BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PKBM Gumilang yang beralamat di Gg Ketapang Rt 03/07 Kelurahan Pasir Jaya Kecamatan Bogor Barat pada bulan Febuari 2024 sampai dengan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 1 Tabel pelaksanaan penelitian

No	Kegiatan	Febuari				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	2	3	4
1	Observasi awal	■	■																										
2	Pengajuan izin penelitian			■																									
3	Persiapan penelitian				■																								
4	Penyusunan Proposal					■	■	■	■																				
5	Sidang Proposal								■																				
6	Pengumpulan data									■	■	■	■																
7	Analisis dan Evaluasi													■	■	■	■	■	■	■	■								
8	Penyusunan Laporan penelitian																	■	■	■	■	■	■	■	■				
9	Sidang Skripsi																									■			
10	Perbaikan Skripsi																									■	■		
11	Pengumpulan Skripsi																												■

Sumber: penelitian 2024

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang mengkaji keadaan sosial subjek secara mendalam, rinci, dan komprehensif. Penelitian ini juga mencakup kerja lapangan. Untuk penelitian yang datanya diperoleh dari suatu tempat penelitian.

Menurut Nazir, Rusandi, dan Rusli (2020:3), penelitian deskriptif tidak hanya menyelidiki permasalahan yang ada dalam masyarakat, tetapi juga prosedur dan situasi tertentu yang dilakukan dalam masyarakat. Hal ini mencakup kegiatan, sikap, pandangan, pandangan tentang apa yang terjadi dan dampak dari fenomena tersebut.

3.3 Informan Penelitian

Informan adalah seseorang yang dapat memberikan informasi tentang konteks dan kondisi konteks penelitian serta menunjukkan sumber bukti pendukung. Ada beberapa jenis informan penelitian:

1. Informan kunci, adalah orang-orang yang mengetahui dan mengetahui berbagai informasi dasar yang diperlukan untuk penelitian. Informan kunci adalah mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti.
2. Informan tambahan, adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi meskipun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti.

Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dinilai berkompeten dan memahami secara detail keadaan PKBM Gumilang. Dalam penelitian ini ada beberapa informan diantaranya:

A. Informan Kunci

1. Bapak Abul Holik S.T selaku Kepala sekolah PKBM Gumilang

B. Informan Utama

1. Ibu Encih Widyaningsih selaku Bendahara PKBM Gumilang,
2. Ibu Siti Rahmawati selaku Sekretaris PKBM Gumilang.

C. Informan Tambahan

1. Bapak Irvan Alvian Megayana selaku Tutor PKBM Gumilang,
2. Bapak Noviandry selaku Tutor PKBM Gumilang,
3. Ibu Sofi selaku Tutor PKBM Gumilang,
4. Bapak Tb Ressya Adiyatna selaku perwakilan Relawan Pendidikan.

3.4 Sumber Data

Untuk memperoleh data serta informasi dalam penelitian ini, peneliti dapat memperoleh data sebagai berikut:

3.4.1 Data Primer

Menurut Arikunto dalam Beno dkk (2022:120), data primer adalah kata-kata yang diucapkan atau diucapkan oleh orang yang dapat dipercaya, dalam hal ini peneliti (informan) yang bersangkutan, data isyarat, atau tindakan. Data primer penelitian ini peneliti peroleh langsung dari informan dan melalui wawancara langsung dengan direktur dan tenaga keuangan PKBM Gumilang.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono, Beno dkk (2022:121) menyatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul

data. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku referensi, jurnal penelitian, dan internet.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan yang bertujuan untuk membangun informasi tentang orang, peristiwa, aktivitas organisasi, motivasi, dan perasaan, yang dilakukan oleh dua pihak: pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai. Menurut Meolong, Farabi (2020:60), wawancara adalah percakapan antara dua pihak, pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang menjawab pertanyaan. Dalam metode ini, peneliti dilibatkan dalam penelitian mengenai strategi keuangan dan menjadi subjek yang bertugas mengelola strategi keuangan tersebut, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang diperlukan dengan mengajukan pertanyaan kepada kepala sekolah dan bendahara.

