

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian terapan (*applied research*). Jujun S. Suriasumantri di dalam Sugiyono (2015:4) menyatakan tujuan dari penelitian terapan adalah untuk memecahkan masalah-masalah di dalam kehidupan praktis. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yaitu sebuah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan fakta-fakta dari hasil suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif di mana metode ini berbentuk interpretasi terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian, peneliti sebagai instrumen penelitian dan penelitian bersifat induktif yang berarti pengamatan dan analisis yang dilakukan adalah untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif tidak menekankan kepada generalisasi bahkan berfokus untuk mendapatkan makna yang terdapat pada data yang mendalam. Generalisasi dalam penelitian kualitatif disebut *transferability*, yaitu hasil penelitian kualitatif dapat diterapkan di tempat lain ketika kondisi pada tempat lain tersebut tidak jauh berbeda dengan kondisi di tempat penelitian.

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer, yaitu data yang diambil langsung dari sumber datanya (responden). Sumber data dalam penelitian ini adalah para *stakeholder* SDIT tersebut yang terdiri dari anggota yayasan, kepala sekolah, guru, staf dan komite yang memiliki kepentingan terhadap penelitian ini.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah *field research* atau penelitian lapangan yang mana peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung dalam penelitian ini. Peneliti mengadakan pengamatan secara langsung untuk memperoleh data dalam penelitian ini. Seperti mana dijelaskan sebelumnya bahwa instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Peneliti dituntut untuk menguasai teori dan wawasan terkait tentang bidang yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Focus Group Discussion* (FGD)

Peneliti melakukan FGD kepada para *stake holder* untuk mengumpulkan data berupa faktor-faktor penentu lingkungan internal dan nilai pembobotan faktor-faktor penentu tersebut serta faktor-faktor penentu lingkungan eksternal dan nilai pembobotannya.

2. Wawancara

Peneliti mewawancarai langsung sumber data yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, namun tidak bisa dikumpulkan bersama dengan para anggota yayasan. Sama halnya dengan FGD di atas, wawancara dilakukan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh kuat dalam perencanaan strategi pemasaran SDIT Pelita Khoirul Ummah.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Strategi pemasaran	Strategi pemasaran adalah proses yang dapat memungkinkan suatu organisasi untuk memusatkan sumber dayanya yang terbatas pada peluang terbesar untuk meningkatkan penjualan dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Anupama S Chavan, 2014:74).	Upaya meningkatkan keunggulan bersaing	IFAS	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none">• Kekuatan (<i>strengths</i>)• Kelemahan (<i>weaknesses</i>) EFAS <ul style="list-style-type: none">• Peluang (<i>opportunities</i>)• Ancaman (<i>threats</i>)	Ordinal

3.5 Metode Analisis Data

Freddy Rangkuti (2016:23) menyebutkan proses penyusunan strategis melalui tiga tahapan analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data
2. Tahap analisis
3. Tahap pengambilan keputusan

Dalam tahap pengumpulan data, peneliti mengklasifikasikan data menjadi dua, yaitu data eksternal dan internal. Metode yang peneliti gunakan untuk pengumpulan data adalah EFAS (*Exteranal Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Matriks EFAS digunakan untuk menganalisis faktor-faktor strategis eksternal perusahaan sedangkan matriks IFAS digunakan untuk menganalisis faktor-faktor strategis internal perusahaan.

3.5.1 Analisis Matriks EFAS (*Exteranal Factor Analysis Summary*)

A. Pembobotan Faktor Penentu Eksternal

Pembobotan digunakan untuk menguantifikasi faktor-faktor eksternal yang dianggap strategis. Tahapan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyusun dalam kolom 1, 5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman perusahaan.
2. Peneliti memberikan bobot dalam kolom 2 untuk masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Pembobotan dilakukan dengan berdasarkan industri.
3. Dalam kolom 3, peneliti memberikan rating/peringkat untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya terhadap rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (variabel-variabel ancaman), jika nilai ancamannya sangat besar maka ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai kelemahannya kecil, maka ratingnya 4. Rating/peringkat didasarkan pada efektivitas strategi perusahaan.

4. Peneliti mengalikan nilai bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Peneliti menggunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Peneliti menjumlahkan skor pembobotan (kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam industri yang sama.

B. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Tabel 3.1 EFAS

Faktor Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Rating x Bobot	Komentar
Peluang 1. ... 2. ... 10. ...				
Ancaman 1. ... 2. ... 10. ...				

