

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Sifat, dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) Yang dimaksud dengan penelitian lapangan (*field research* adalah suatu penelitian berusaha mendeskripsikan fakta diamati dalam penelitian. Dalam penelitian lapangan yang menjadi sasaran ialah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tanjung.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode kualitatif ialah metode penelitian naturalistik dikarenakan penelitiannya melakukan kondisi yang alamiah (*natural setting*) (Sugiyono, 2009).

Penelitian kualitatif adalah penelitian khusus objek yang tidak bisa diteliti secara statistik. Penelitian kualitatif membentuk data deskriptif seperti ucapan, tulisan, juga sikap orang yang diamati (Ghony & Almanshur, 2017, hlm. 13). Penelitian kualitatif mengatakan situasi mengungkapkan kenyataan yang sebenarnya. Dibentuklah kata berlandaskan teknik pengumpulan serta analisis data yang sesuai didapatkan situasi yang alami. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak hanya sebagai mendeskripsikan data, tapi mendeskripsikan hasil dari pengumpulan data yang kualitatif, seperti wawancara mendalam, observasi partisipasi, dan studi dokumen (Ghony & Almanshur, 2017, hlm. 27).

3. Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan tentang strategi pelayanan *teller* untuk meningkatkan kepuasan nasabah, maka penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tanjung. Jl P. H. M Noor No.12 Kab. Tabalong Kec. Murung Pudak Prov. Kalimantan Selatan 71571

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini *teller* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tanjung.

Objek dari penelitian ini adalah strategi pelayanan *teller* untuk meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tanjung.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, di mana data yang didapatkan peneliti adalah langsung terjun kelapangan atau tempat penelitian tersebut. Data yang dimaksud peneliti merupakan data strategi pelayanan *teller* untuk meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tanjung.

2. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini berjumlah 6 orang, 4 nasabah dan 2 pegawai bank terdiri dari *Teller*, dan *Kriya Teller*

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Peneliti menggunakan teknik observasi untuk pengumpulan data memiliki ciri yang spesifik dibandingkan teknik yang lain. Pendapat Sutrisno Hadi (1986), observasi ialah proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. (Sugiyono, 2009) Peneliti menggunakan observasi mengenai kelancaran mesin hitung untuk *teller*, mesin nomor antrian, *pin pad*, dan bentuk pelayanan *teller*.

2. Wawancara

Peneliti menggunakan teknik wawancara sebagai metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung. Dikutip oleh (Istijanto, 2005). Dalam wawancara, seorang responden mengajukan pertanyaan oleh pewawancara untuk mengatakan perasaan, motivasi, sikap, serta keyakinannya pada suatu topik (Sunyoto, 2014, hlm. 32). Peneliti mendapatkan wawancara dari kepuasan nasabah.

E. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Setelah selesai mengumpulkan data peneliti melakukan pengolahan data pada tahapan sebagai berikut:

- a. Pengeditan, penulis mencek, juga mempelajari lagi data juga kelengkapan data serta mengoreksi apabila ada terjadi kesalahan dalam penulisan
- b. Deskripsi data, pada tahap ini peneliti menguraikan data serta menyusun kembali data yang telah terhimpun dalam uraian sistematis.

2. Analisis Data

Pada data yang sudah dikumpulkan peneliti, menganalisis menggunakan analisis SWOT seperti *strength* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threat* (ancaman). Kemudian untuk pelayanan menggunakan dimensi kualitas pelayanan seperti *tangible* (wujud fisik), *realibity* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Untuk nasabah peneliti menggunakan wawancara dengan indikator kepuasan nasabah seperti kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi.

Analisis SWOT ialah suatu analisis berguna dalam menjabarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mengerjakan usaha atau bisnis. Identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi, berlandaskan logika yang dapat memaksimal kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) dan bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) (Rangkuti, 1997).

Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) mengidentifikasi faktor internal juga eksternal memengaruhi proses atau struktur yang diselidiki dalam kasus ini. Analisis SWOT yaitu metode penilaian terstruktur yang mengevaluasi kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) dilibatkan pada suatu proses struktur dalam pengertian paling umum dari istilah-istilah ini. Analisis SWOT mengaitkan penetapan tujuan dari proses mengidentifikasi pengaruh internal juga eksternal terkait pada tingkat pencapaian tujuan tersebut dan, terakhir elemen inti, mencirikan kekuatan, kelemahan, peluang

dan ancaman dari proses tersebut. di bawah pengawasan. Analisis SWOT dapat membantu mengembangkan entitas yang dinilai lebih lanjut dari pencapaian tujuan yang lebih baik. (Theodor Leiber, 2018)

Analisis SWOT yaitu, instrumen yang sangat berguna melakukan analisis strategi, ditujukan untuk menilai kualitas layanan perbankan, maka dari itu diinginkan bisa meminimalisasi kelemahan yang ada pada suatu lembaga bank juga mengetahui akibat ancaman yang timbul juga mesti dihadapi (Chrismastianto, 2017).

Adapun yang dimaksud analisis SWOT adalah :

a. *Strength*

Strength atau kekuatan yaitu, keadaan kekuatan organisasi pada masa ini. *Strength* adalah faktor internal yang mendukung perusahaan guna mencapai tujuannya. Faktor pendukung seperti, sumber daya, keahlian, dan kelebihan lain yang mungkin didapatkan seseorang karena sumber keuangan, citra, keunggulan juga hubungan baik *buyer* juga *supplier*.

b. *Weaknesses*

Weaknesses atau kelemahan merupakan kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik dan sumber daya dibutuhkan tapi tidak memiliki. Kelemahan itu sesekali mudah diamati dibanding kekuatan akan tetapi, ada yang membuat kelemahan tersebut tidak diberikan penyelesaian yang tepat karena tidak dimaksimalkan kekuatan yang ada. *Weaknesses* adalah faktor internal menghambat pada perusahaan untuk mencapai tujuannya. Faktor penghambat seperti fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber

keuangan, kemampuan mengelola, kemahiran pemasaran, serta citra perusahaan.

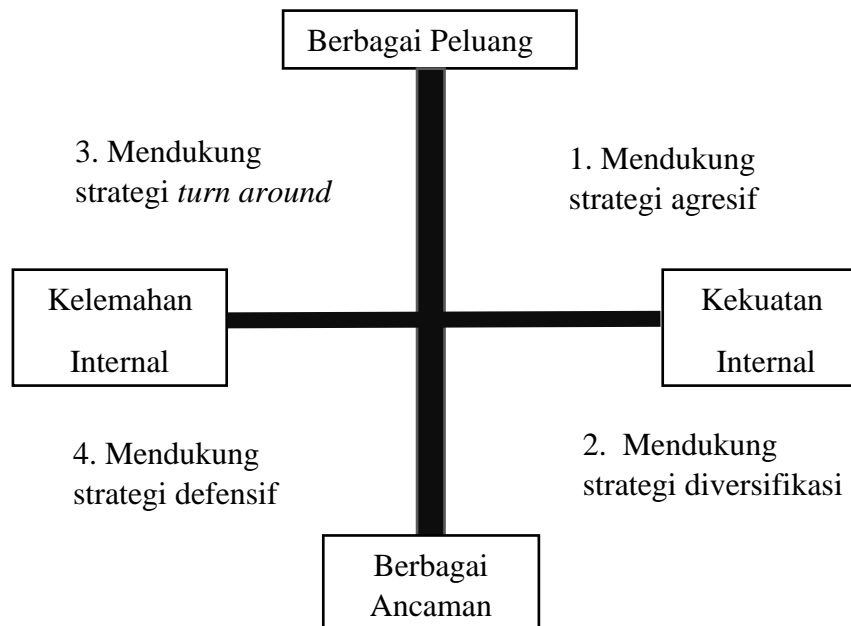
c. *Opportunities*

Opportunities atau peluang merupakan faktor yang baik muncul saat lingkungan serta memberikan peluang bagi organisasi guna memanfaatkannya. *Opportunities* tidak hanya kebijakan atau peluang dalam hal mendapatkan modal berupa uang, tetapi bisa dalam bentuk respons masyarakat. *Opportunities* ialah faktor eksternal mendukung perusahaan guna mencapai tujuannya. Faktor eksternal seperti perubahan kebijakan, perubahan persaingan, perubahan teknologi, serta perkembangan hubungan *supplier* dan *buyer*.

d. *Threat*

Threat atau ancaman merupakan faktor negatif pada lingkungan yang mendapatkan ancaman untuk organisasi dan program. Ancaman terkadang terlewat karena banyak ingin mencoba untuk kontroversi atau melawan arus. Pada kenyataannya organisasi banyak layu sebelum berkembang. *Threat* yaitu faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang 20 lambat, meningkatnya *bargaining power* daripada *supplier* dan *buyer* utama, perubahan teknologi serta kebijakan baru (Rangkuti, 2006).

