

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berasal dari dua suku kata, yakni metode yang merupakan kata dari Bahasa Yunani “*methodos*” yang memiliki arti cara atau jalan yang ditempuh. Sedangkan penelitian dari Bahasa Inggris, yakni “*research*”, dimana “*re*” adalah kembali dan “*search*” adalah mencari. Sederhananya, metode penelitian merupakan mencari kembali secara berulang dalam melakukan penelitian dalam bentuk pengumpulan informasi, memodifikasi ataupun mengembangkannya.¹ Dengan kata lain, metode penelitian adalah suatu alat atau konsep yang digunakan untuk menentukan keabsahan hasil penelitian.

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods research*) yaitu penelitian yang didasari pada gabungan positivisme dan posotivisme. Selain itu, metode campuran merupakan suatu desain penelitian yang didasari asumsi filosofis sebagaimana metode inkuiri (*inquiry method*).² Menurut Creswell penelitian kombinasi adalah pendekatan penelitian yang mengkombiansikan bentuk kuantitatif dan bentuk kualitatif.³ Pendekatan ini melibatkan fungsi dari dua pendekatan penelitian tersebut secara kolektif sehingga kekuatan penelitian ini secara keseluruhan lebih besar ketimbang penelitian kualitatif dan kuantitatif dan lebih lengkap dari sekedar mengumpulkan dan menganalisis dua jenis data. Pendekatan ini juga melibatkan pendekatanpendekatan kuantitatif dan kualitatif, asumsi-asumsi filosofis, dan pencampuran (*mixing*) kedua pendekatan tersebut dalam satu penelitian dan satu waktu. *Mixed Methods Research* juga disebut sebagai sebuah metodologi dengan cara pengumpulan data dan menganalisis data dengan perpaduan penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif melalui bebrapa fase penelitian.⁴

¹ Darna Nana and Herlina Elin, “Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 5, no. 1 (2018): 288, <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359>.

² Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, and Anna Yuianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial* (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2017).

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2017).

⁴ Nusa Putra and Hendarman, *Mixed Method Research Metode Riset Campur Sari Konsep, Strategi Dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Indeks, 2013).

B. *Setting* Penelitian

Pada bagian *setting* penelitian berisi tentang lokasi dan waktu yang dilakukan pada penelitian. Adapun pentingnya *setting* penelitian adalah untuk mempermudah memposisikan dan mengartikan simpulan dengan hasil penelitiannya sesuai dengan konteks ruang dan waktu.⁵ Penelitian ini mengambil perbankan syariah di Indonesia sebagai objek penelitian dengan cara mengambil data berupa pendapat dari subjek yang penulis tentukan. Waktu yang penulis gunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan optimalnya data yang diperoleh, apabila data yang diambil sudah mencukupi untuk menyelesaikan penelitian ini, maka penelitian dapat dikatakan selesai.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan seseorang yang memberikan informasi yang dapat mendukung penelitian, informasi tersebut dapat berupa situasi dan kondisi latar penelitian.⁶ Penulis memilih remaja sebagai subjek dalam penelitian ini. Nantinya, penulis akan memfokuskan pada remaja dengan rentang usia 12-24 tahun yang menggunakan layanan perbankan syariah di Indonesia pada era *society* 5.0. penulis memilih usia tersebut karena pada usia tersebut merupakan usia awal dalam menggunakan *smartphone* apakah remaja tersebut dapat bijak dalam menggunakannya. Usia tersebut penulis peroleh dari rentan usia remaja akhir yang menentukan bagaimana penggunaan *smartphone* kedepannya.

D. Sumber Data

Sumber data merupakan asal data informasi yang telah diperoleh dan merujuk pada sumber data penelitian yang dikumpulkan. Dalam menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka diperlukan satu atau lebih sumber data, sesuai dengan kebutuhan untuk dapat menjawab pertanyaan pada permasalahan.⁷ Data kualitatif dapat diperoleh dengan mengumpulkan data melalui wawancara, analisis dokumen dan

⁵ H. Supaat et al., “Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)” (2018), 35.

