sebatas kesetiaan secara fisik yang tercermin dari seberapa lama karyawan tersebut bekerja pada suatu perusahaan, namun loyalitas karyawan juga dapat dilihat dari besarnya perhatian, ide, gagasan, serta dedikasinya kepada perusahaan (Chaerudin, 2020).

1. Faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Kerja Karyawan

Menurut Simamora ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas kerja yaitu:

1. Faktor rasional

Faktor rasional merupakan faktor yang berkaitan dengan hal-hal yang dapat dijelaskan secara logis, seperti: gaji yang layak, bonus, jenjang karir, dan fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh perusahaan.

2. Faktor emosional

Faktor emosional menyangkut tentang perasaan atau ekspresi diri, seperti: pekerjaan yang menantang, lingkungan kerja yang mendukung, perasaan aman karena perusahaan merupakan tempat bekerja dalam jangka panjang, pemimpin yang berkharisma, penghargaan yang diberikan oleh perusahaan, dan budaya kerja.

3. Faktor spiritual

Faktor spiritual ini menyangkut tentang kebutuhan rohani, seperti: kepuasan rohani, sikap perusahaan terhadap misi-misi rohani, pemimpin yang religius, serta kesempatan untuk melakukan kegiatan rohani (Simamora, 2004).

2. Strategi mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan

Malayu Hasibuan menjelaskan bahwa pemeliharaan adalah strategi untuk mempertahankan loyalitas karyawan. Pemilihan metode pemeliharaan yang tepat merupakan hal yang penting supaya pelaksanaannya menjadi lebih efektif dalam mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Metode pemeliharaan tersebut di antaranya yaitu:

1. Komunikasi

Pentingnya komunikasi adalah bahwa setiap informasi harus disampaikan dari pihak yang berkomunikasi kepada penerima informasi. Komunikasi bertindak sebagai sarana untuk mentransfer informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya sehingga interaksi dapat terjadi di antara mereka. Interaksi dapat terjadi

jika komunikasi berjalan dengan efektif dan dapat dipahami antara komunikator dan komunikan. Dengan komunikasi yang baik, maka dapat menyelesaikan problem-problem yang terjadi dalam perusahaan. Jadi manajemen terbuka dapat mendukung terciptanya pemeliharaan loyalitas yang baik bagi para karyawan. Dengan masuknya informasi yang lebih banyak akan menjadi daya penggerak yang keinginan untuk bekerja dan meningkatkan sikap loyal karyawan terhadap perusahaan.

2. Insentif

Insentif merupakan daya yang diberikan kepada para karyawan tertentu berdasarkan prestasi kerjanya agar karyawan terdorong untuk meningkatkan produktivitasnya. Dengan pemberian insentif karyawan akan merasa mendapat perhatian dan pengakuan atas prestasi kerja yang dicapainya. Bentuk insentif bermacam-macam dapat berupa penghargaan berdasarkan prestasi, insentif juga bisa berupa fasilitas dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuannya, seperti promosi jabatan, mengikuti pelatihan, dan naik haji. Bentuk insentif lainnya yaitu, dapat berupa uang atau barang.

3. Program Kesejahteraan

Kesejahteraan karyawan merupakan balas jasa pelengkap yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan kebijakan perusahaan. Jenis-jenis kesejahteraan yang diberikan dapat berupa financial dan non-financial yang bernilai ekonomis. Pemberian kesejahteraan perlu diprogram sebaik-baiknya agar bermanfaat untuk mendukung tujuan perusahaan, karyawan, dan juga masyarakat. Program kesejahteraan harus didasarkan pada keadilan kelayakan, dan kemampuan perusahaan (Hasibun, 2010). Beberapa bentuk kesejahteraan yang dapat diberikan oleh perusahaan terhadap para karyawannya yaitu :

- a) Fasilitas di dalam kantor seperti tersedianya air minum, peralatan untuk bekerja, kantin untuk makan, dan tindakan keselamatan.
- b) Fasilitas di luar perusahaan yang mencakup fasilitas yang bisa didapatkan di luar perusahaan seperti pinjaman, asuransi kesehatan, rekreasi, asuransi pendidikan, transportasi, dan rumah.
- c) Cuti berbayar adalah pemberian upah tetap terhadap karyawan yang tidak masuk kerja dengan adanya alasan tertentu seperti, cuti sakit, cuti melahirkan, cuti haid, cuti kemalangan, dan sebagainya.

