

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank BCA KCP Kota Wisata yang beralamat di Perumahan Kota Wisata Cibubur, Ruko Trafalgar Blok SE I, Jl. Wisata Utama No.2 No. 1, Ciangsana, Kec. Gn. Putri,. Penlitian ini berlangsung selama 6 (enam) bulan yang diawali oleh kegiatan observasi lapangan pada bulan Maret 2024, dilanjutkan dengan pengajuan ijin penelitian, persiapan penilitian, pengumpulan data, pengolahandata dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Agustus 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	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■														
5	Pengolahan data													■											
6	Analisis dan evaluasi														■	■									
7	Penulisan laporan															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Seminar hasil																							■	■

Sumber : Rencana Penelitian (2024)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan upaya menggambarkan kondisi atau situasi tertentu atau mengkaji suatu fenomena sosial tertentu (Sadirtha, 2020:10). Kualitatif adalah data yang bukan berupa angka, tetapi dapat diolah dengan matematika atau statistik. Dalam penelitian kualitatif, proses penelitian melampaui berbagai tahapan berpikir kritis ilmiah dan memiliki kemampuan untuk menangkap berbagai fakta atau fenomena- fenomena sosial melalui pengamatan di lapangan, kemudian menganalisisnya serta berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati itu(Sadirtha, 2020:20).

3.3 Data yang Diperlukan

Data yang di perlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan (Sujarweni, 2020:73)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data (Sujarweni, 2020:73).

3.4 Narasumber

Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah para karyawan Bank BCA KCP Kota Wisata. Pemilihan narasumber ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu responden atau narasumber yang mempunyai kriteria khusus merupakan pihak yang menguasai masalah, memiliki pengalaman, memiliki data dan akses terhadap data, selain itu penentuan responden juga didasarkan atas pemenuhan dari tujuan penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menetapkan yang memenuhi kriteria khusus tersebut yaitu:

1. Kepala layanan operasional BCA KCP Kota Wisata
2. Kepala Bagian *Customer Service* BCA KCP Kota Wisata
3. Kepala Bagian Teller BCA KCP Kota Wisata
4. *Branch Manager* KKB BCA KCP Kota Wisata
5. Manager Pemasaran KKB BCA KCP Kota Wisata

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun tehnik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi dan juga wawancara (*interview*) di BCA KCP Kota Wisata.

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2020:195). Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon

2. Pengisian Kuisisioner

Sebagai alat pengumpul data, kuisisioner disebar kepada responden terpilih yang disebut dengan sampel dari suatu populasi (Arikunto, 2009:236 dalam Sadirtha, 2020:14). Untuk tahapan ini, kuisisioner hanya diberikan kepada responden atau narasumber dalam rangka menilai faktor-faktor internal dan eksternal. Untuk penentuan skala bobot menggunakan metode *paired comparison* atau metode perbandingan berpasangan yaitu model penskalaan dimana setiap faktor saling dibandingkan tingkat kepentingannya, 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 utama, dan untuk faktor eksternal 1=Tidak merespon, 2=Kurang merespon, 3=Cukup merespon, dan4=Sangat merespon).

3.6 Alat Analisis

3.6.1 *Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)*

Menurut Santoso dalam Sindia dan Chitra (2023:67) Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima tahap yaitu sebagai berikut :

1. Menulis faktor-faktor internal utama seperti yang diidentifikasi dalam internal audit lingkungan proses. Membuat daftar kekuatan terlebih dahulu, baru kemudian kelemahannya. Membuat sespesifik mungkin, dengan menggunakan persentase, rasio, dan angka perbandingan.

2. Memberi bobot mulai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) untuk setiap faktor. Bobot yang diberikan pada masing-masing faktor mengidentifikasi pentingnya faktor tersebut terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Terlepas dari apakah faktor kunci tersebut merupakan kekuatan dan kelemahan internal, faktor-faktor tersebut dianggap mempunyai pengaruh yang paling besar organisasi pertunjukan harus diberi bobot tertinggi. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1,0.
3. Memberi peringkat 1 hingga 4 pada masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut menunjukkan kelemahan besar (peringkat=1) atau kelemahan kecil (peringkat=2), kekuatan kecil (peringkat=3), atau kekuatan besar (peringkat=4). Mengalikan bobot faktor dengan rating untuk menentukan rata-rata tertimbang setiap variabel.
4. Jumlah rata-rata tertimbang untuk setiap variabel untuk menentukan total rata-rata tertimbang bagi organisasi. Total rata-rata tertimbang di bawah 2,5 menunjukkan lemahnya organisasi secara internal, sedangkan skor total di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Tabel 3.2 Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengths)			
Kekuatan 1			
Kekuatan 2			
Kelemahan (Weakness)			
Kelemahan 1			
Kelemahan 2			
Total			

Sumber : Junaedi (2021:28)

3.6.2 External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix)

Menurut Santoso dalam Sindia dan Chitra (2023:67) Matriks evaluasi faktor eksternal dapat dikembangkan dalam lima langkah sebagai berikut

- a. Menulis daftar faktor eksternal utama sebagaimana disebutkan dalam proses audit lingkungan eksternal. Menyertakan sejumlah faktor termasuk peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya. Buat daftar peluangnya terlebih dahulu, baru kemudian ancamannya.