3.5.2 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang menyajikan kepada responden serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis yang diminta untuk mereka jawab. Penelitian ini memerlukan kuesioner untuk memperoleh hasil yang hasilnya akan dijadikan acuan untuk menghitung bobot atau skor dalam analisis SWOT strategi keuangan yang dilakukan oleh PKBM Gumilang. Kuesioner diberikan kepada kepala sekolah, bendahara, dan staf PKBM Gumilang.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dapat diartikan sebagai metode analisis data yang bertujuan untuk mengolah data untuk menjawab suatu rumusan masalah. Menyusun strategi keuangan di PKBM Gumilang untuk menemukan strategi yang tepat dalam kegiatan pengelolaan keuangan untuk menghadapi ancaman eksternal. Caranya dengan menganalisis terlebih dahulu faktor eksternal dan internal lembaga dengan menggunakan matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation) dan IFE (Internal Factor Evaluation). Matriks EFE dan IFE harus mencakup pembobotan setiap faktor internal yang penting untuk menentukan kepentingannya dan evaluasi berdasarkan langkah-langkah spesifik untuk menentukan sejauh mana kelemahan dan kekuatan dalam matriks IFE. serta reaksi terhadap peluang dan risiko dalam matriks EFE. Setelah tahap

input IFE dan EFE selesai, langkah selanjutnya adalah memasuki tahap pencocokan dengan mengidentifikasi beberapa alternatif strategi menggunakan teknik analisis SWOT dan matriks IE. Setelah alternatif strategis teridentifikasi, kita beralih ke tahap masukan dimana kita mengembangkan prioritas untuk alternatif strategis menggunakan metodologi matriks QSPM. Alat analisis data yang digunakan penulis adalah analisis matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, SWOT, dan QSPM.

3.6.1 Matriks IFE

Dikutip dalam Fauzi (2023:29-30) Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan alat perumusan strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dari area fungsional perusahaan dan memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area tersebut. Matriks IFE dapat dikembangkan dalam 5 (lima) langkah:

1. Membuat daftar faktor internal utama yang tercakup dalam proses audit internal. Kemudian, masukan faktor internal, termasuk kekuatan dan kelemahan organisasi, lalu daftarkan kekuatannya terlebih dahulu, baru kemudian kelemahan spesifik organisasi.
2. Untuk masing-masing faktor tersebut bobotnya bervariasi dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (semua penting). Bobot yang diberikan pada suatu faktor tertentu menunjukkan pentingnya faktor tersebut terhadap keberhasilan industri suatu perusahaan. Terlepas dari apakah faktor utamanya adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap mempunyai pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasional harus diberi bobot tertinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Memberi peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengidentifikasi apakah 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 mendapatkan peringkat 1 atau 2. Oleh karena itu, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot di langkah 2 berbasis industri.
4. Bobot setiap faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.

- Menjumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor bobot total organisasi.

Tabel 3. 2 Internal Factor Evaluation (IFE)

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
Total			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
Total			
Total Keseluruhan			

Sumber: Rangkuti dalam Puspitasari (2022:37)

3.6.2 Matriks EFE

Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal sehingga dapat menghasilkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Dikutip dalam Fauzi (2023:30-31) matriks EFE dapat dikembangkan kedalam 5 (lima) langkah:

- Buat daftar faktor-faktor eksternal utama yang dibahas dalam proses audit eksternal. Sertakan faktor-faktor, termasuk peluang dan ancaman, yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya dengan membuat daftar peluang terlebih dahulu, baru kemudian ancaman.
- Berikan bobot pada setiap faktor mulai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot ini mengindikasikan signifikansi relatif dari suatu faktor terhadap keberhasilan perusahaan. Peluang sering kali mendapat bobot lebih yang lebih tinggi daripada ancaman, tetapi ancaman bisa diberi bobot tinggi terutama jika ancaman tersebut sangat serius atau mengancam. Pembobotan yang tepat dapat

ditemukan dengan cara membandingkan pesaing yang berhasil dengan pesaing yang tidak berhasil atau dengan berdiskusi untuk mencapai consensus kelompok. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.