- d) Bonus dan kenaikan gaji. Suatu perusahaan dapat memberikan bonus tahunan dan kenaikan gaji sebagai salah satu pemberian kesejahteraan terhadap karyawan.

4. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Penerapan standar keselamatan dan kesehatan kerja dapat berkontribusi pada menjaga kesejahteraan karyawan. Keselamatan dan kesehatan kerja harus ditanamkan pada diri individu, dengan penyuluhan dan pembinaan yang baik, maka masing-masing individu akan menyadari betapa pentingnya keselamatan kerja bagi dirinya dan perusahaan.

2.1.4. Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Metode ini merumuskan perencanaan yang strategis dengan menggunakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk dijadikan bahan evaluasi. Berdasarkan empat faktor itulah terbentuk akronim SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Sehingga analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi (Jogiyanto, 2016). Berikut adalah penjelasan dari masing-masing SWOT yaitu :

1. Analisis *Strength*

Pada analisis *strength* (kekuatan) yaitu mengidentifikasi kekuatan, situasi, kondisi ataupun sumber daya yang merupakan kekuatan bagi suatu perusahaan ataupun organisasi pada saat ini. Kekuatan ini mencerminkan sumber daya, kapabilitas, atau karakteristik positif yang membedakan organisasi dari pesaingnya dan membantu organisasi dalam mencapai kesuksesan.

2. Analisis *Weakness*

Analisis *weakness* (kelemahan) merupakan analisis yang dilakukan untuk dapat mengidentifikasi kelemahan yang dimiliki perusahaan untuk dapat mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi akibat dampak dari kelemahan yang dimiliki.

3. Analisis *Opportunities*

Analisis *opportunities* (peluang) merupakan bagian dari unsur eksternal perusahaan. Didalam unsur peluang, kita harus mencari unsur karakteristik

yang berkaitan dengan peluang dari lingkungan sekitar atau sektor terkait yang ada bagi perusahaan. Sehingga bisa mendorong perusahaan agar mengalami kemajuan. Perubahan dalam kondisi persaingan, perubahan teknologi, dan perbaikan hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4. Analisis *Threats*

Analisis *threats* (ancaman) merupakan analisis yang mengidentifikasi adanya ancaman atau gangguan yang terjadi ataupun yang kemungkinan akan terjadi. Faktor ancaman juga merupakan faktor eksternal perusahaan, faktor ancaman meliputi berbagai unsur yang berkaitan dengan ancaman dari situasi diluar perusahaan yang memungkinkan untuk menghambat perusahaan. Menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang sulit untuk dihadapi oleh perusahaan.

Internal	<i>Strength(S)</i> Menentukan 5-10 faktor- faktor kekuatan internal.	<i>Weakness (W)</i> Menentukan 5-10 faktor- faktor kelemahan internal.
Eksternal		
<i>Opportunities (O)</i> Menentukan 5-10 faktor- faktor peluang eksternal	Strategi SO Menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang.	Strategi WO Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> Menentukan 5-10 faktor- faktor ancaman eksternal	Strategi ST Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi WT Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Gambar 2. 2 Matriks SWOT

Sumber : Freddy Rangkuti (2016)

Analisis SWOT dibutuhkan perencanaan strategis untuk dapat menganalisis faktor-faktor strategis dari perusahaan dengan menghadapi kondisi saat ini, hal itu disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

2.1.5. Matriks Evaluasi Internal (IFE) dan Eksternal (EFE)

a. Matriks IFE

Menurut David dan David (2016:111) Matriks Evaluasi Faktor Internal adalah perangkat formulasi strategi yang meringkas serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam fungsi perusahaan. Penilaian mendalam dibutuhkan dalam mengembangkan Matriks IFE, sehingga penggunaan pendekatan ilmiah sebaiknya tidak diinterpretasikan bahwa teknik ini adalah teknik yang serba bisa. Pemahaman mendalam dari faktor yang ada didalamnya lebih penting dibandingkan angka aktual.

