

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian dapat berjalan dengan sistematis. Menurut Creswell (2016: 84) “Desain penelitian merupakan model atau metode yang digunakan peneliti untuk melakukan suatu penelitian yang memberikan arah terhadap jalannya penelitian”. Penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang bertujuan untuk menyusun strategi bisnis pemasaran Bank Muamalat KCP Metro.

Penyusunan strategi dimulai dengan mengidentifikasi faktor lingkungan secara internal dan eksternal. Berdasarkan identifikasi lingkungan, disusun matriks IFE dan EFE yang dapat menjadi dasar penyusunan alternative strategi dengan analisa SWOT. Dari analisa SWOT kemudian dijabarkan kedalam matriks IFE dan EFE untuk merumuskan matriks IE. Dari matriks IE kemudian dilanjutkan dengan penyusunan matriks QSPM untuk menentukan strategi terpilih dan seluruh strategi alternative yang ada.

B. Obyek, Subyek dan Lokasi Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah lingkungan internal dan eksternal Bank Muamalat KCP Metro. Subyek dalam penelitian ini adalah Stake Holder pada Bank Muamalat KCP Metro. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat KCP Metro.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

“Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010 : 117)” Populasi dalam penelitian ini adalah para stake holder dan pihak yang dianggap mampu untuk menentukan strategi pemasaran Bank Muamalat KCP Metro.

2. Sampel dan Teknik Sampling

“Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2010: 109)”. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2016: 85) “*purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.” Alasan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua responden memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini

Adapun perinciannya sebagai berikut:

Tabel 2. Responden Penelitian

No	Sampel	Responden	Jumlah
1	Pemerintah Kota Metro	Bappeda Kota Metro	1 Orang
2	Lembaga Independen	Kepala Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Metro	1 Orang
3	DPRD Kota Metro	Anggota DPRD	2 Orang
4	Pengusaha	1. Owner PB Swalayan Kota Metro 2. Owner Toko Buah Majenang	2 Orang
5	Nasabah Bank Muamalat KCP Metro	1. Rektor / Wakil Rektor II UM Metro 2. KBIH Kota Metro	2 Orang
6	Mahasiswa	Mahasiswa UM Metro	2 Orang
Total			10 Orang

D. Teknik Pengumpulan Data

“Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan” (Sugiyono, 2016: 224). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari dua, yakni pengumpulan data secara primer dan sekunder.

1. Data Primer

“Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” (Sugiyono, 2016: 225). Sumber data primer merupakan sumber data yang didapat dan diolah secara langsung. Data primer diperoleh dari observasi secara langsung, pengisian kuisioner, wawancara dan diskusi dengan responden penelitian yang sudah ditentukan.

2. Data Sekunder

“Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau

lewat dokumen” (Sugiyono, 2016: 225). Data sekunder diperoleh dari studi literatur, jurnal ilmiah, buku, dan internet. Data sekunder digunakan sebagai pendukung dan penguat data primer, yakni mengumpulkan informasi dari internet dan dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Bank Muamalat KCP Metro.

E. Teknik Analisa Data

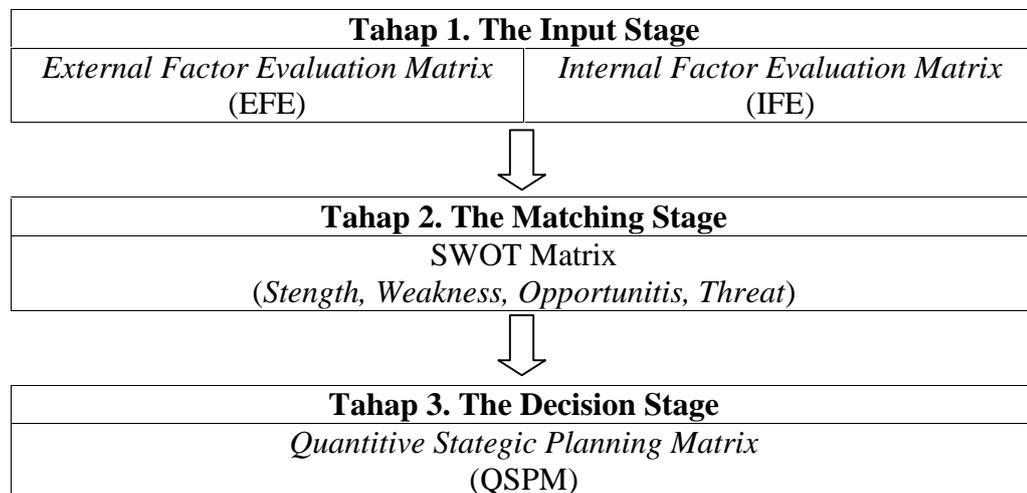
Sugiyono (2016: 244) mengatakan bahwa:

“Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisa deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran terkait visi misi organisasi, menggambarkan lingkungan perusahaan terkait kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada Bank Muamalat KCP Metro dengan menggunakan analisis SWOT. Data mengenai lingkungan perusahaan yang diperoleh dari Bank Muamalat KCP Metro akan dianalisa secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif.

Analisis kuantitatif menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal Eksternal*), matriks QSPM (*Quantitative Strategi Planning Matrix*) dan AHP (*Analytical Hierarchi Process*).

Penyusunan strategi dilakukan melalui tiga tahap, yakni tahap input, tahap pencocokan, dan tahap pengambilan keputusan.



Sumber : Rangkuti (2014: 23)

Gambar 6. Tiga tahapan kerangka kerja analisis strategi

1. Tahap Input (*Input Stage*)

Adalah tahap pengumpulan informasi untuk merumuskan strategi. Pada tahap ini dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Bank Muamalat KCP Metro. Analisis lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan, analisis lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman. Tahap input menggunakan alat analisis berupa matriks IFE dan EFE.

David (2011: 231) menggambarkan matriks IFE sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks IFE

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1.00		Total weigh score

Sumber: David (2011: 231)

David (2011: 160) juga menggambarkan matriks EFE sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks EFE

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Ancaman			
Total	1.00		Total weigh score

Sumber: David (2011: 160)

2. Tahap Pencocokan (*Matching Stage*)

Tahap pencocokan adalah tahap untuk mencocokkan kekuatan dan kelemahan internal serta mencocokkan peluang dan ancaman eksternal. Tahap pencocokkan digunakan untuk mengetahui posisi organisasi agar dapat mengetahui strategi alternatif yang layak digunakan. Pada tahap pencocokkan digunakan matriks IE dan Matriks SWOT.

Matriks IE berguna untuk menampilkan posisi organisasi dalam diagram skematis. Terdiri dari dua dimensi yakni nilai tertimbang IFE dan nilai tertimbang EFE yang semuanya terdiri dari sembilan sel. Total nilai tertimbang IFE terletak pada sumbu X sedangkan total nilai tertimbang EFE terletak pada sumbu Y.

SKOR BOBOT TOTAL IFE

S K O R T O T A L I F E		Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99	
		Tinggi 4,0	I <i>Growth and Build</i>	II <i>Growth and Build</i>	III <i>Hold and Maintan</i>
		Sedang 3,0	IV <i>Growth and Build</i>	V <i>Hold and Maintan</i>	VI <i>Harvest or Divest</i>
		Rendah 2,0	VII <i>Hold and Maintan</i>	VIII <i>Harvest or Divest</i>	IX <i>Harvest or Divest</i>

Sumber : David (2011: 344)

Gambar 7. Matriks IE dilihat dari pembagian siklus perusahaan

Identifikasi sembilan sel perusahaan tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yakni :

- a. *Growth and Build*, yakni sel I, II dan IV. Strategi yang digunakan adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau disebut juga strategi integrasi.
- b. *Hold and Maintain*, yakni sel III, V dan VII. Strategi yang sesuai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- c. *Harvest or Divest*, yakni sel VI, VII, IX. Strategi yang dapat diterapkan adalah divestasi, diversifikasi, dan likuidasi.

Umar (2008) menyatakan bahwa “matriks SWOT merupakan *matching tools* yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi bagi perusahaan”, yaitu:

- a. S-O, Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- b. S-T, Meskipun menghadapi berbagai ancaman perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c. W-O, Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi dilain pihak juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus

strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik

- d. W-T, Situasi yang sangat tidak menguntungkan perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Ada delapan tahapan dalam membangun penentuan strategi dengan menggunakan matriks SWOT, yaitu:

- 1) Buat daftar peluang eksternal perusahaan.
- 2) Buat daftar ancaman eksternal perusahaan.
- 3) Buat daftar kekuatan kunci internal perusahaan.
- 4) Buat daftar kelemahan kunci internal perusahaan.
- 5) Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam dalam sel strategi SO.
- 6) Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam dalam sel strategi WO.
- 7) Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam dalam sel strategi ST.
- 8) Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam dalam sel strategi WT.