⁶ Nuning Pratiwi, “Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi,” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1 (2017): 213–14.

⁷ Sandi Hesti Sondak, “Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 1 (2019): 676.

observasi. Adapun sumber data dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yakni :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama atau asli.⁸ Data primer ini tidak terdapat dalam bentuk kompilasi ataupun file-file, karena data ini harus dicari kepada narasumber sendiri atau responden. Adapun teknik dalam mengumpulkan data primer dapat berupa interview, wawancara, observasi maupun menggunakan instrumen lain yang dapat terhubung langsung dengan subjek penelitian. Dengan ini, penulis melakukan pengumpulan informasi berupa data primer dengan remaja yang telah merasakan layanan perbankan syariah pada transformasi digital di era *society* 5.0 ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber ataupun responden. Data dapat diperoleh melalui orang lain ataupun dokumen-dokumen yang mendukung.⁹ Penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber buku, jurnal, artikel maupun web resmi yang dapat menunjang dalam penelitian. Data sekunder yang penulis gunakan merupakan data tambahan untuk menguatkan penelitian dengan sumber-sumber yang valid dan dapat dipercaya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data sebagai bahan yang akan diuraikan dalam penelitian.¹⁰ Teknik pengumpulan data dapat dijadikan acuan tingkat keberhasilan penelitian, karena dengan memilih teknik pengumpulan data yang benar dan tepat akan menghasilkan data yang valid dan dapat dipercaya. Dalam proses pengumpulan data, harus memiliki teknik-teknik, prosedur, alat dan aktivitas yang nyata.¹¹ Dalam pengumpulan data dapat melakukan

⁸ Umi Narimawati, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Agung Media, 2008), 98.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 402.

¹⁰ Bona Ventura, "STRATEGI IMPLEMENTASI NILAI KEJUJURAN, KEDISIPLINAN DAN TANGGUNG JAWAB GURU PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN DI SEKOLAH DASAR" (2017), <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/download/23262/18379>.

¹¹ Fajar Nurdiansyah and Henhen Siti Rugoyah, "Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19," *Jurnal Purnama Berazam* 2, no. 2 (2021): 159.

beberapa tahapan, yakni observasi, wawancara dan dokumentasi, sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik dalam mengumpulkan data pada penelitian melalui tatap muka secara langsung dengan responden yang bersangkutan, dimana pada wawancara tersebut membahas mengenai tanya jawab antara pengumpul data dengan narasumber atau responden.¹² Tujuan dari wawancara sendiri adalah untuk memperoleh informasi secara langsung dan terperinci dari responden yang bersangkutan. Dalam hal ini, penulis akan melakukan wawancara terhadap remaja sudah menggunakan layanan jasa perbankan syariah pada masa transformasi digital di era *society* 5.0.

2. Observasi

Observasi merupakan tahapan awal dalam melakukan penelitian ilmiah. Dalam penelitian kualitatif harus bersifat alamiah atau naturalistik.¹³ Adapun bentuk observasi ini adalah dengan melakukan pengamatan mengenai fenomena sosial yang terarah pada suatu tujuan. Hasil dari pengamatan kemudian diolah dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penulis mengamati bagaimana sikap remaja pengguna layanan perbankan syariah terhadap fenomena transformasi digital di era *society* 5.0.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan dalam menyediakan berbagai dokumen dengan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan yang pernah dilakukan.¹⁴ Teknik dokumentasi penulis gunakan sebagai bahan untuk pelengkap dan menambah keaslian data yang telah diperoleh. Dokumentasi juga dapat digunakan sebagai bahan baku dalam mengecek keabsahan data.

4. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (Angket) menurut Sugiyono merupakan metode pengumpulan data dengan menyajikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden yang berkaitan dengan permasalahan

¹² Erga Trivaika and Mamok Andri Senubekti, “Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android,” *Nuansa Informatika* 16, no. 1 (2022): 33–40, <https://doi.org/10.25134/nuansa.v16i1.4670>.