3. Memberikan peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = sangat merespon, 3 = cukup merespon, 2 = kurang merespon, 1 = tidak merespon. Pemeringkatan tersebut didasarkan pada efektivitas strategi perusahaan. Oleh karena itu, pemeringkatan antar perusahaan berbeda-beda, sedangkan pembobotan pada langkah nomor 2 didasarkan pada industri. Penting untuk dicatat bahwa ancaman dan peluang dapat menerima peringkat 1,2,3, atau 4.
4. Bobot masing-masing faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.
5. Menjumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Tabel 3. 3 Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
Peluang			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
Total			
Ancaman			
1.			
2.			
3.			
Dst.			
Total			
Total Keseluruhan			

Sumber: Rangkuti dalam Puspitasari (2022:37)

3.6.3 Matriks IE

Dikutip dalam Puspitasari (2022:40-42) matriks IE mengatur strategi yang didistribusikan ke dalam 9 (sembilan) sel. Tolak ukur yang digunakan matriks ini adalah kekuatan-kelemahan internal IFE untuk garis horizontal, dan peluang-ancaman eksternal EFE untuk garis vertikal. Untuk menentukan posisi organisasi bisnis pada kuadran, acuannya merupakan hasil analisis IFE dan EFE. Sumbu kordinat x untuk hasil analisis IFE yang dimulai dari angka 0 dan kearah kiri, sedangkan sumbu y untuk hasil analisis EFE mulai dari angka 0 ke arah atas. Angka 0 berada pada sudut kanan bawah. Selanjutnya dikutip dalam Fauzi (2023:31) . Skor bobot total yang diperoleh dari divisi-divisi tersebut memungkinkan susunan Matriks IE di tingkat perusahaan. Pada sumbu x dari Matriks IE, skor bobot IFE total 1,0 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah; skor 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang; dan skor 3,0 sampai 4,0 adalah kuat. Serupa dengannya, pada sumbu y, skor bobot EFE total 1,0 sampai 1,99 dipandang rendah; skor 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang; dan skor 3,0 hingga 4,0 adalah tinggi.

Tabel 3. 4 Matriks IE

4,00	Kuat 3,00	Rata 2,00	Lemah 1,00
Tinggi 3,00	1. Pertumbuhan Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2. Pertumbuhan Konsentrasi melalui integrasi horizontal	3. Penciutan Strategi turnaround
Sedang 2,00	4. Stabilisasi Hati-hati	5. Pertumbuhan Konsentrasi melalui integritas horizontal	6. Penciutan Strategi divestasi
Rendah 1,00	7. Pertumbuhan Difersifikasi Konserik	8. Pertumbuhan Diserfikasi Konglomerat	9. Likuiditas Likuiditas atau Bangkrut

Sumber: Rangkuti dalam Puspitasari (2022:41)

Tabel di atas dapat mengidentifikasi 9 (sembilan) sel strategi perusahaan, tapi pada prinsipnya kesembilan sel ini dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) strategi utama, yaitu:

a. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)

Merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1, 2, dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8).

b. Strategi Strabilisasi (*Stability Strategy*)

Strategi yang ditetapkan tanpa mengubah arah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.

c. Strategi Penciutan (*Retrenchement Strategy*)

Usaha memperkecil ataupun mengurangi usaha yang dilakukan (sel 3, 6, dan 9)

Tindakan masing-masing strategi adalah sebagai berikut:

1. Konsentrasi melalui integrasi vertikal (sel 1) dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk dan layanan, atau dengan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Perusahaan yang kompetitif di pasar dan beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif biasanya menggunakan strategi ini.
2. Konsentrasi melalui integrasi horizontal (sel 2 dan 5) dengan memperluas lini produk dan saluran distribusi ke area potensial lainnya.
3. Strategi turnaround (sel 3) merupakan strategi yang digunakan untuk memulihkan kesehatan perusahaan.
4. Strategi divestasi (sel 6) adalah strategi yang digunakan untuk menambah modal dengan mengembangkan produk baru, yang kemudian digunakan untuk membiayai akuisisi atau investasi.
5. Diversifikasi konsentrik (sel 7) adalah strategi pertumbuhan yang diterapkan dengan cara menciptakan produk baru secara efisien dikarenakan perusahaan sudah memiliki kemampuan manufaktur dan pemasaran yang baik.
6. Diversifikasi konglomerat (sel 8) adalah strategi pertumbuhan melalui bisnis yang tidak terkait dan mungkin dapat dicapai jika perusahaan menghadapi posisi kompetitif yang tidak terlalu kuat dan nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Kedua faktor ini memaksa perusahaan untuk melakukan usahanya kepada perusahaan lain.
7. Strategi likuidasi (sel 9) merupakan strategi penjualan aset perusahaan yang bernilai nyata.

