

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan meneliti langsung data yang terkait dengan penelitian ke lokasi penelitian yang telah ditetapkan.

Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif yaitu penelitian yang memerlukan pemahaman secara mendalam dan menyeluruh untuk menghasilkan kesimpulan penelitian dalam konteks waktu dan situasi tertentu, dan kuantitatif yaitu penelitian dengan memberikan kuesioner atau angket kepada pimpinan atau staf karyawan yang menjadi responden dalam penelitian ini.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini terletak di Jl. Sultan Adam Rt. 17 No.9, Sungai Miai, Banjar Utara, Banjarmasin, Telp. 0511-330-8305.

Alasan peneliti mengambil penelitian di Griya Yatim & Dhuafa Cabang Banjarmasin, yaitu Griya Yatim & Dhuafa bukan hanya menampung atau membina anak yatim & dhuafa, tetapi juga menyalurkan dana kepada masyarakat yang kurang mampu (membutuhkan).

#### **C. Data dan Sumber Data**

##### **1. Data**

Adapun data yang digali dalam penelitian meliputi:

- a. Gambaran umum mengenai Griya Yatim & Dhuafa (GYD) Cabang Banjarmasin.
- b. Data yang berkenaan strategi penghimpunan dana zakat, infak, sedekah pada Griya Yatim & Dhuafa (GYD) Cabang Banjarmasin.
- c. Data yang berkenaan inventarisasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Griya Yatim & Dhuafa (GYD).
- d. Data yang berkenaan inventarisasi faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Griya Yatim & Dhuafa (GYD).
- e. Data yang berkenaan inventarisasi faktor alternatif strategi penghimpunan dana zakat, infak, sedekah Griya Yatim & Dhuafa (GYD) Cabang Banjarmasin.

## **2. Sumber Data**

Responden, yaitu merupakan orang yang dianggap peneliti dapat memberikan keterangan langsung yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu pihak Griya Yatim & Dhuafa (GYD) Cabang Banjarmasin seperti pimpinan Griya Yatim & Dhuafa (GYD) ataupun staf karyawan Griya Yatim & Dhuafa (GYD) Cabang Banjarmasin.

## **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu, sebagai berikut:

1. Wawancara yaitu melakukan tanya jawab kepada informan tentang penelitian ini, sehingga diperoleh data-data yang diperlukan.<sup>1</sup>
2. Kuesioner (angket) yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden dengan penduan kuisisioner.
3. Dokumen yaitu mempelajari dan menggali data-data melalui dokumen yang ada.

#### **E. Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil wawancara untuk meningkatkan pemahaman tentang objek penelitian dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Metode analisis data ini merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan secara lebih spesifik. Teknik tersebut dapat juga disebut sebagai teknis analisis *deskriptif Kualitatif dan kuantitatif*. Analisis *kualitatif* yaitu prosedur penelitian yang digunakan untuk penentuan alternatif strategi perusahaan, sedangkan analisis *kuantitatif* digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, serta penentuan prioritas strategi perusahaan, untuk mendapatkan simpulan.<sup>2</sup>

Tahapan-tahapan yang digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Usman, Husaina dan Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Asara, 2009), edisi ke-2, hlm.52.

<sup>2</sup> Surya Yuliawati., *op. cit.*, hlm. 51.

### 1. Analisis Matriks *Internal Faktor Evaluation* (IFE) dan *Exsternal Faktor Evaluation* (EFE)

Analisis internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. secara ringkas analisis ini disajikan dalam matriks *Internal Faktor Evaluation* (IFE). Matriks *Exsternal Faktor Evaluation* (EFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

Tahapan-tahapan dalam penyusunan matriks IFE dan EFE adalah:

#### 1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Tahap identifikasi faktor-faktor internal, yaitu dengan cara mendaftarkan semua kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. dalam penyajiannya, faktor yang bersifat positif (kekuatan) ditulis sebelum faktor yang bersifat negatif (kelemahan). Begitu pula dengan tahap identifikasi faktor eksternal perusahaan.

#### 2. Pemberian Bobot Setiap Faktor

Penentuan bobot setiap faktor menggunakan 1, 2, dan 3 Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:

1= Jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal

2 = Jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal

3 = Jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal

Tabel 3.1 Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal

Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	....	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
....							
Total							

Sumber : Surya Yuliatwati, 2008

Tabel 3.2 Penilaian Bobot Strategis Eksternal

Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	....	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
....							
Total							

Sumber : Surya Yuliawati, 2008

Bobot setiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus:

$$a_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^m X_i}$$

Keterangan:

$a_i$  = Bobot variabel ke-i

$X_i$  = Nilai variabel ke-i

$I = 1, 2, 3, \dots, m$

$m$  = Jumlah variabel

adapun bobot yang diperoleh akan berada pada kisaran antara 0.0 (tidak penting), sampai 1.0 (terpenting) pada setiap faktor.