Sumber: Freddy Rangkuti (2016)

Terdapat beberapa ketentuan pada nilai (rating x bobot) rata-rata tertimbang pada tabel EFAS, antara lain: nilai rata-rata tertimbang tertinggi untuk organisasi adalah 4,0. Nilai tertimbang terendah adalah 1,0 dan nilai rata-rata adalah 2,5. Nilai total tertimbang menunjukkan bahwa organisasi merespon dengan baik peluang dan ancaman yang ada pada lingkungan bisnisnya. Total nilai 1,0 mengidentifikasikan bahwa perusahaan tidak menggunakan strategi yang memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

3.5.2 Analisis Matriks IFAS (*Interanal Factor Analysis Summary*)

A. Pembobotan Faktor Penentu Internal

Pembobotan digunakan untuk menguantifikasi faktor-faktor internal yang dianggap strategis. Tahapan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyusun dalam kolom 1, 5 sampau dengan 10 kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2. Peneliti memberikan bobot dalam kolom 2 untuk masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Dalam kolom 3, peneliti memberikam rating/peringkat untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya terhadap rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (variabel-variabel kelemahan), jika nilai kelemahannya sangat besar maka ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai ancamannya kecil, maka ratingnya 4. Pembobotan dalam kolom 2 dilakukan dengan berbasiskan industri, sedangkan rating/peringkat didasarkan pada efektivitas strategi perusahaan.
4. Peneliti mengkalikan nilai bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Peneliti menggunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Peneliti menjumlahkan skor pembobotan (kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis

eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam industri yang sama.

B. Matriks Faktor Strategi Internal

Tabel 3.2 IFAS

Faktor Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Rating x Bobot	Komentar
Kekuatan 1. ... 2. ... 10. ...				
Kelemahan 1. ... 2. ... 10. ...				

Sumber: Freddy Rangkuti (2016)

Ketentuan dalam menganalisis daftar IFAS antara lain: nilai (bobot x rating) rata-rata tertimbang tertinggi untuk organisasi adalah 4,0. Nilai tertimbang terendah adalah 1,0 dan nilai rata-rata adalah 2,5. Total nilai tertimbang di bawah 2,5 mengidentifikasikan bahwa organisasi memiliki kelemahan internal, sedangkan nilai yang di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Peneliti menggunakan matriks SWOT untuk penganalisisan data. Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dengan matriks ini dapat dibaca secara lebih jelas bagaimana peluang dan ancaman yang notabeneanya adalah faktor eksternal perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dari matriks ini memungkinkan untuk terhasilnya empat set kemungkinan alternatif strategis.

Fred R. David dan Forest R. David (2019:172) menyebutkan langkah-langkah yang digunakan untuk membuat matriks SWOT:

1. Membuat daftar kunci faktor eksternal peluang (*opportunities*).
2. Membuat daftar kunci faktor eksternal ancaman (*threats*).
3. Membuat daftar kunci faktor intrnal kekuatan (*strengths*);
4. Membuat daftar kunci faktor internal kelemahan (*weaknesses*).

5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang sesuai.
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO.
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT.

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer berusaha agar organisasi mereka berada pada posisi di mana kekuatan internal dapat dimanfaatkan untuk mengambil keuntungan dari tren dan kejadian eksternal. Ketika perusahaan memiliki kelemahan, maka ia akan berusaha untuk menanggulangnya dan membuat kelemahan tersebut menjadi sebuah kekuatan. Ketika perusahaan sedang dihadapkan dengan sebuah ancaman besar, maka perusahaan berusaha untuk menghindarinya dan fokus mencari peluang yang ada.

Strategi WO bertujuan untuk mengantisipasi kelemahan internal dengan mengambil peluang eksternal. Mungkin ketika sebuah peluang eksternal hadir, perusahaan sedang berurusan dengan kelemahan internalnya yang menghambat dan menghalangi perusahaan untuk meraih peluang-peluang tersebut. Maka perusahaan harus mencari cara untuk menanggulangi peluang yang ada padanya.

Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengurangi atau menghindari dampak dari ancaman lingkungan eksternal. Ancaman datang dari lingkungan eksternal, bukan sesuatu yang perusahaan memiliki wewenang dan mampu mengatasinya. Bahkan, perusahaan hanya perlu menghadapi atau menghindari ancaman tersebut. Perusahaan menghadapi ancaman eksternal dengan mempersiapkan alternatif-alternatif untuk memanfaatkan ancaman tersebut agar bisa menjadi sebuah peluang. Perusahaan juga bisa menghindari ancaman yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya.

Strategi WT adalah taktif defensif yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Organisasi yang menghadapi beberapa

ancaman eksternal dan kelemahan internal mungkin berada dalam situasi yang tidak aman. Perusahaan harus berjuang demi kelangsungan hidupnya, melakukan merger, pengurangan, likuidasi dan lain sebagainya.

IFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
EFAS	Tentukan 5-10 faktor dari kekuatan internal perusahaan.	Tentukan 5-10 faktor dari kelemahan internal perusahaan.
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
Tentukan 5-10 faktor dari peluang eksternal perusahaan.	Menciptakan strategi - strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Menciptakan strategi - strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
Tentukan 5-10 faktor dari ancaman eksternal perusahaan.	Menciptakan strategi - strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Menciptakan strategi - strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari kelemahan.

Gambar 3.1 Matriks SWOT

Sumber: Freddy Rangkuti (2016)