

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena berbagai pertimbangan. Pertama, obyek yang diteliti tidak dapat dilihat secara parsial. Kedua, digunakan untuk meneliti tentang hal-hal berkaitan dengan latar belakang subyek penelitian. Ketiga, digunakan untuk keperluan evaluasi. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif dan tidak menekankan pada angka.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹

Berdasarkan pembahasan tema dalam penelitian ini maka digolongkan dalam jenis penelitian studi kasus. Studi kasus adalah penelitian yang mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat.² Adapun penelitian studi kasus yang dilakukan yaitu “Analisis SWOT Strategi Pemasaran *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk

¹ Lexy J. Moleong. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. (2005). Hal 6

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 14

UMKM dan Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar”.

B. Kehadiran Peneliti

Metode penelitian kualitatif yang menggunakan metode studi kasus penting untuk melakukan penelitian secara langsung ke lapangan yang menjadi objek penelitian. Peneliti sebagai pengumpul data dan juga sebagai instrumen, sehingga sangat penting untuk hadir dalam penelitian dan telah disetujui oleh pihak terkait yang menjadi subjek dan informan. Kehadiran peneliti kurang lebih terjadwal ada tiga kali yaitu:

1. Pra penelitian yaitu, kehadiran peneliti sebelum dilakukannya penelitian dalam rangka melakukan pengamatan awal.
2. Saat penelitian yaitu, kehadiran peneliti pada waktu jadwal penelitian dilakukan
3. *Cross check* yaitu, kehadiran peneliti setelah melakukan penelitian. Hal ini dilakukan untuk membuktikan keabsahan data yang diperoleh.

C. Lokasi Penelitian

Mengingat penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif maka penelitian langsung dilaksanakan dilapangan. Sehingga penelitian ini merujuk langsung pada sebuah lokasi yang dijadikan objek penelitian. Lokasi penelitian merupakan tempat yang dijadikan objek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada lembaga keuangan syari'ah yang mempunyai kriteria seperti yang diharapkan peneliti. Pemilihan lokasi penelitian berangkat dari suatu

masalah yang timbul berdasarkan pengamatan. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah analisis strategi pemasaran produk *Line Facility* untuk UMKM dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP). Penelitian ini akan dilakukan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Alasan yang melatarbelakangi dipilihnya KSU Syari'ah Muhammadiyah Blitar sebagai lokasi penelitian adalah:

1. KSU Syariah Muhammadiyah Blitar merupakan lembaga keuangan syari'ah non bank yang memegang teguh nilai-nilai Islam
2. Letak geografis KSU Syari'ah Muhammadiyah Blitar yang berada di tengah kota Blitar memiliki lokasi yang strategis untuk menjangkau masyarakat.
3. Pada KSU Syariah Muhammadiyah Blitar terdapat produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiah)* untuk UMKM dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) yang akan diteliti oleh peneliti.

D. Sumber Data

Data merupakan bahan mentah yang perlu diolah, dan kemudian akan menjadi sebuah informasi yang menunjukkan fakta dalam penelitian. Data juga mempunyai arti sebagai semua keterangan yang diperoleh dari orang yang dijadikan informan maupun yang berasal dari dokumen-dokumen yang berguna bagi peneliti. Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Jenis data berdasarkan perolehannya, dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.³

³ Azuar Juliandi, Irfan, Saprihal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*, (Medan:UMSU Press, 2014), hal. 64

Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya dan data tersebut sebelumnya belum ada. Data primer diperoleh dari sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitian. Data sekunder diperoleh dari sumber kedua setelah sumber data primer.

Dalam penelitian ini data yang digunakan sebagian besar berasal dari data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pengurus KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, diperlukan suatu teknik untuk pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yaitu cara yang dapat digunakan oleh peneliti guna memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian. Untuk memperoleh data-data yang relevan, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data kualitatif yaitu:

1. Metode Observasi

Metode observasi penting dilakukan dalam melakukan penelitian kualitatif. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya. Observasi atau pengamatan dapat dilakukan tanpa mengajukan pertanyaan subyek yang diamati di lingkungan kerja mereka sehari-hari. Observasi

adalah sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan.⁴ Dengan menggunakan teknik observasi peneliti dapat menemukan informasi yang pasti tentang orang, sebab apa yang dikatakan orang belum tentu sesuai dengan realita.

Untuk melakukan observasi pada penelitian ini, maka peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian yaitu KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Dengan mengamati langsung terkait pemasaran produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* akan mengetahui lebih jelas dan terperinci bagaimana peneapannya. Teknik observasi ini dilakukan dengan maksud mendapatkan data yang akurat sehingga mendapatkan hasil analisis yang relevan.

2. Metode wawancara mendalam

Wawancara merupakan beberapa teknik yang dapat digunakan peneliti untuk memperoleh data primer dalam penelitian kualitatif. Wawancara (*interview*) digunakan peneliti dalam mengumpulkan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam.

Susan Stainback mengemukakan bahwa “*interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding of how the participant interpret a situation or phenomenon than can be gained through observation alone*”.⁵ Jadi dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi

⁴ Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. (2013). Hal 196-197

⁵ Ibid. Hal 316-327

dan fenomena yang terjadi yang tidak ditemukan dengan melakukan observasi.