¹³ Warul Wakidin, Saifullah, and Tabrani, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Grounded Theory* (Aceh: FTK Ar-Raniry Press, 2015).

¹⁴ Hajjar Hasan, “Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri,” *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)* 2, no. 1 (2022): 23–29, <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>.

dalam penelitian. Dalam penelitian ini, jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner SWOT.¹⁵ Maka dari itu, dalam memperoleh nilai bobot dari para responden diperlukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan indikator dalam analisis SWOT Transformasi Digital Pada Remaja Dalam Penggunaan Jasa Perbankan Syariah di Indonesia Era *Society 5.0*.¹⁶

F. Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan tahapan untuk mengecek data yang disajikan apakah benar-benar valid atau tidak. Uji ketepatannya, yakni kuantitas penulis dalam merancang fokus, memilih narasumber yang tepat, mengumpulkan data, menganalisis dan melaporkan hasil penelitian yang sesuai yang dapat membuktikan bahwa adanya konsistensi diantaranya.¹⁷ Keabsahan data atau keaslian data merupakan data yang diperoleh harus benar adanya. *Authenticity* merupakan memperluas konstruksi seseorang yang diungkapkan subjek penelitian.¹⁸ Dalam melakukan uji keabsahan data pada penelitian kualitatif terdapat beberapa macam pengujian, yakni :

1. Uji Kepercayaan (*Credibility*)

Uji kredibilitas (*credibility*) adalah uji yang memuat tentang tingkat kepercayaan atau akurasi suatu data. Data dapat dinyatakan kredibel apabila adanya keselarasan antara data yang disajikan oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi.¹⁹ Dalam uji kredibilitas, ada tiga teknik yang digunakan dalam pengujiannya, yakni perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dan triangulasi.

2. Uji Keteralihan (*Transferability*)

Uji *transferability* merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa mungkin hasil penelitian dapat digunakan

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017).

¹⁶ Anggy Giri Prawiyogi et al., "Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa Di Sekolah Dasar" 5, no. 1 (2021): 446–52.

¹⁷ Dja'an Satori and Aan Komariyah Ridwan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), 28-29.

¹⁸ Dedi Susanto, Risnita, and M. Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah," *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1, no. 1 (2023): 53–61, <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>.

¹⁹ Arnild Augina Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat," *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020): 145–51, <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>.

dalam situasi lain. Uji *transferability* dilakukan agar memudahkan pembaca untuk memahami hasil penelitian kualitatif yang dilakukan. Oleh karenanya, pembaca nantinya dapat menafsirkan sendiri hasil penelitian, apakah dapat diterapkan juga dalam situasi yang lain atau tidak.²⁰

3. Uji Kebergantungan (*Dependability*)

Dikatakan memenuhi dependabilitas ketika peneliti berikutnya dapat mereplikasi rangkaian proses penelitian tersebut. Uji dependabilitas dapat dilakukan melalui kegiatan audit terhadap seluruh proses penelitian. Hasil penelitian tidak dapat dikatakan *dependable* jika peneliti tidak dapat membuktikan bahwa telah dilakukannya rangkaian proses penelitian secara nyata.²¹ Dengan kata lain, uji ini merupakan review yang harus dilakukan terhadap hasil penelitian. Seseorang yang dapat mereview hasil penelitian ini adalah beberapa expert, terkhusus kepada dosen pembimbing. Kepada dosen pembimbing, peneliti dapat melakukan konsultasi, diskusi dan meminta bimbingan dalam berjalannya penelitian ini.

4. Uji Kepastian (*Konfirmability*)

Konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif lebih diartikan sebagai konsep intersubjektivitas (konsep transparansi), yang merupakan bentuk ketersediaan peneliti dalam mengungkapkan kepada publik mengenai bagaimana proses dan elemen-elemen dalam penelitiannya, yang selanjutnya memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk melakukan assessment/penilaian hasil temuannya sekaligus memperoleh persetujuan diantara pihak tersebut.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang

²⁰ Rifa'i, *Kualitatif Teori, Praktek Dan Riset Penelitian Kualitatif Teologi* (Jakarta: Yoyo Topten Exacta, 2019), 68.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan Konstruktif* (Bandung: Alfabeta, 2017).

lain.²² Kemudian untuk menganalisis data digunakan cara berfikir induktif yaitu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.