3.6.4 Matriks SWOT

Dikutip menurut Rangkuti dalam Puspitasari (2022:42-43) Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mencatat elemen-elemen strategis suatu perusahaan. Matriks ini dengan jelas menunjukkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat set dari kemungkinan alternatif strategis. Langkah-langkah dalam membuat matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar peluang signifikan eksternal perusahaan.
2. Membuat daftar ancaman signifikan eksternal perusahaan.
3. Membuat daftar kekuatan signifikan internal perusahaan.
4. Membuat daftar kelemahan signifikan internal perusahaan.
5. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal kemudian mencatat hasilnya dalam sel SO strategi.
6. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal kemudian mencatat hasilnya dalam sel WO strategi.
7. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal kemudian mencatat hasilnya dalam sel ST strategi.
8. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal kemudian mencatat hasilnya dalam sel WT strategi.

Tabel 3. 5 Matriks SWOT

IFE	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
EFE	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti dalam Puspitasari (2022:43)

3.6.5 Matriks QSPM

Menurut David dalam Puspitasari (2022:44) metode ini membentuk tahap ketiga dari kerangka analisis untuk perumusan strategi. QSPM adalah penilaian konseptual yang mengukur tingkat pemanfaatan atau peningkatan faktor keberhasilan internal dan eksternal untuk meningkatkan daya tarik relatif dari setiap strategi. Daya tarik relatif setiap strategi dalam alternatif dihitung dengan menentukan pengaruh kumulatif dari setiap faktor penentu keberhasilan internal dan eksternal. Dikutip menurut David dalam Fauzi (2023:34) ada 6 (enam) langkah yang disyaratkan untuk mengembangkan QSPM, yaitu:

1. Membuat daftar peluang dan ancaman perusahaan kunci, serta kelemahan dan kekuatan internal di kolom kiri QSPM.
2. Memasukan bobot untuk masing-masing faktor kunci internal dan eksternal. Bobot tersebut identik dengan yang ada dalam matriks IFE dan matriks EFE, bobot disajikan dalam kolom di sebelah kanan kolom faktor kesuksesan internal dan eksternal penting.
3. Menguji matriks-matriks tahap 2 (pencocokan) dan mengidentifikasi strategi alternatif yang harus dipertimbangkan perusahaan untuk diterapkan. Catat strategi

ini di baris atas QSPM, lalu kelompokkan strategi tersebut ke dalam perangkat yang saling menguntungkan.

4. Menentukan skor daya tarik, yang didefinisikan sebagai nilai numerik yang menunjukkan daya tarik relatif dari strategi dalam alternatif. Skor daya tarik atau *Attractive Score* (AS) ditentukan dengan menguji setiap faktor internal dan eksternal kunci pada satu waktu dan mengajukan pertanyaan.
5. Menghitung skor daya tarik total atau *Total Attractiveness Score* (TAS), diartikan sebagai hasil perkalian bobot (langkah dua) dengan (langkah empat) disetiap baris. Semakin tinggi TAS semakin menarik alternatif strategi mempertimbangkan hanya faktor kesuksesan pembatas yang penting.
6. Menjumlahkan skor daya tarik total. Menambahkan TAS dalam setiap kolom strategi QSPM. Jumlah skor daya tarik total mengungkapkan strategi yang paling menarik dalam setiap perangkat alternatif.

Tabel 3. 6 Matriks QSPM

Faktor	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 dalam Ritonga (2020:40)