

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MTSS Darussalam Kota Bogor yang beralamat di Jalan R.E Soemantadiredja No.15 RT. 005 RW. 007 Kelurahan Pamoyanan Kecamatan Bogor Selatan Kota Bogor. Waktu Penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2024 hingga bulan Juli 2024.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																								
2	Seminar Proposal																								
3	Perubahan Perbaikan																								
4	Proses Bimbingan																								
5	Ujian Sidang Skripsi																								
6	Perbaikan Skripsi																								
7	Persetujuan Skripsi																								

Sumber :Penelitian, 2024

3.2 Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah pihak-pihak (narasumber) yang dinilai berkompeten dan memahami secara real keadaan yang ada di MTSS Darussalam Kota Bogor. Narasumber adalah Seseorang yang memberikan atau mengetahui secara jelas tentang suatu informasi, atau menjadi sumber informasi untuk kepentingan penelitian, biasanya informasi yang didapat dari narasumber diperoleh melalui wawancara dengan menanyakan pendapatnya mengenai suatu masalah yang sedang ada. Dalam penelitian ini kuisisioner dan wawancara diberikan kepada :

1. Kepala Madrasah
2. Bagian Tata Usaha
3. PKM Kurikulum
4. PKM Kesiswaan
5. PKM Bidang Sarana dan Prasarana

3.3 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan bentuk penelitian yang paling dasar, yakni mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik yang alamiah maupun yang direkayasa. Dalam metode penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar daripada angka-angka. Hasil penelitian tertulis berisi kutipan-kutipan dari data untuk mengilustrasikan dan menyediakan bukti presentasi. Data tersebut mencakup hasil wawancara, observasi, kuisioner dan lainnya. Dalam pencarian untuk pemahaman, penelitian kualitatif tidak mereduksi halaman demi halaman dari narasi dan data lain ke dalam simbol-simbol numerik. Tetapi mencoba menganalisa data dengan segala kekayaannya sedekat mungkin dengan bentuk rekaman dan transkripnya.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah data yang dikumpulkan peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan. Jenis dan sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang dikumpulkan dari sumber utama yaitu pihak yang dijadikan sebagai informan atau data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara mengenai strategi MTsS Darussalam Kota Bogor

2. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau pelengkap serta tambahan yang melengkapi data primer.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data serta informasi yang diperlukan maka penulis menggunakan pengumpulan data melalui :

1. Observasi

Observasi adalah teknik yang digunakan untuk terjun ke lapangan dalam pelaksanaan pengambilan data, dilaksanakan untuk melihat, memperlihatkan dan mengamati secara langsung terhadap objek, peristiwa interaksional, serta

situasi transformasional yang berlangsung secara utuh di lingkungan (Satibi,

2021:45).Observasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan sehingga termasuk kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya (Sadirtha, 2020:82). Pada tahap ini peneliti melakukan pengamatan mengenai kegiatan yang dilakukan di MTsS Darussalam Kota Bogor.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk percakapan antara peneliti dengan responden atau informan dengan maksud menggali informasi tertentu (Sadirtha, 2020:79). Wawancara juga merupakan kegiatan dalam rangka pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancara, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bungin, 2008:108 dalam Sadirtha 2020:176). Pada tahap ini penulis melakukan wawancara dalam rangka untuk mengetahui hal lain dari responden secara lebih mendalam seperti masalah yang dihadapi, serta data lain yang dibutuhkan dalam proses penelitian ini. Adapun bentuk wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara terbuka dengan jumlah narasumber sebanyak lima orang yaitu kepala madrasah, bagian tata usaha, waka bidang kurikulum, waka bidang kesiswaan, waka bidang sarana dan prasarana.

3. Kuesioner

Arikunto (2009:236) dalam Sadirtha (2020:14) kuesioner disebar kepada responden yang disebut dengan sampel dari suatu populasi. Pada tahap ini kuesioner hanya diberikan kepada responden atau narasumber dalam rangka menilai faktor-faktor internal dan eksternal dengan skala pemberian nilai 0,1 dan 2 yaitu 0 (Tidak Penting), 1 (Sama Penting), 2 (Lebih Penting), dan jika semua bobot dijumlahkan tidak boleh melebihi skor total 1,0 atau total bobot sama dengan satu. Kemudian pemberian rating skala 1-4 (untuk faktor internal 1=kelemahan utama, 2=kelemahan kecil, 3=kekuatan kecil, 4=kekuatan