Dalam penelitian ini, menggunakan cara berfikir induktif untuk membahas secara khusus mengenai transformasi digital pada remaja dalam penggunaan jasa perbankan syariah di Indonesia era *society* 5.0 dengan menggunakan analisis SWOT, yakni *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang menggunakan data penelitian untuk dapat menilai hasil penelitian berdasarkan satu sampel.²³ Dengan kata lain, analisis deskriptif merupakan bentuk penafsiran data yang diperoleh melalui uji penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas terkait data tersebut yang dalam penelitian ini merupakan terkait dengan analisis SWOT, yakni *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman).

2. Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Analisis internal merupakan analisis faktor internal mengidentifikasi beberapa faktor, seperti faktor *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan).²⁴ Analisis internal dilakukan untuk memperoleh faktor kekuatan yang dapat digunakan dan faktor kelemahan yang dapat dihindari. Dalam menguji faktor tersebut, diperlukan matrik IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*). Adapun bentuk matrik internal IFAS, sebagai berikut :

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, n.d.), 244.

²³ Leni Masnidar Nasution, "STATISTIK DESKRIPTIF," *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017): 52, <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>.

²⁴ Subaktillah, Kuswardani, and Yuwanti, "ANALISIS SWOT: FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PADA PENGEMBANGAN USAHA GULA MERAH TEBU (Studi Kasus Di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)."

Tabel 3.1
Matriks *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*²⁵

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Strengths</i> (Kekuatan)			
<i>Weakness</i> (Kelemahan)			
Total	1,0		

Kemudian, analisis eksternal merupakan analisis yang digunakan untuk menilai dari lingkungan eksternal, seperti ekonomi, sosial, budaya, politik, pemerintahan dan teknologi informasi.²⁶ Analisis eksternal ini dilakukan agar dapat mengembangkan faktor peluang yang dapat digunakan dan faktor ancaman yang dapat dihindari. Hasil dari analisis eksternal nantinya dapat dievaluasi untuk dapat mengetahui strategi apa yang cocok dan memiliki respon terhadap faktor eksternal. Oleh karena itu, digunakan matrik EFAS (*External Factors Analysis Summary*), seperti berikut ini:

Tabel 3.2
Matriks *External Factors Analysis Summary (EFAS)*²⁷

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunities</i> (Peluang)			
<i>Threats</i> (Ancaman)			
Total	1,0		

Dalam matriks tersebut, kolom pertama disusun variabel dari faktor strategi perusahaan, meliputi variabel *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman). Pada kelompok kedua nilai bobot faktor perusahaan dengan skala likert yang sudah ditentukan. Kemudian, menentukan nilai rating pada kolom ketiga dari variabel *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman), sebagai berikut :

- a. Pemberian nilai untuk variabel kekuatan dan peluang. Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat positif terhadap perusahaan, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut :

²⁵ Rangkuti Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006).

²⁶ Putra, "Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang."

²⁷ Rangkuti Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.

- | | |
|---|---|
| 1) Memiliki pengaruh positif sangat kecil | 1 |
| 2) Memiliki pengaruh positif kecil | 2 |
| 3) Memiliki pengaruh positif besar | 3 |
| 4) Memiliki pengaruh positif sangat besar | 4 |
- b. Pemberian nilai untuk variabel kelemahan dan ancaman. Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat negatif terhadap perusahaan, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut :
- | | |
|---|---|
| 1) Memiliki pengaruh negatif sangat besar | 1 |
| 2) Memiliki pengaruh negatif kecil | 2 |
| 3) Memiliki pengaruh negatif kecil | 3 |
| 4) Memiliki pengaruh negatif sangat kecil | 4 |