DIAGRAM I ANALISIS SWOT



Kuadran I: adalah posisi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang juga kekuatan yang akan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang mesti digunakan kondisi ini yaitu, mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Kuadran II: Saat mengalami berbagai ancaman, perusahaan ini mempunyai kekuatan dari segi internal. Strategi yang diterapkan merupakan kekuatan guna memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III: perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menemui banyak kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini yaitu, meminimalkan masalah internal perusahaan, maka akan merebut peluang pasar yang lebih baik. Seperti, Apple digunakannya strategi pemeriksaan kembali teknologi yang digunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri Microcomputer. Kuadran IV: adalah situasi yang sangat

tidak menguntungkan perusahaan, dikarenakan mesti melalui banyak ancaman serta kelemahan internal (Rangkuti, 1997, hlm. 21).

DIAGRAM II MATRIKS SWOT

| | | |
|--|--|--|
| IFAS EFAS | STRENGTHS (S) Susun Daftar kekuatan: | WEAKNESSES (W) Susun Daftar Kelemahan: |
| OPPORTUNIES (O) Susun Daftar Peluang: | STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan guna memanfaatkan peluang | STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| THREATS (T) Susun Daftar Ancaman: | STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. |

- a. Strategi SO, didasarkan jalan pikiran perusahaan, dengan memanfaatkan semua kekuatan guna merebut serta memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi WT, merupakan strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan guna menanggulangi ancaman.
- c. Strategi WO, menerapkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT, berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive yang berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 1997, hlm. 84).

Menurut Freddy Rangkuti terdapat dua tahap pengumpulan data, yaitu data eksternal dan internal

Data eksternal yang didapat dari lingkungan di luar perusahaan, seperti:

- Analisis pasar
- Analisis kompetitor
- Analisis komunitas
- Analisis pemasok
- Analisis pemerintah
- Analisis kelompok kepentingan tertentu

Data internal yang didapat dari perusahaan itu sendiri, seperti:

- Laporan keuangan (Neraca, Laba-rugi, *Cash-flow*, Struktur pendanaan)
- Laporan kegiatan sumber daya manusia (jumlah karyawan, pendidikan, kemahiran, pengetahuan, gaji, *turn-over*)
- Laporan kegiatan operasional
- Laporan kegiatan pemasaran

Model yang dipakai pada tahap ini terdiri atas tiga, yaitu:

- Matriks Faktor Strategi Eksternal
- Matriks Faktor Strategi Internal
- Matriks Profil Kompetitif

a. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Sebelum menggunakan matriks faktor strategi eksternal, peneliti harus mengenal terdahulu Faktor Strategi Eksternal (EFAS). Berikut ini merupakan cara menentukan Faktor Strategi Eksternal:

- 1) Susun dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- 2) Buat bobot satu-persatu faktor kolom 2, dimulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor ini kemungkinan memberikan dampak pada faktor strategis.
- 3) Hitunglah rating (dalam kolom 3) dalam masing-masing faktor memberikan skala dimulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) didasarkan pengaruh faktor tersebut pada keadaan perusahaan bersangkutan. Pemberian nilai rating dalam faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman merupakan kebalikannya. Seperti, apabila nilai ancaman sangat besar, ratingnya merupakan 1. meskipun, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 pada rating dengan kolom 3, guna mendapatkan faktor pembobotan untuk kolom 4. Hasilnya merupakan skor pembobotan dalam masing-masing faktor dengan nilai bervariasi dimulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5) Buat kolom 5 guna memberikan komentar serta catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih serta bagaimana skor pembobotannya dihitung.

6) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), guna mendapatkan total skor pembobotan dalam perusahaan bersangkutan. Nilai total dapat menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi pada faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini untuk digunakan dalam membedakan perusahaan ini pada perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. (Rangkuti, 1997, hlm.25)

TABEL I EFAS

| Faktor-Faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Skor |
|---|--------------|---------------|-------------|
| Peluang : | | | |
| A. 1 | 0,20 | 4 | 0,80 |
| A. 2 | 0,15 | 4 | 0,60 |
| A. 3 | 0,15 | 4 | 0,60 |
| A. 4 | 0,20 | 3 | 0,60 |
| A. 5 | 0,10 | 3 | 0,30 |
| Ancaman : | | | |
| B. 1 | 0,02 | 2 | 0,04 |
| B. 2 | 0,05 | 2 | 0,10 |
| B. 3 | 0,05 | 2 | 0,05 |
| B. 4 | 0,05 | 1 | 0,05 |
| B. 5 | 0,03 | 1 | 0,03 |
| Total | 1,00 | | 3,17 |

b. Matriks Faktor Strategi Internal

sesudah faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun dalam merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut untuk kerangka *Strength* serta *Weakness* perusahaan. Tahapnya yaitu:

- 1) Menentukan faktor-faktor menjadikan kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

- 2) Berikan bobot masing-masing faktor pada skala dimulai dengan 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), belandaskan pengaruh faktor ini pada strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak diperbolehkan melebihi skor total 1,00)
- 3) Hitunglah rating (dalam kolom 3) dalam masing-masing faktor pada memperoleh skala dimulai dari 4 (*outstanding*) sampai pada 1 (*poor*), belandaskan pengaruh faktor ini pada keadaan perusahaan bersangkutan. Variabel bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberikan nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) untuk membandingkannya pada rata-rata industri serta dengan pesaing utama. Sedangkan variabel bersifat negatif, kebalikannya. Seperti , jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan pada rata-rata industri, nilainya merupakan 1, sedangkan kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya merupakan 4.
- 4) Kalikan bobot untuk kolom 2 pada rating dalam kolom 3, guna mendapatkan faktor pembobotan untuk kolom 4. Hasilnya merupakan skor pembobotan dalam masing-masing faktor yang nilainya bervariasi dimulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5) Gunakan kolom 5 dalam memberikan komentar serta catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, serta bagaimana skor pembobotannya dihitung.

- 6) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), guna mendapatkan total skor pembobotan bagi perusahaan bersangkutan. Nilai total dapat menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi pada faktor strategis internalnya. Skor total ini digunakan membandingkan pada perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

TABEL II IFAS

| Faktor-Faktor Strategi Internal | Bobot | Rating | Skor |
|--|--------------|---------------|-------------|
| Kekuatan: | | | |
| C. 1 | 0,15 | 4 | 0,60 |
| C. 2 | 0,15 | 4 | 0,60 |
| C. 3 | 0,10 | 4 | 0,40 |
| C. 4 | 0,05 | 3 | 0,15 |
| C. 5 | 0,15 | 3 | 0,45 |
| Kelemahan: | | | |
| D. 1 | 0,05 | 2 | 0,10 |
| D. 2 | 0,05 | 2 | 0,10 |
| D. 3 | 0,15 | 1 | 0,30 |
| D. 4 | 0,10 | 1 | 0,10 |
| D. 5 | 0,05 | 1 | 0,05 |
| Total | 1,00 | | 2,85 |

F. Tahapan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, penulis menempuh beberapa tahapan berikut ini:

1. Tahapan Pendahuluan
 - a. Meneliti, memeriksa, meneliti awal ke lokasi penelitian tersebut
 - b. Mengonsultasikan pada dosen pembimbing
 - c. Membuat judul dan mengolah proposal
 - d. Mengajukan proposal tersebut ke Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

2. Tahapan Persiapan

- a. Sesudah judul diterima oleh Biro Skripsi kemudian diseminarkan proposal tersebut
- b. Peneliti membuat surat izin riset di web Salam guna melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tanjung
- c. Menyampaikan surat izin riset tersebut kepada pihak yang bersangkutan.

3. Tahapan Pelaksana

- a. Data yang di riset sudah tercukupi kemudian menyusun data
- b. Peneliti menganalisis kebenaran data tersebut yang telah terkumpul
- c. Berkonsultasi dengan dosen pembimbing

4. Tahapan penyusunan laporan

- a. Peneliti mengerjakan penyusunan data yang telah di dapat dalam laporan
- b. Kemudian dikonsultasikan dengan dosen pembimbing skripsi tentang hasil penelitian yang telah disusun
- c. Dibawa ke sidang munaqasah skripsi untuk di ujikan