besar, dan untuk faktor eksternal 1=tidak merespon, 2=kurang merespon, 3=cukup merespon, dan 4=sangat merespon).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data yang dilakukan dengan melakukan analisis faktor eksternal dan faktor internal perusahaan dengan menggunakan matriks EFE (*External Factors Evaluation*) dan IFE (*Internal Factors Evaluation*). Dalam Matriks EFE dan IFE perlu memasukan bobot setiap faktor internal kunci untuk menentukan tingkat kepentingan, serta menentukan rating dengan skala tertentu untuk mengetahui tingkat kelemahan, kekuatan pada matriks IFE, serta respon terhadap peluang dan ancaman pada matriks EFE. Setelah tahap input dengan Matriks IFE dan EFE, selanjutnya menetapkan beberapa alternatif strategi dengan metode IE dan SWOT. Setelah alternatif strategi didapatkan, selanjutnya merumuskan prioritas alternatif strategi dengan matriks QSPM. Alat analisis data yang digunakan yaitu analisis matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, SWOT dan QSPM.

3.6.1 Matriks IFE

Alat perumusan strategi ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan di antara area tersebut. Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima langkah :

- a. Membuat daftar faktor-faktor internal utama sebagaimana yang disebutkan dalam proses audit internal. Kemudian memasukkan faktor internal, termasuk kekuatan maupun kelemahan organisasi dengan cara mendaftar terlebih dulu kekuatannya lalu kelemahannya dengan spesifik.
- b. Memberikan bobot untuk setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menandakan signifikansi relatif faktor tersebut bagi keberhasilan industri perusahaan. Terlepas faktor utama itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasional harus diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Memberikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk

mengindikasikan faktor tersebut kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), dan kekuatan utama (peringkat = 4). Kekuatan mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan mendapat peringkat 1 atau 2. Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot di langkah 2 berbasis industri.

- d. Memberikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan faktor tersebut kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), dan kekuatan utama (peringkat = 4). Kekuatan mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan mendapat peringkat 1 atau 2. Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot di langkah 2 berbasis industri.
- e. Menjumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor bobot total organisasi.

Skor bobot total berkisar antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total di bawah 2,5 mencirikan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat (David 2016:111).

3.6.2 Matriks EFE

Matriks EFE dapat dikembangkan dalam lima Langkah:

- a. Memasukkan faktor eksternal termasuk peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya dengan mendaftar terlebih dulu peluang kemudian ancaman.
- b. Memberikan pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot itu mengindikasikan signifikansi relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Peluang seringkali mendapat bobot yang lebih tinggi daripada ancaman, tetapi ancaman bisa diberi bobot tinggi terutama jika mereka sangat mengancam. Bobot yang sesuai dapat ditemukan dengan cara membandingkan pesaing yang berhasil dengan yang tidak berhasil atau melalui diskusi. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama

dengan 1,0.

- c. Memberikan peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespons faktor tersebut, di mana 4 = sangat merespon, 3 = cukup merespon, 2= kurang merespon, dan 1 = tidak merespon. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan. Oleh karenanya, peringkat tersebut berbeda antar perusahaan, sementara bobot dilangkah nomor 2 berbasis industri. Penting untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat menerima peringkat 1, 2, 3, atau 4.
- d. Bobot setiap faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
- e. Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Skor bobot total tertinggi yang mungkin dicapai untuk sebuah organisasi adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa sebuah organisasi merespons secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Maka, strategi perusahaan secara efektif mampu menarik keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan pengaruh negatif potensial dari ancaman eksternal (David 2016:65).

3.6.3 Pemberian Bobot dan Rating Matriks IFE dan EFE

Teknik yang digunakan untuk menentukan bobot pada matriks IFE dan EFE adalah *pairwise comparison*. Teknik ini berfungsi untuk membandingkan setiap variabel pada kolom. Penentuan perbandingan bobot (nilai signifikan) pada setiap variabel adalah sebagai berikut :

- 1 = Faktor internal/eksternal kurang penting daripada faktor strategis internal/eksternal lain
- 2 = Faktor internal/eskternal sama penting daripada faktor strategis internal/eksternal lain
- 3 = Faktor internal/eksternal lebih penting daripada faktor strategis internal/eksternal lain.