Berikut pembuatan matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima tahapan sebagai berikut :

1. Pada kolom 1, buatlah daftar faktor-faktor internal, yaitu dengan menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) serta kelemahan (*weaknesses*) di dalam perusahaan atau organisasi.
2. Pada kolom 2, tentukan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (semuanya penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis organisasi. Faktor-faktor yang dianggap memiliki efek terbesar pada kinerja perusahaan sebaiknya diberikan bobot tertinggi. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0, atau total bobot sama dengan satu.
3. Pada kolom 3, berikan peringkat (*rating*) dari 1 hingga 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor itu mempresentasikan kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), dan kekuatan utama (peringkat = 4) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi di dalam perusahaan atau organisasi yang bersangkutan.
4. Pada kolom 4, kalikan antara bobot dengan peringkat (*rating*), hasilnya berupa nilai skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding/sangat kuat*) sampai dengan 1,0 (*poor/sangat lemah*).
5. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi objek yang dinilai. Jika nilainya dibawah 1,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan atau objek adalah lemah, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Skor total ini juga dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan atau objek dengan perusahaan lainnya yang sejenis.

b. Matriks EFE

Menurut David dan David (2016:65) Matriks Eksternal Faktor Evaluasi merupakan strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. Strategi perusahaan secara efektif memanfaatkan kesempatan yang ada dan meminimalisir potensi dampak yang merusak dari ancaman eksternal.

Berikut pembuatan matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima tahapan sebagai berikut :

1. Pada kolom 1, buatlah daftar faktor-faktor eksternal, yaitu dengan menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) di dalam perusahaan atau organisasi
2. Pada kolom 2, tentukan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (semuanya penting). Bobot mengindikasikan kepentingan relatif bahwa faktor itu berpengaruh di perusahaan. Peluang biasanya menerima bobot yang lebih tinggi dari ancaman, namun ancaman dapat memperoleh bobot yang lebih tinggi jika sangat parah. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0, atau total bobot sama dengan satu.
3. Pada kolom 3, berikan peringkat (*rating*) dari 1 hingga 4 pada setiap faktor eksternal untuk mengindikasikan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini merespons terhadap faktor itu, penting untuk dicatat bahwa baik peluang maupun ancaman dapat diberi peringkat 1,2,3 atau 4.
4. Pada kolom 4, kalikan bobot pada kolom 2 (pembobotan) dengan kolom 3 (peringkat/*rating*), untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa nilai skor pembobotan, untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Jumlahkan semua skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi organisasi yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan atau organisasi tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan organisasi yang bersangkutan dengan kompetitornya.

2.1.6. Matriks IE (Internal Eksternal)

Matriks IE merupakan gabungan antara kedua matriks IFE dan EFE, yang membantu mengetahui posisi perusahaan ke dalam sembilan sel. Tujuan dari

penggunaan matriks ini ialah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail. Matriks ini terdiri dari 2 dimensi yaitu, total skor matriks IFE pada sumbu X dan matriks EFE pada sumbu Y. Diagramnya dapat mengidentifikasi sembilan strategi perusahaan tetapi pada prinsipnya, ke sembilan sel tersebut dapat dikelompokkan menjadi 3 strategi utama, yaitu :

1. Sel I, II dan IV disebut strategi tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang cocok ialah Strategi Intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi kebelakang, integrasi kedepan dan integritas kedepan dan integrasi horizontal) paling sesuai untuk divisi-divisi ini.
2. Sel III, V dan VII disebut dengan strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*), penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan dua strategi yang banyak dilakukan apabila perusahaan berada dalam sel ini.
3. Sel VI, VIII dan IX, strategi panen atau divestasi (*harvest or divestiture*).

