

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian didefinisikan sebagai cara ilmiah dalam rangka memperoleh data yang digunakan untuk tujuan tertentu (Kerlinger, 2006: 17). Melihat pentingnya metode dalam melakukan suatu penelitian, maka penggunaan suatu metode harus sesuai dengan tujuan serta obyek penelitian.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metodologi kualitatif didefinisikan sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Berdasarkan pengertian tersebut maka dalam penelitian ini peneliti bermaksud menjelaskan peran dan potensi Platform Kapital Boost kaitannya sebagai penyedia layanan jasa keuangan berbentuk *fintech* yang menawarkan pembiayaan alternatif bagi UKM.

2. Lokasi dan Subyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah *platform start up fintech* yaitu Kapital Boost (Kapital Boost Pte Ltd) yang berlokasi di Jakarta tepatnya di Rukan Puri Mansion Blok B No.7, Jalan Lingkar Luar Barat Raya, Kembangan, Jakarta Barat.

Adapun subyek dalam penelitian ini yaitu staf Kapital Boost yang diwakili oleh Business Development Manager dan Growth Marketing Lead, perwakilan UKM yang menggalang dana melalui platform Kapital Boost, dan perwakilan salah satu investor yang pernah mendanai proyek UKM dalam platform Kapital Boost.

3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Adapun penjelasannya akan diuraikan berikut.

- a. Sumber primer merupakan data yang diambil dari sumber data secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh melalui wawancara dengan staf Kapital Boost Pte Ltd diwakili oleh Business Development Manager dan Growth Marketing Lead, perwakilan UKM yang menggalang dana melalui platform Kapital Boost, dan perwakilan salah satu investor yang pernah mendanai proyek UKM dalam platform Kapital Boost.
- b. Sumber sekunder merupakan sumber data penulisan yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter), baik yang dipublikasikan maupun yang tidak. Dalam penelitian ini, penggunaan data sekunder diperoleh melalui website Kapital Boost, data-data mengenai UKM dan pembiayaan yang diperoleh dari situs resmi seperti hasil laporan dari BI serta OJK.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Melalui wawancara maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan/informan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik wawancara terstruktur dengan alasan peneliti telah mengetahui secara pasti data atau informasi yang dibutuhkan dari informan. Pihak yang diwawancarai yaitu staf Kapital Boost yang merupakan orang kunci yang benar-benar mengetahui informasi yang dibutuhkan peneliti. Staf Kapital Boost diwakili Fachri Kardiman selaku Business Development Manager. Informan lain yaitu perwakilan dari pelaku usaha kecil menengah (UKM) yang telah berhasil menggalang dana melalui platform Kapital Boost, serta perwakilan salah satu investor yang pernah mendanai proyek di platform Kapital Boost.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara membaca laporan-laporan penulisan sebelumnya serta artikel yang diakses dari internet, buku, maupun jurnal yang sesuai dengan permasalahan. Dalam hal ini, peneliti menjadikan rujukan beberapa laporan dari institusi tertentu terkait data atau informasi yang dibutuhkan. Selain itu, dokumentasi pada saat wawancara juga digunakan untuk memperkuat penelitian.

5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Berikut akan dijelaskan mengenai gambaran ketiganya:

a. Analisis sebelum di lapangan

Analisis pada tahap ini dilakukan melalui penelusuran data hasil dari studi pendahuluan atau data sekunder untuk menentukan fokus penelitian yang akan diambil oleh peneliti.

b. Analisis data di lapangan menggunakan Model Miles dan Huberman

Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan dengan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis melalui beberapa tahapan yang akan diuraikan sebagai berikut.

1) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Pada langkah ini, data yang diperoleh dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak perlu diseleksi dengan teliti oleh peneliti data mana yang benar-benar dibutuhkan untuk memberikan informasi dalam fokus penelitian.

2) *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka data akan di-*display*. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan

sejenisnya. Dalam penelitian ini, data akan disajikan melalui bagan yang menggambarkan mekanisme pelaku UKM dari mulai mengajukan proposal pembiayaan ke platform terkait, hingga memperoleh dana dari investor serta cara pengembalian dana.

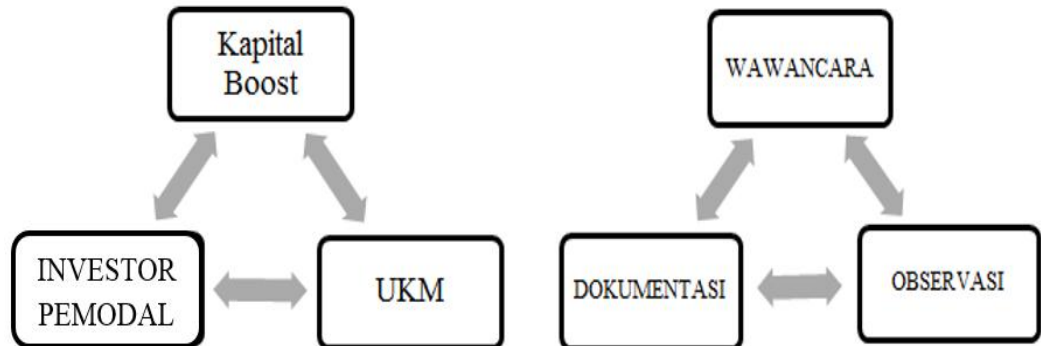
3) *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya bisa jadi belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Bentuk temuan ini dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

6. Keabsahan dan Kredibilitas

Untuk menguji keabsahan dan kredibilitas data maka dilakukan langkah validitas dan kredibilitas. Validitas dapat berupa internal dan eksternal. Lalu, kredibilitas dilakukan melalui teknik triangulasi teori.