Nilai bobot diperoleh dari nilai signifikan suatu faktor dibagi dengan total nilai signifikan masing-masing faktor. Dalam penelitian ini, nilai bobot adalah nilai rata-rata dari bobot yang diberikan 5 responden internal MTsS Darussalam yaitu kepala madrasah, Tata Usaha, PKM kurikulum, PKM Kesiswaan, PKM Sarana dan Prasarana. Pemberian bobot dilakukan oleh responden internal dikarenakan mereka adalah responden ahli dan dianggap mengetahui tentang seberapa penting/ prioritas suatu faktor internal dan eksternal pada MTsS Darussalam Kota Bogor. Bobot faktor dikalikan dengan nilai rating untuk menentukan skor pembobotan untuk masing-masing variabel. Skor pembobotan dari masing-masing variabel dijumlahkan untuk menentukan total skor pembobotan. Total skor pembobotan IFE di bawah 2,5 menunjukkan perusahaan yang lemah secara internal sedangkan di atas 2,5 menunjukkan perusahaan berada pada posisi internal yang kuat. Total skor pembobotan EFE sebesar 4,0 menunjukkan bahwa organisasi merespon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya sedangkan 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman.

3.6.4 Matriks IE

Matriks IE terdiri dari dua dimensi kunci, yaitu total skor tertimbang IFE pada sumbu X dan skor tertimbang EFE pada sumbu Y, setiap divisi atau unit bisnis yang ada dalam organisasi sebaiknya mengkonstruksi matriks IFE dan matriks EFE. Pada sumbu X matriks IE, skor total tertimbang IFE dari 1,0 ke 1,99 mencerminkan posisi internal yang lemah, skor dari 2,0 ke 2,99 dianggap rata-rata, dan skor 3,0 ke 4,0 adalah kuat. Demikian juga, pada sumbu Y matriks IE, skor total tertimbang EFE dari 1,0 ke 1,99 mencerminkan posisi eksternal yang rendah, skor total 2,0 ke 2,99 dianggap sedang dan 3,0 ke 4,0 adalah tinggi.

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga komponen utama dengan strategi implikasi yang berbeda. Untuk divisi atau unit bisnis yang berada di sel I,II, atau IV dapat dijelaskan sebagai bisnis yang tumbuh (*grow and build*) dimana direkomendasikan untuk melakukan investasi lebih lanjut. Strategi yang sesuai untuk divisi ini adalah strategi insentif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integrasi (integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal).

Untuk divisi atau unit bisnis yang berada di sel III, V atau VII dapat dikelola paling baik dengan menggunakan strategi (*hold maintain*), dimana direkomendasikan untuk melanjutkan kegiatan yang sama dalam rangka mempertahankan status quo. Penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan dua strategi yang umum digunakan untuk tipe-tipe divisi ini.

Sedangkan untuk divisi-divisi atau bisnis yang berada di sel VI, VIII dan IX adalah bisnis yang perlu dikurangi atau dilepas (*harvest or divest*). panen (*harvest*) adalah istilah untuk pemanfaatan arus kas dari penjualan produk pada akhir siklus mereka, hal ini terjadi pada siklus produk, dimana produk di pasar tidak dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan (Thian, 2023:167).

3.6.5 Matriks SWOT

David dan David (2016:171-173) mendefinisikan matriks SWOT merupakan alat untuk mencocokkan yang penting dan membantu manajer mengembangkan 4 tipe strategi:

- a. SO (Kekuatan-Peluang) menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal
- b. WO (Kelemahan-Peluang) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal
- c. ST (Kekuatan-Ancaman) menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal
- d. WT (Kelemahan-Ancaman) merupakan taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal

Hal-hal yang dilakukan dalam pembuatan matriks SWOT diantaranya: (1) Membuat daftar kunci kesempatan eksternal, (2) Membuat daftar ancaman - ancaman eksternal, (3) Membuat daftar kekuatan internal, (4) Membuat daftar kelemahan internal, (5) Mencocokkan kekuatan internal dengan kesempatan eksternal dan mencatat resultan strategi S-O dalam sel yang sesuai, (6) Mencocokkan kelemahan internal dengan kesempatan internal dan mencatat strategi dalam resultan W-O, (7) Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat strategi resultan S-T, (8) Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan W-T.

3.6.6 Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)

QSPM Menggunakan analisis input dari tahap 1 dari hasil pencocokan dari

analisis tahap 2 untuk secara objektif menentukan strategi yang hendak dijalankan di antara strategi-strategi alternatif.

- a. Membuat daftar berbagai peluang/ancaman eksternal dan kekuatan kelemahan internal utama di kolom kiri QSPM. Informasi ini harus diambil langsung dari Matriks EFE dan Matriks IFE
- b. Memberi bobot pada setiap faktor eksternal dan internal utama tersebut.