2.1.7. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi berupa pemilihan alternatif terbaik. Menurut David dan David (2016) QSPM adalah alat yang memungkinkan penyusun strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Secara konsep QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan seberapa jauh faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau diperbaiki.

Berikut merupakan tahapan pengolahan data dengan menggunakan metode QSPM (David 2016 : 189) adalah :

- 1) Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini harus diambil secara langsung dari matriks EFE dan IFE.
- 2) Pemberian bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal. Bobot ini identik dengan yang ada pada matriks EFE dan IFE. Bobot disajikan dalam kolom disamping kanan faktor kesuksesan internal dan eksternal.
- 3) Evaluasi matriks tahap pencocokkan dan mengidentifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Strategi-strategi ini dicatat pada baris atas dari QSPM.

- 4) Menentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores-AS*), didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu. Jangkauan untuk nilai daya tarik adalah: 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik.
- 5) Menghitung total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Scores-TAS*) didefinisikan sebagai hasil dari pengalihan bobot (langkah 2) dengan nilai daya tarik (langkah 4) dalam masing-masing baris. Semakin tinggi total nilai daya tarik, semakin menarik alternatif strategi tersebut.
- 6) Penjumlahan total nilai daya tarik dengan menambahkan total nilai daya tarik dalam masing-masing kolom strategi dari QSPM. Penjumlahan total nilai daya tarik/Sum *Total Attractiveness Scores* (STAS) mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dari setiap perangkat alternatif. Nilai yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal relevan yang dapat mempengaruhi keputusan strategis.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis strategi relatif banyak dilakukan. Namun demikian penelitian tersebut memiliki variasi berbeda. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis strategi dapat disajikan dibawah ini :

Safitri (2022) Judul Penelitian yaitu Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Toko Batik Soemarso Surodikraman Ponorogo. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memperhatikan faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas kerja karyawan dapat meningkatkan kinerja dan mempertahankan karyawan agar tetap berkomitmen pada satu perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif yaitu menjelaskan suatu fenomena secara detail dengan cara pengumpulan data yang detail juga, yang menunjukkan pentingnya kedalam data yang diteliti. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field reseach*) yang berarti suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi untuk mempertahankan loyalitas kerja karyawan pada Toko Batik Soemowarso bisa dikatakan cukup baik. Dikatakan cukup baik karena strategi yang digunakan sesuai dengan teori strategi mempertahankan loyalitas kerja karyawan.

Namun, pada kenyataannya dengan penerapan strategi yang cukup baik belum dapat mempertahankan loyalitas karyawan. Disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas kerja karyawan masih banyak yang tidak terealisasikan di Toko Batik Soemowarso. Sehingga mempengaruhi hasil dari penerapan strategi yang telah dilakukan di Toko Batik Soemowarso.

Novijanti (2020) Judul Penelitian Strategi Pengembangan Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Danakita Syariah. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis mutu pelayanan yang diberikan Koperasi Karyawan Danakita Syariah dalam meningkatkan loyalitas anggota dan menyusun strategi pengembangan loyalitas anggota Koperasi Danakita Syariah dalam mencapai target penjualan. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity and Threats). Berdasarkan hasil analisis data anggota tidak puas dengan pelayanan dari Koperasi Karyawan Danakita Syariah, namun masih sangat setia dengan keberadaannya yang ditunjukkan dengan nilai Outer Loading pada perubah loyalitas pelanggan/anggota sangat loyal. Strategi pengembangan loyalitas anggota Koperasi Karyawan Danakita Syariah dapat dilakukan melalui:

- 1) Pengoptimalan diversifikasi usaha dalam mencegah risiko usaha.
- 2) Peningkatan mutu pelayanan dengan meningkatkan komunikasi antara anggota dengan pengurus,transparansi pengurus terhadap anggota koperasi dan pembiayaan terhadap kebutuhan anggota.
- 3) Menambah dan meningkatkan akses pemasaran koperasi agar pendapatan koperasi menjadi lebih besar.
- 4) Penyediaan dana kredit yang mudah dan terjangkau bagi anggota koperasi.