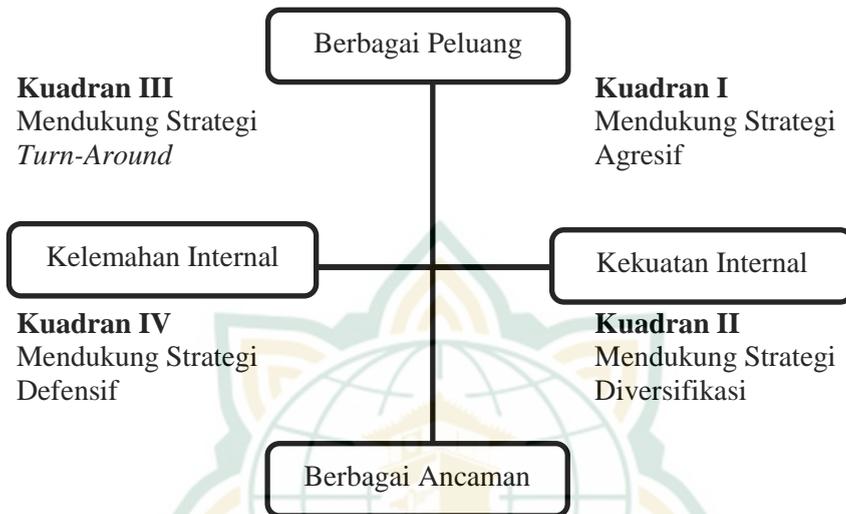
Bobot adalah jumlah nilai dari faktor strategi perusahaan dengan skala nilai 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Bobot dan ranting di rumuskan sebagai berikut :

$$Bobot = \frac{Penilaian}{Total Penilaian} \times 100 \%$$

Rating adalah nilai dari faktor strategis perusahaan dengan skala 1 (*poor*) sampai dengan 4 (*outstanding*). Fungsi pemberian ranting adalah untuk mengetahui apakah faktor strategis perusahaan dapat memberikan dampak positif (+) yaitu kekuatan dan peluang, sedangkan faktor negatif (-) dapat menjadi faktor ancaman dan kelemahan. Sedangkan untuk mengisi kolom 4 dilakukan perhitungan skor pembobotan dengan mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating dengan kolom 3. Kemudian, jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan.²⁸ Nilai total ini menunjukkan bagaimana strategi pemasaran bereaksi terhadap faktor-faktor strateginya. Kemudian diperlukan diagram analisis SWOT sebagai gambaran hasil penelitian agar tepat sesuai dengan objek penelitian.

²⁸ Alberto Piter Zamb Wakerkwa and Ahmad Munandar, "ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI," *Jurnal ReTiMs* 3, no. 2 (2012): 63–70.

Gambar 3.1
Diagram Analisis SWOT²⁹



Penjelasan dari diagram analisis SWOT diatas adalah sebagai berikut :³⁰

1) Kuadran I (positif, positif)

Posisi Kuadran I merupakan posisi yang sangat menguntungkan, menandakan kondisi perusahaan pada posisi ini sangat prima. Pada posisi ini, perusahaan memiliki kekuatan dan peluang untuk berkembang pesat. Adapun strategi yang cocok untuk posisi ini adalah strategi yang dapat mendukung kebijakan pertumbuhan atau perkembangan perusahaan yang agresif (*growth oriented strategy*).³¹

2) Kuadran II (positif, negatif)

Posisi Kuadran II merupakan posisi yang menandakan sebuah perusahaan pada posisi yang kuat namun sedang menghadapi tantangan atau ancaman. Strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan yakni dengan menggunakan kekuatan sebagai bentuk memanfaatkan

²⁹ Sondang P. Siagian, *Administrasi Pembangunan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000).

³⁰ Haerawan and Magang, "Pemasaran Alat Rumah Tangga Di Pt Impresindo Karya Steel Jakarta-Pusat."