- b. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut mulai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot menunjukkan signifikansi relatif dari faktor keberhasilan perusahaan. Peluang seringkali diberi bobot yang lebih tinggi dibandingkan ancaman, namun ancaman dapat diberi bobot yang lebih tinggi terutama jika ancaman tersebut sangat parah atau mengancam. Bobot yang sesuai dapat ditentukan dengan membandingkan keberhasilan pesaing dengan tidak berhasil pesaing yang gagal atau melalui diskusi untuk mencapai konsensus kelompok. Total seluruh bobot yang diberikan faktor tersebut harus sama dengan 1,0.
- c. Memberi peringkat 1 sampai 4 pada masing-masing faktor eksternal utama untuk menunjukkan efektivitas strategi perusahaan saat ini dalam merespons faktor tersebut, dimana 4 = respons sangat baik, 3 = respons di atas rata-rata, 2 = respons rata-rata, 1 = tanggapan di bawah rata-rata di bawah rata-rata. Pemingkatan tersebut didasarkan pada efektivitas strategi perusahaan.
- d. Melipat gandakan beratnya masing-masing faktor berdasarkan ratingnya untuk menentukan skor bobot.
- e. Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel menentukan organisasi totalskor tertimbang.

Tabel 3.3 Matriks EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)			
Peluang 1			
Peluang 2			
Ancaman (Threats)			
Ancaman 1			
Ancaman 2			
Total			

Sumber : Junaedi (2021:29)

3.6.3 Internal External Matrix (IE Matrix)

Matriks IE yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Pada tahap ini merupakan penggabian provisin antara matriks IFE dan matriks EFE yang akan dimasukkan kedalam matriks IE untuk mengetahui posisi divisi perusahaan pada matriks IE

3.6.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor- faktor strategi perusahaan. Dengan matriks SWOT, kita dapat memperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan, dengan disesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Tahapan penyusunan matriks SWOT adalah sebagai berikut (Setyorini *et al.*, 2016 dalam Sindia dan Chitra, 2023:68).

1. Menyusundaftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan serta kekuatandan kelemahan internal perusahaan
2. Mengembangkan strategiSO (*Strength-Opportunity*) dengan mencocokkan kekuatan internal dan peluang eksternal.
3. Mengembangkan strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan mencocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal.
4. Mengembangkan strategiST (*Strength-Threat*) dengan mencocokkan kekuatan internal dan ancaman eksternal.
5. Mengembangkan strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan mencocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal.

Dari matriks ini, juga akan dihasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai visi misinya.

	<i>Strength (S)</i> Daftar semua kekuatan/kelebihan yang dimiliki	<i>Weakness (W)</i> Daftar semua kekurangan/kelemahan yang dimiliki
<i>Oppotunities (O)</i> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	<i>Strategi (S-O)</i> Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	<i>Strategi (W-O)</i> Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
<i>Threats (T)</i> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	<i>Strategi (S-T)</i> Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman	<i>Strategi (W-T)</i> Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Gambat 3.1 SWOT
Sumber : David (2016)

a) Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal.

b) Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal

c) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi WO bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil keuntungan pada kesempatan eksternal.

d) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi WT adalah taktik defensive yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

3.6.5 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*) merupakan pengevaluasian strategi secara objektif berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal dan eksternal yang telah diidentifikasi. Matriks QSP secara objektif mengindikasikan alternatif strategi mana yang terbaik. Matriks QSP memiliki tiga (3) tahap dari kerangka kerja analisis formulasi strategi, yaitu tahap pertama yaitu tahap input data faktor internal dan eksternal menggunakan matriks IFE dan EFE, kemudian tahap pencocokan menggunakan matriks IE dan SWOT, kemudian dari hasil alternatif strategi yang didapat dari tahap pencocokan maka tahap terakhir yaitu menggunakan Matriks QSP, dimana tujuan Matriks QSP ini adalah untuk menetapkan *Total Attractiveness Score* dari strategi - strategi yang bervariasi yang telah dipilih untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan (Fachrurazi, 2023:216).