Tabel 5. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strenght (S) (Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	Weakness (W) (Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal)
Opportunities (O) (Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	Strategi SO	Strategi WO
Threats (T) (Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber : David (2011: 327)

3. Tahap Keputusan (*Decision Stage*)

Tahap keputusan merupakan tahapan terakhir dalam perumusan strategi, yakni menentukan alternatif strategi terbaik yang akan diterapkan oleh perusahaan. Alat analisis yang digunakan pada tahap ini adalah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Menurut David (2011: 327) “Analisis QSPM memungkinkan perusahaan mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan hasil identifikasi lingkungan internal dan eksternal.

4. Tahapan AHP

Dalam metode AHP dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Kadarsyah Suryadi dan Ali Ramdhani, 1998) :

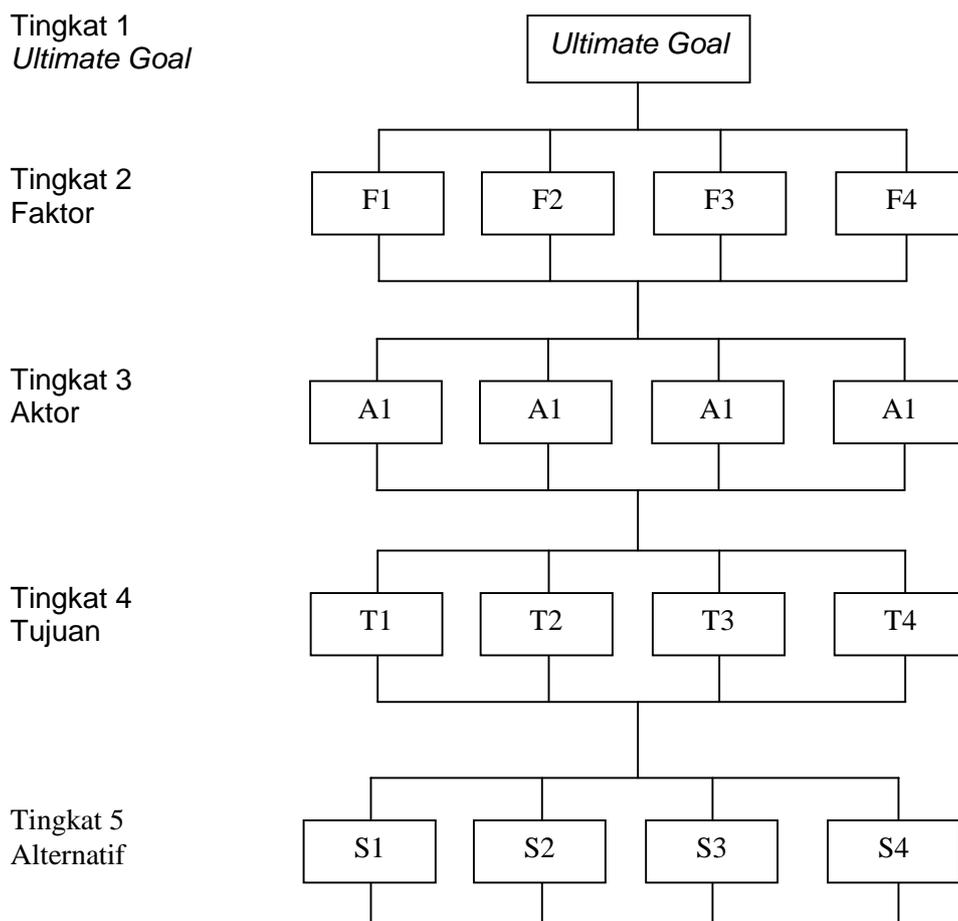
a) Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi

Dalam tahap ini kita berusaha menentukan masalah yang akan kita pecahkan secara jelas, detail dan mudah dipahami. Dari masalah yang ada kita coba tentukan solusi yang mungkin cocok bagi masalah

tersebut. Solusi dari masalah mungkin berjumlah lebih dari satu. Solusi tersebut nantinya kita kembangkan lebih lanjut dalam tahap berikutnya.

b) Membuat Struktur Hirarki dengan tujuan Utama

Setelah menyusun tujuan utama sebagai level teratas akan disusun level hirarki yang berada di bawahnya yaitu kriteria-kriteria yang cocok untuk mempertimbangkan atau menilai alternatif yang kita berikan dan menentukan alternatif tersebut. Tiap kriteria mempunyai intensitas yang berbeda-beda. Hirarki dilanjutkan dengan subkriteria (jika mungkin diperlukan)



Gambar 8. Struktur AHP

c) Membuat matrik perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya.