³¹ Anfal Ainul Yaqin, "Analisis Swot Dalam Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Rumahan Di Ud. Sumber Abadi Tanggulangin," *JISO : Journal of Industrial and Systems Optimization* 4, no. 2 (2021): 81, <https://doi.org/10.51804/jiso.v4i2.81-87>.

peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi, yakni produk ataupun pasar.³²

3) Kuadran III (negatif, positif)

Posisi Kuadran III merupakan posisi yang menandakan sebuah perusahaan memiliki peluang besar untuk perkembangan perusahaan, namun disisi lain perusahaan mengalami kelemahan internal. Pada posisi ini, perusahaan akan berusaha memperbaiki kendala yang ada pada internal perusahaan, baik berupa ancaman maupun kelemahan internal. Sehingga, perusahaan dapat menggunakan peluang yang ada sebagai bentuk perbaikan dan perkembangan perusahaan.³³ Adapun strategi yang dapat digunakan pada posisi ini adalah *turn-around* (ubah strategi), artinya perusahaan sebaiknya mengubah strategi sebelumnya dengan strategi yang baru.

4) Kuadran IV (negatif, negatif)

Posisi Kuadran IV merupakan posisi yang menandakan sebuah perusahaan pada posisi yang sangat merugikan. Perusahaan pada posisi ini mengalami kelemahan internal dan memiliki ancaman dan kendala dari luar perusahaan. Adapun strategi yang tepat pada posisi ini adalah strategi defensif atau strategi bertahan, dengan kata lain perusahaan pada posisi ini mengalami pilihan yang sangat berisiko dan dilematis.

3. Analisis *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* (SWOT)

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).³⁴

³² Rika Sylvia and Diana Hayati, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT Pada PT X,” *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023): 124–34.

³³ Agus Kurniati, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pelatihan Keamanan Siber Dan Sandi,” *Cendekia Niaga* 3, no. 2 (2019): 73–86, <https://doi.org/10.52391/jcn.v3i2.479>.

³⁴ Astuti and Ratnawati, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100).”

Tabel 3.3
Matriks Kualitatif SWOT³⁵

IFAS EFAS	Strengths (Kekuatan) Tentukan 5-10 Faktor-Faktor Kekuatan Internal	Weakness (Kelemahan) Tentukan 5-10 Faktor-Faktor Kelemahan Internal
Opportunities (Peluang) Tentukan Faktor Peluang Eksternal	Strategi SO Ciptakan Strategi yang Menggunakan Kekuatan untuk Memanfaatkan Peluang	Strategi WO Ciptakan Strategi yang Meminimalkan Kelemahan untuk Memanfaatkan Peluang
Treats (Ancaman) Tentukan Faktor Ancaman Eksternal	Strategi ST Ciptakan Strategi yang Menggunakan Kekuatan untuk Mengatasi Ancaman	Strategi WT Ciptakan Strategi yang Meminimalkan Kelemahan dan Menghindari Ancaman

Kemudian, langkah selanjutnya adalah menganalisis data dengan dua cara, yakni secara informal disajikan dengan bentuk naratif dan secara formal disajikan dengan bentuk tabel, grafik atau yang lain. Bentuk penyajian hasil penelitian dengan menggunakan naratif digunakan sebagai identifikasi strategi yang cocok dan sesuai dengan permasalahan yang diambil pada penelitian ini, sehingga diperoleh gambaran yang jelas dari pembahasan terkait masalah yang dipecahkan. Kemudian, pada penyajian formal, yakni dengan menggunakan tabel digunakan untuk menjelaskan terkait analisis SWOT yang dilakukan terhadap remaja dalam berkembangnya dunia perbankan syariah, khususnya pada dunia digital pada penggunaan jasanya.

Pada tahap ini dilakukan analisis dan penentuan keputusan menggunakan pendekatan matrik SWOT. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek, seperti strategi *Strengths Opportunities (SO)*, *Strengths Threats (ST)*, *Weaknesses, Opportunities (WO)* dan *Weaknesses Threats (WT)*, yakni :³⁶

³⁵ Haerawan and Magang, "Pemasaran Alat Rumah Tangga Di Pt Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat."

³⁶ Haerawan and Magang.

- a. Strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- b. Strategi ST, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
- c. Strategi WO, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- d. Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