### 3. Peluang Rating

Penentuan *rating* untuk masing-masing faktor berdasarkan Freddy Rangkuti yang dikutip Surya Yuliawati dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) samapai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan dan peluang) diberi nilai mulai dari +1 (sangat lemah) sampai dengan +4 (sangat kuat) dengan membandingkan

dengan rata-rata industry atas dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (semua variabel yang masuk kategori kelemahan dan ancaman) adalah sebaliknya, yaitu diberi nilai mulai dari -1 (sangat kuat) sampai dengan -4 (sangat lemah).

#### 4. Perkalian bobot dan peringkat

Selanjutnya nilai dari pembobotan dikalikan dengan peringkat pada tiap faktor dan semua hasil kali tersebut dijumlahkan secara vertikal untuk memperoleh total pembobotan.

Penjumlahan nilai yang dibobotka pada matriks IFE akan berada pada kisaran 1.0 yang rendah sampai 4.0 yang tinggi dengan rata-rata 2.5. Total nilai yang dibobot yang jauh di bawah 2.5 merupakan cirri organisasi yang lemah secara internal, sedangkan jumlah yang jauh di atas 2.5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat faktor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut:

Nilai 1, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi kelemahan utama.

Nilai 2, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi kelemahan kecil.

Nilai 4, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi kekuatan utama.

Nilai 3, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi kekuatan kecil.

Pemberian nilai peringkat didasarkan pada kemampuan perusahaan dalam meraih peluang yang ada. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut:

Nilai 4, Jika perusahaan mempunyai kemampuan sangat baik dalam meraih peluang tersebut.

Nilai 3, Jika perusahaan mempunyai kemampuan baik dalam meraih peluang tersebut.

Nilai 2, Jika perusahaan mempunyai kemampuan cukup baik dalam meraih peluang tersebut.

Nilai 1, Jika perusahaan mempunyai kemampuan tidak baik dalam meraih peluang tersebut.

Tabel 3.3 Matrik IFE

Faktor Internal Utama	Bobot (1)	Peringkat (2)	Rata-rata Tertimbang (3) = (1)x(2)
<b>Kekuatan Internal</b>			
1.....	.....	.....	.....
2.....	.....	.....	.....
3.....	.....	.....	.....
<b>Kelemahan Internal</b>			
1.....	.....	.....	.....
2.....	.....	.....	.....
3.....	.....	.....	.....
<b>Total</b>	<b>1.0</b>		.....

Sumber : Surya Yuliawati, 2008

Tabel 3.4 Matrik EFE

Faktor Eksternal Utama	Bobot (1)	Peringkat (2)	Rata-rata Tertimbang (3) = (1)x(2)
<b>Peluang</b>			
1.....	.....	.....	.....
2.....	.....	.....	.....
3.....	.....	.....	.....
<b>Ancaman</b>			
1.....	.....	.....	.....
2.....	.....	.....	.....
3.....	.....	.....	.....
<b>Total</b>	<b>1.0</b>		.....

Sumber : Surya Yuliawati, 2008

## 5. Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Nilai yang diperoleh pada matriks IFE dan matriks EFE kemudian dimasukkan ke dalam matriks Internal-Eksternal (*Internal-Eksternal Matrix*) untuk memetakan posisi perusahaan pada saat ini. Lebih lanjut berdasarkan pada posisi tersebut, perusahaan dapat menentukan inti strategi yang tepat untuk diterapkan.

Matriks IE terbagi atas tiga bagian besar yang memiliki implikasi strategi yang berbeda, yaitu:

1. Divisi yang berada pada sel I, II, atau V dapat melaksanakan strategi mengembangkan dan membangun (*growth and build*). Strategi yang umum digunakan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
2. Divisi yang berada pada sel III, V, atau VII dapat melaksanakan strategi mempertahankan dan memelihara (*hold and maintain*). Strategi yang umum dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.<sup>3</sup>
3. Divisi yang berada pada sel VI, VII, atau IX, yakni strategi mengambil hasil atau melepaskan (*harvest or diverst*), strategi yang umum dipakai adalah strategi divestasi, strategi diversifikasi konglomerat dan strategi likuiditas.