Matriks yang digunakan bersifat sederhana, memiliki kedudukan kuat untuk kerangka konsistensi, mendapatkan informasi lain yang mungkin dibutuhkan dengan semua perbandingan yang mungkin dan mampu menganalisis kepekaan prioritas secara keseluruhan untuk perubahan pertimbangan. Pendekatan dengan matriks mencerminkan aspek ganda dalam prioritas yaitu mendominasi dan didominasi. Perbandingan dilakukan berdasarkan judgment dari pengambil keputusan dengan menilai tingkat kepentingan suatu elemen dibandingkan elemen lainnya. Untuk memulai proses perbandingan berpasangan dipilih sebuah kriteria dari level paling atas hirarki misalnya K dan kemudian dari level di bawahnya diambil elemen yang akan dibandingkan misalnya E1,E2,E3,E4,E5.

d) Melakukan Mendefinisikan perbandingan berpasangan

Hasil perbandingan dari masing-masing elemen akan berupa angka dari 1 sampai 9 yang menunjukkan perbandingan tingkat kepentingan suatu elemen. Apabila suatu elemen dalam matriks dibandingkan dengan dirinya sendiri maka hasil perbandingan diberi nilai 1. Skala 9 telah terbukti dapat diterima dan bisa membedakan intensitas antar elemen. Hasil perbandingan tersebut diisikan pada sel yang bersesuaian dengan elemen yang dibandingkan. Skala perbandingan perbandingan berpasangan dan maknanya yang diperkenalkan oleh Saaty bisa dilihat di bawah.

Tabel 6. Langkah AHP

Nilai Skala	Definisi	Penjelasan
1	Kedua elemen sama Penting	Dua elemen mempengaruhi sama kuat pada sifat itu
3	Elemen satu sedikit penting dari lainnya	Pengalaman atau pertimbangan sedikit menyokong satu elemen atas lainnya
5	Elemen yang satu jelas lebih penting dibanding elemen lainnya	Pengalaman atau pertimbangan dengan kuat disokong dan dominasinya terlihat dalam praktek
7	Satu elemen sangat jelas lebih penting dibanding elemen lainnya	Satu elemen dengan kuat disokong dan dominasinya terlihat dalam praktek
9	Satu elemen mutlak lebih penting dibanding elemen lainnya	Sokongan elemen yang satu atas yang lainnya terbukti memiliki tingkat penegasan tertinggi
2,4,6,8	Nilai-nilai diantara kebalikan nilai-nilai di atas	Kompromi diperlukan di antara dua pertimbangan
Kebalikan nilai-nilai di atas	Bila nilai-nilai di atas dianggap membandingkan antara elemen A dan B, maka nilai-nilai kebalikan ($1/2, 1/3, \dots, \dots, 1/8, 1/9$) digunakan untuk membandingkan kepentingan B terhadap A	

Sumber : Saaty (1991)

e) Menghitung nilai eigen dan menguji konsistensinya.

Jika tidak konsisten maka pengambilan data diulangi.

f) Mengulangi langkah c, d, dan e untuk seluruh tingkat hirarki

g) Menghitung vektor eigen dari setiap matriks perbandingan berpasangan

Merupakan bobot setiap elemen untuk penentuan prioritas elemen-elemen pada tingkat hirarki terendah sampai mencapai tujuan. Penghitungan dilakukan lewat cara menjumlahkan nilai setiap kolom dari matriks,

membagi setiap nilai dari kolom dengan total kolom yang bersangkutan untuk memperoleh normalisasi matriks, dan menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris dan membaginya dengan jumlah elemen untuk mendapatkan rata-rata.

h) Memeriksa konsistensi hirarki

Yang diukur dalam AHP adalah rasio konsistensi dengan melihat index konsistensi. Konsistensi yang diharapkan adalah yang mendekati sempurna agar menghasilkan keputusan yang mendekati valid. Walaupun sulit untuk mencapai yang sempurna, rasio konsistensi diharapkan kurang dari atau sama dengan 10 %.