Penggunaan triangulasi teori didasarkan pada anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Dalam hal ini, pihak triangulasi yaitu staf Kapital Boost, pelaku UKM, dan investor yang digunakan dalam penelitian juga dapat dikaitkan dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.



Gambar 3.1 : Metode Triangulasi

Sumber: Boy S. Sabarguna, 2008

7. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threat*) adalah suatu instrumen analisis lingkungan baik internal maupun eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini berdasarkan asumsi suatu strategi yang efektif dalam meminimalisir kelemahan serta ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi ini memiliki dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil (Pearce, 1997: 229-230).

Terdapat dua macam pendekatan pada analisis SWOT, yaitu:

- a. Pendekatan kuantitatif analisis SWOT. Data SWOT kualitatif bisa dikembangkan dengan cara kuantitatif lewat perhitungan analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui dengan pasti posisi perusahaan yang sebenarnya. Perhitungan yang dilakukan dengan tiga tahap yaitu: 1. Dilakukan

perhitungan skor (a) dan bobot (b) poin faktor serta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; menghitung skor (a) masing-masing poin faktor dilakukan dengan cara saling bebas (penilaian pada sebuah poin faktor yang lain. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian tapi yang biasa digunakan yaitu dari 1 sampai 5 dengan asumsi nilai 1 adalah skor yang paling rendah dan 5 skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing poin faktor dilakukan secara saling ketergantungan. Berarti, penilaian pada satu point faktor yaitu dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan poin faktor yang lain sehingga formulasi perhitungannya merupakan nilai yang sudah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya poin faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah poin faktor). 2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); perolehan angka ($d = x$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka ($e = y$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y; 3. Mencari posisi perusahaan yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT. (<http://www.daps.bps.go.id>).

Tabel 3.1 IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*)

No	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1				
2	<u>dst</u>			
	<u>Total Kekuatan</u>			
No	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1				
2	<u>dst</u>			
	<u>Total Kelemahan</u>			
<u>Selisih Total Kekuatan - Total Kelemahan = S - W = x</u>				

Tabel 3.2 EFAS (*External Strategic Factors Summary*)

No	OPPORTUNITY	SKOR	BOBOT	TOTAL
1				
2	<u>dst</u>			
	<u>Total Peluang</u>			
No	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1				
2	<u>dst</u>			
	<u>Total Tantangan</u>			
<u>Selisih Total Peluang - Total Tantangan = O - T = y</u>				

- b. Pendekatan kualitatif matriks SWOT yang dikembangkan oleh Kearns ditampilkan pada delapan kotak, yang mana dua paling atas yaitu kotak faktor eksternal (peluang dan tantangan) kemudian dua kotak sebelah kiri yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Empat kotak yang lain adalah kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal serta eksternal.

Tabel 3.3 Matriks SWOT Kearns

INTERNAL/EKSTERNAL	OPPORTUNITY	TREATHS
STRENGTH	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
WEAKNESS	<i>Divestment/Investment</i>	<i>Damage Control</i>

Keterangan: Sel A: *Comparative Advantages*. Sel ini adalah pertemuan dua elemen kekuatan serta peluang hingga memberikan kemungkinan pada suatu perusahaan agar dapat berkembang lebih cepat. Sel B: *Mobilization*. Sel ini adalah interaksi antara ancaman serta kekuatan. Disini harus ada pengupayaan mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan perusahaan untuk melunakkan ancaman dari luar tersebut hingga mengubah ancaman menjadi sebuah peluang. Sel C: *Divestment/Investment*. Sel ini adalah interaksi antara kelemahan perusahaan dan peluang dari luar. Keadaan seperti ini memberi suatu pilihan dalam keadaan yang kabur. Peluang yang ada sangat meyakinkan akan tetapi tidak bisa dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk mengerjakannya. Pilihan keputusan yang diambil yaitu (melepas peluang yang tersedia guna dimanfaatkan perusahaan lain) atau memaksakan mengerjakan peluang itu (investasi). Sel D: *Damage Control*. Sel ini adalah keadaan yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan antara kelemahan perusahaan dengan

ancaman dari luar, dan karena itu juga keputusan yang salah bisa membawa bencana yang besar untuk perusahaan. *Damage Control* (mengendalikan kerugian) merupakan strategi yang harus diambil, agar tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.