Wawancara berarti mengadakan percakapan antara peneliti dengan responden yang biasanya dalam bentuk tanya jawab. Pertanyaan yang diajukan fokus pada strategi pemasaran terhadap produk *Line Facility (At-Tashiat As-Saqfiyah)* di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Berbagai hal ingin diketahui menyangkut dalam segala aspek yang mempengaruhi implementasi pemasaran dan mekanisme produk pembiayaan *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)*. kedudukan informan dalam penelitian ini sangat penting karena menjadi sumber data utama. Oleh sebab itu, informan yang dipilih adalah yang benar-benar memahami seluk beluk dari KSU Syariah Muhammadiyah Blitar dan produk *Line Facility*. Yang menjadi informan penelitian ini adalah:

- a) Arif Rachman, SE. selaku manajer operasional
- b) Sofiya Nur Aini, SE. selaku teller dan akuntan
- c) M. Jamaludin Al Kadiri selaku Layanan Nasabah

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang tersedia. Bentuk dokumentasi biasanya dapat berupa data statistik, agenda kegiatan, majalah, foto, film dll. Manfaat dari metode ini adalah data yang dibutuhkan sudah tersedia, dan siap pakai. Penggunaan metode dokumentasi sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi

dapat dilakukan dengan membuat pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar data yang akan dicari. *Check list* yaitu daftar variabel yang akan dikumpulkan datanya.⁶

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini menyangkut berbagai sumber data baik yang berasal dari catatan atau laporan yang telah disusun dalam arsip data yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan yang berkaitan dengan “Analisis SWOT Strategi Pemasaran *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk UMKM dan Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar”.

F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data. Analisis data sebelum di lapangan, dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Fokus penelitian masih bersifat sementara dan akan berkebang setelah peneliti masuk ke lapangan.

Sifat analisis dalam penelitian kualitatif adalah penguraian apa adanya fenomena yang terjadi (deskriptif) disertai penafsiran terhadap arti yang terkandung dibalik yang tampak.⁷ Data-data yang diperoleh tentang “Analisis

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur...*, hal. 201-202

⁷ Andi mappiare AT, *Dasar-Dasar Metodologi Riset Kualitatif untuk Ilmu Sosial dan Profesi*, (Malang: Jengala Pustaka Utama, 2009), hal. 80

SWOT Strategi Pemasaran *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar” akan di analisis dan dijelaskan dalam kata-kata yang lebih jelas diahami oleh orang lain.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT, maka langkah yang pertama yaitu data-data yang diperoleh dianalisis terlebih dahulu dengan menganalisis faktor internal dan eksternal. Tahap pertama adalah tahap masukan dengan menggunakan matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang kekuatan dan kelemahan yang dihadapi perusahaan. Matrik EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Tahap kedua adalah pencocokan yaitu mencocokkan faktor-faktor internal dengan eksternal untuk menciptakan strategi. Tahap ini menggunakan Matriks SWOT untuk memperoleh alternatif strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Tahap ketiga yaitu mengambil keputusan terhadap strategi-strategi yang dibuat. Pemilihan dan penentuan strategi yang terbaik menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan alat perumusan strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama

pada perusahaan. Tahap-tahap untuk menentukan faktor-faktor lingkungan internal dalam matriks IFE yaitu:⁸

- a. Membuat daftar faktor-faktor internal yang telah diidentifikasi dalam proses evaluasi (*critical success factors*). Dahulukan daftar faktor-faktor kekuatan, kemudian faktor kelemahannya.
- b. Memberi bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 0,00 (tidak penting) sampai dengan 1,00 (sangat penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Penentuan bobot diperoleh dengan metode "*Paired Comparison Scale*".⁹ Metode tersebut digunakan untuk memberikan penilaian bobot pada faktor-faktor eksternal dan internal. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom variabel adalah:
 - 1 = jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal.
 - 2 = jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal.
 - 3 = jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal.

⁸Fred R. David, *Manajemen Strategis...* hal. 229-231

⁹J.R Taylor dan Kinnear T.C, *Marketing Research An Applied Approach*, 5th Edision. USA:MC. Graw Hill Inc

Tabel 3.1.
Penilaian bobot faktor strategi internal atau eksternal perusahaan

Faktor Strategi Internal/eksternal	A	B	C	Total	Bobot
A					X_i	a_i
B						
C						
....						
Total					$\sum_{i=1}^n X_i$	

Penentuan bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan dengan menggunakan rumus berikut:

$$a_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Keterangan:

a_i = bobot variabel ke-i

X_i = nilai variabel ke-i

i = 1,2,3,....,n

n = jumlah variabel

- c. Memberikan rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, 1 = sangat lemah. Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapat rating 3 atau 4 dan kelemahan mendapat rating 1 atau 2. Jadi rating mengacu pada kondisi perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri di mana perusahaan berada.