Hayati (2023) Judul penelitian yaitu Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Dalam Meningkatkan Produktivitas Pada PT. Cakra Perkasa Jayamulia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Startegi mempertahankan loyalitas kerja karyawan dalam meningkatkan produktivitas pada PT. Cakra Perkasa Jayamulia Cabang Tabalong. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kualitatif yang diperoleh dari pedoman wawancara terhadap 7 informan yang berpengaruh pada PT. Cakra Perkasa Jayamulia Cabang Tabalong, dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Proses analisis data dalam penelitian ini yaitu menelaah seluruh data, reduksi data, menyajikan dalam bentuk uraian, pemeriksaan

keabsahan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan Analisis strategi mempertahankan loyalitas kerja karyawan dalam meningkatkan produktivitas pada PT. Cakra Perkasa Jayamulia Cabang Tabalong dikategorikan sudah berjalan dengan baik.

Rizky (2019) Judul penelitian yaitu Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan dengan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix*(QSPM). Hasil penelitian ini adalah Analisis dilakukan melalui Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang berpengaruh terhadap Penentuan Strategi perusahaan. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis Matriks EFE, Matriks IFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan QSPM. Berdasarkan hasil yang diperoleh analisis matriks IFE dan EFE, total skor bobot IFE sebesar 1 dan EFE sebesar 0,99 menempatkan Toko Braderr Store berada pada kuadran XI (Tahap mulai berkembang atau masih sepi pelanggan), Hasil penilaian prioritas strategi melalui QSPM, strategi yang sebaiknya diprioritaskan menghasilkan 8 alternatif strategi oleh Toko Braderr Store adalah Meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama agar konsumen puas untuk belanja.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Analisis	Hasil
Safitri (2022)	Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Toko Batik Soemarso Surodikraman Ponorogo	Analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE dan Matriks IE	Hasil penelitian ini menunjukkan Faktor yang melatarbelakangi loyalitas kerja karyawan ada 3 yaitu, faktor rasional, faktor emosional, dan faktor spiritual. Faktor rasional memiliki empat indikasi yang mana hanya ada satu indikasi yang diterapkan di Toko Batik Soemowarso, yaitu adanya fasilitas untuk karyawan. Untuk faktor emosional memiliki enam indikasi. Dari enam indikasi hanya tiga indikasi yang dilaksanakan di Toko Batik Soemowarso,yaitu lingkungan kerja yang

			<p>mendukung, perasaan aman, dan budaya kerja. Untuk faktor spiritual ada empat indikasi. Dari keempat indikasi faktor spiritual semuanya telah diterapkan di Toko Batik Soemowarso.</p>
Novijanti (2020)	<p>Strategi Pengembangan Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Danakita Syariah</p>	<p>Analisis SWOT</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis data dengan metode SEM PLS memuat nilai <i>Outer Loading</i>, anggota tidak puas dengan pelayanan dari Koperasi Karyawan Danakita Syariah, namun masih sangat setia dengan keberadaannya yang ditunjukkan dengan nilai <i>Outer Loading</i> pada perubah loyalitas anggota sangat loyal. Strategi pengembangan loyalitas anggota Koperasi Karyawan Danakita Syariah dapat dilakukan melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Pengoptimalan diversifikasi usaha dalam mencegah risiko usaha; (2) Peningkatan mutu pelayanan dengan meningkatkan komunikasi antara anggota dengan pengurus, transparansi pengurus terhadap anggota koperasi dan pembiayaan terhadap kebutuhan anggota; (3) Menambah dan meningkatkan akses pemasaran koperasi agar pendapatan koperasi menjadi lebih besar; (4) Penyediaan dana kredit