Bobot ini sama dengan bobot yang ada dalam Matriks EFE dan Matriks IFE. Bobot ditampilkan dalam kolom kecil tepat di kanan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal

- c. Mencermati matriks-matriks Tahap 2 (pencocokan) dan mengidentifikasi berbagai strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan oleh organisasi
- d. Menentukan Skor Daya Tarik (AS) didefinisikan sebagai nilai numerik yang mengindikasikan daya tarik relatif dari setiap strategi di rangkaian alternatif tertentu. Skor Daya Tarik (Attractiveness Score-AS) ditentukan dengan cara mengamati setiap faktor eksternal atau internal utama, pada suatu waktu tertentu, sembari mengajukan pertanyaan, "Apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang dibuat?" jika jawaban ya, strategi kemudian perlu diperbandingkan relatif terhadap faktor utama tersebut. Secara khusus Skor Daya Tarik harus diberikan pada setiap strategi untuk menunjukkan daya tarik relatif satu strategi atas strategi yang lain, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Kisaran Skor Daya Tarik adalah 1 = tidak memiliki daya tarik, 2=daya tariknya rendah, 3= daya tariknya sedang, dan 4 = daya tariknya tinggi. Jika jawaban atas pertanyaan di atas adalah tidak, yang mengindikasikan bahwa faktor utama yang bersangkutan tidak memiliki pengaruh terhadap pilihan spesifik yang dibuat, jangan memberikan Skor Daya tarik pada strategi dalam rangkaian tersebut
- e. Menghitung Skor Daya Tarik Total. Skor Daya Tarik Total (Total Attractiveness Score-TAS) didefinisikan sebagai hasil kali antara bobot (Langkah 2) dengan Skor Daya Tarik (Langkah 4) di setiap baris. Skor Daya Tarik Total mengindikasikan daya tarik relatif dari

setiap strategi alternatif, dengan hanya mempertimbangkan dampak faktor keberhasilan penting eksternal atau internal yang berdekatan. Semakin tinggi Skor Daya Tarik Totalnya, semakin menarik pula strategi alternatif tersebut

- f. Menghitung Jumlah Keseluruhan Daya Tarik Total. Jumlahkan Skor Daya Tarik Total di setiap kolom strategi dari QSPM. Jumlah Keseluruhan Daya Tarik Total (Sum Total Attractiveness Scores STAS) menunjukkan strategi yang paling menarik di setiap rangkaian alternatif. Skor yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mengingat semua faktor eksternal dan internal relevan yang dapat mempengaruhi keputusan strategis. Besarnya selisih antara Jumlah Keseluruhan Daya Tarik Total di rangkaian alternatif strategi tertentu menunjukkan ketertarikan relatif satu strategi terhadap strategi yang lain.

Tabel 3.2. Matriks QSP

Faktor Kunci	Weight (Bobot)	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)							
Kelemahan (<i>Weakness</i>)							
Jumlah							
Peluang (<i>Opportunities</i>)							
Ancaman (<i>Threaths</i>)							
Jumlah							

Sumber: David (2016:187) dalam Izza, T. A. N. (2022)

Berdasarkan komponen dalam QSPM alternatif strategi, faktor kunci, bobot, skor daya Tarik (*attractiveness scores-AS*), skor daya tarik (total *attractiveness- TAS*), dan jumlah skor daya Tarik total. Enam Langkah yang disyaratkan untuk mengembangkan QSPM yaitu :

- Langkah 1 : Membuat daftar kesempatan dan ancaman perusahaan kunci, juga kelemahan serta kekuatan

internal di kolom kiri QSPM.

Langkah 2 : Memasukkan bobot untuk setiap faktor kunci internal dan eksternal.

Bobot ini identik dengan yang ada dalam matriks EFE dan Matriks IFE. Bobot disajikan dalam kolom di sebelah kanan kolom faktor kesuksesan internal dan eksternal penting.

Langkah 3 : Menguji matriks-matriks tahap 2 (pencocokan), dan mengidentifikasi strategi alternatif yang sebaiknya organisasi mempertimbangkan implementasinya. Mencatat strategi-strategi ini dalam baris teratas QSPM kemudian mengelompokkan strategi ke perangkat yang saling menguntungkan jika mungkin.

Langkah 4 : Menentukan skor daya tarik, didefinisikan sebagai nilai numeric yang mengindikasikan daya tarik relatif dari strategi dalam alternatif. Skor daya tarik (AS) ditentukan dengan menguji setiap faktor internal dan eksternal kunci, pada satu waktu, dan mengajukan pertanyaan.

Langkah 5 : Menghitung skor daya tarik total. Skor daya tarik total (TAS).

Langkah 6 : Menghitung jumlah skor daya tarik total.