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 54-57.



**TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG IFE**

	Kuat 3.0-4.0	Rata-rata 2.0-2.99	Lemah 1.0 1.99 1.0
--	-----------------	-----------------------	-----------------------

  

TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG EFE	Tinggi 3.0-4.0 4.0	I	II	III
	Menengah 2.0-2.99 3.0	IV	V	VI
	Rendah 1.0-1.99 2.0	VII	VIII	IX

**Gambar 3.1 Matriks IE**

Sumber : Surya Yuliawati, 2008

#### 6. Analisis Matriks *Strengths-Weakness- Strengths-Weakness* (SWOT)

Matriks SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunity-Threats*) merupakan alat analisis yang digunakan untuk mencocokkan hasil yang diperoleh pada matriks IFE dan EFE. Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT adalah alternatif strategi yang layak dipakai dalam strategi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternative startegi, yaitu strategi S-O (*Strengths-Weakness*), strategi W-O (*Strengths-Weaknes*), strategi W-T (*weakness-Treatgs*), dan strategi S-T (*Strengths-Threats*).

Internal Eksternal	STRENGTH-S Daftar Kekuatan	WEAKNESS-W Daftar Kelemahan
OPPRUNITY-O Daftar Peluang	STRATEGI S-O Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
TREATH S-T Daftar Ancaman	STRATEGI S-T Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI W-T Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

**Gambar 3.2 Matriks SWOT**

Sumber : Surya Yuliawati, 2008

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan matriks SWOT adalah:

1. Tentukan faktor-faktor peluang eksternal perusahaan.
2. Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal perusahaan.
3. Tentukan faktor-faktor kekuatan internal perusahaan.
4. Tentukan faktor-faktor kelemahan internal perusahaan.
5. Sesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O.
6. Sesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O.
7. Sesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T.
8. Sesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T.

#### 7. Analisa QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Tahap terakhir penetapan strategi pemasaran adalah tahap keputusan, yaitu menentukan strategi yang menjadi prioritas berdasarkan analisis daya tarik relative alternatif strategi. QSPM digunakan untuk menetapkan daya tarik relatif dari alternatif yang digunakan. Dalam hasil ini QSPM membuat peringkat strategi untuk menentukan daftar prioritas strategi. Berikut QSPM ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 3.5 *Quantitative Strategic Planning Matrix*

Faktor sukses kritis	Strategi 1			Strategi 2		
	Bobot	AS	TAS	Bobot	AS	TAS
Peluang						
Ancaman						
	1.00			1.00		
Kekuatan						
Kelemahan						
	1.00			1.00		

Sumber : Surya Yuliawati, 2008

Tahapan dalam menyusun QSPM adalah sebagai berikut:

1. Mendaftar peluang dan ancaman lingkungan eksternal maupun kekuatan dan kelemahan lingkungan internal dari perusahaan dalam kolom kiri QSPM. Informasi tersebut didapatkan dari Matriks EFE dan Matriks IFE.
2. Memberikan bobot pada setiap faktor strategis internal dan eksternal. Bobot yang digunakan sama dengan bobot pada Matriks EFE dan Matriks IFE.
3. Mengidentifikasi strategi alternatif yang layak untuk diimplementasikan pada perusahaan.
4. Menetapkan nilai daya tarik (AS). Penetapan nilai daya tarik setiap strategi terhadap faktor strategis internal dan eksternal menggunakan skala satu sampai empat dengan ciri sebagai berikut:
 

1 = tidak menarik	3 = cukup menarik
2 = agak menarik	4 = sangat menarik
- 3 Menghitung total nilai daya tarik (TAS). Total nilai daya tarik ditetapkan sebagai hasil penelitian bobot dengan nilai daya tarik (AS). Total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif dari setiap strategi alternatif dengan mempertimbangkan kepentingan terhadap faktor strategi internal dan

eksternal. Semakin tinggi total nilai daya tarik menunjukkan semakin menarik alternatif strategi tersebut terhadap faktor strategi yang dihadapi.

- 4 Menghitung jumlah total nilai daya tarik. Jumlah total nilai daya tarik menunjukkan prioritas keseluruhan alternatif strategi. Semakin tinggi nilai yang dihasilkan menunjukkan strategi yang semakin menarik terhadap keseluruhan faktor strategis internal dan eksternal perusahaan. besarnya perbedaan antara jumlah nilai total daya tarik dalam setiap alternatif menunjukkan seberapa besar strategi lebih diinginkan terhadap yang lain.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, hlm.58-61.