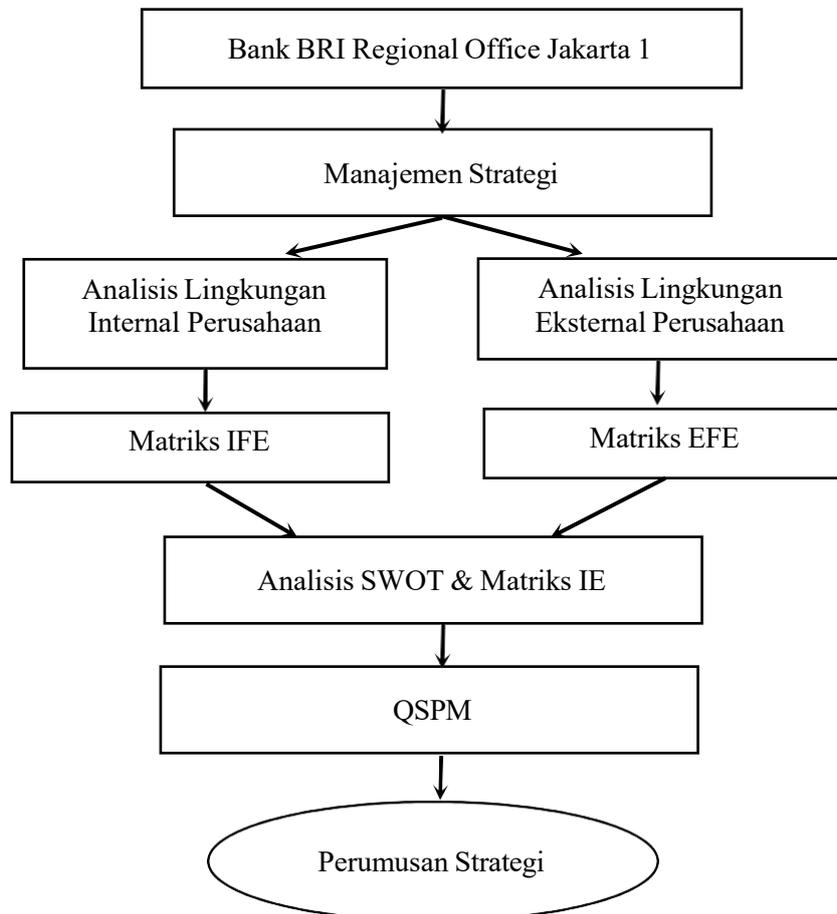
			yang mudah dan terjangkau bagi anggota koperasi.
Hayati (2023)	Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Dalam Meningkatkan Produktivitas Pada PT. Cakra Perkasa Jayamulia	Analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE dan Matriks IE, QSPM.	Hasil Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif, bahan yang disajikan sebagai penggali informasi dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan wawancara kepada pihak informan mengenai strategi mempertahankan loyalitas kerja karyawan yang terdiri dari indikator-indikator loyalitas kerja yaitu taat pada aturan, tanggung jawab pada perusahaan, kemampuan untuk bekerja sama, dan rasa memiliki. Dari hasil rekapitulasi jawaban wawancara serta dari pengamatan penulis, maka dapat disimpulkan dengan dukungan teori.
Rizky (2019)	Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan dengan Metode <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	Matriks EFE, Matriks IFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan QSPM	Berdasarkan hasil yang diperoleh analisis matriks IFE dan EFE, total skor bobot IFE sebesar 1 dan EFE sebesar 0,99 menempatkan Toko Braderr Store berada pada kuadran XI (Tahap mulai berkembang atau masih sepi pelanggan), Hasil penilaian prioritas strategi melalui QSPM, strategi yang sebaiknya diprioritaskan menghasilkan 8 alternatif strategi oleh Toko Braderr

			Store adalah Meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama agar konsumen puas untuk belanja.
--	--	--	---

Sumber : Jurnal Terkait (2024)

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual bertujuan untuk mendukung dan mempermudah dalam melakukan penelitian agar penelitian lebih terarah sesuai dengan tujuan. Berdasarkan teori penelitian dahulu yang dipaparkan diatas berikut merupakan kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber : Penulis (2024)