- d. Kalikan bobot setiap faktor dengan *rating* untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing faktor.
- e. Jumlahkan semua skor bobot untuk memperoleh skor total perusahaan. Nilai rata-rata adalah 2,5. Jika nilainya dibawah 2,5 menunjukkan posisi internal dalah lemah, sedangkan jika nilainya di atas 2,5 maka posisi internal adalah kuat.

Tabel 3.2. Matriks IFE (*Internal factor Evaluation*)

<i>Critical Success Factors</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
Kekuatan			
Kelemahan			

2. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Setelah menganalisis faktor-faktor internal kemudian yang dilakukan adalah menganalisis faktor-faktor eksternal. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi informasi ekonomi, politik, hukum, teknologi dan budaya sosial. Sama halnya dengan matriks IFE, pada matriks EFE juga dilakukan dengan beberapa tahap yaitu:¹⁰

- a. Membuat daftar faktor-faktor eksternal yang telah diidentifikasi dalam proses evaluasi eksternal. Dahulukan daftar peluang kemudian baru daftar ancaman.

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 22-24

- b. Memberikan bobot pada masing-masing faktor dengan skala kualitatif dari 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Penentuan bobot diperoleh dengan metode *Paired Comparison Scale*. Perhitungan dan cara pembobotan matriks EFE sama dengan yang ada di matriks IFE. Perhatikan tabel 3.1
- c. Memberikan *rating* untuk masing-masing faktor dengan skala kualitatif dari 4 = respon sangat tinggi, 3 = respon tinggi, 2 = respon sedang, 1 = respon rendah.
- d. Kalikan bobot setiap faktor dengan *rating* untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing faktor.
- e. Jumlahkan semua skor bobot untuk memperoleh skor total perusahaan. Nilai rata-rata skor total adalah 2,5. Jika nilai skor total 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon dengan sangat baik terhadap peluang-peluang dan menghindari ancaman. Sedangkan skor total 1,0 mengindikasikan bahwa perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari ancaman.

Tabel 3.3 Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

<i>Critical Success Factor</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
Peluang			
Ancaman			

3. Matriks SWOT (*Strenght, Weaknnes, Opportunity, Threat*)

Tabel 3.4 Analisis Matriks SWOT

IFE EFE	<i>STRENGTHS (S)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	<i>WEAKNESSEs (W)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> 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
<i>TREATHS (T)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Setelah melakukan tahap input langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah tahap pencocokan. Tahap pencocokan ini merupakan tahap analisis faktor-faktor eksternal dan internal yang telah diidentifikasi untuk menciptakan alternatif-alternatif srategi. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Keempat tipe strategi yang dimaksud yaitu, strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Untuk keterangan lebih jelas dapat melihat tabel 3.4

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi

WT digunakan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

4. Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Tahap keputusan yaitu menentukan strategi-strategi alternatif yang telah dibuat pada tahap pencocokan untuk digunakan. Banyaknya alternatif strategi akan diukur strategi manakah yang sesuai dengan perusahaan tersebut. Untuk memilih strategi-strategi alternatif digunakan teknik analisis strategi. Teknik analisis digunakan untuk menentukan daya tarik relatif terhadap strategi alternatif. Teknik analisis tersebut hanya ada satu yaitu matriks QSPM (*quantitative Strategic Planning Matrix*).

Matriks QSPM (*quantitative strategic planning matrix*) adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor penting keberhasilan eksternal dan internal yang telah diidentifikasi.¹¹ Secara konseptual, matriks QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibangun berdasarkan faktor keberhasilan eksternal dan internal. Daya tarik relatif dari setiap strategi di dalam serangkaian alterbatif dihitung dengan menentukan dampak kumulatif dari faktor keberhasilan eksternal dan internal perusahaan. Adapu langkah yang perlu dilakukan dalam tahap ini adalah:

¹¹ Fred R. David, *Manajemen Strategis...* Hal. 350-351

- a. Membuat daftar faktor internal perusahaan yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang menjadi faktor peluang dan ancaman dari matriks IFE dan EFE.
- b. Memberikan bobot untuk masing-masing faktor baik internal maupun eksternal. Bobot harus identik dengan yang diberikan pada matriks IFE dan EFE.
- c. Mencatat alternatif strategi yang dihasilkan dalam matriks SWOT.
- d. Menentukan skor daya tarik (*Attractiveness Score/AS*) yang diberikan pada setiap strategi yang lain dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Kisaran skor daya tarik (*Attractiveness Score/AS*) adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = menarik, 4 = sangat menarik.
- e. Hitunglah *total Attractiveness Score (TAS)* dengan cara mengalikan bobot dengan skor daya tarik (*AS*). *Total Attractiveness Score (TAS)* menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing alternatif strateginya.
- f. Hitung nilai totalnya *TAS* pada masing-masing kolom QSPM. Nilai terbesar menunjukkan bahwa alternatif menjadi pilihan utama dan nilai *TAS* terkecil menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dipilih terakhir.

Tabel 3.5. Matriks QSPM

Faktor Utama	Rating	Alternatif Strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang							
-							
-							
Ancaman							
-							
-							
Kekuatan							
-							
-							
Kelemahan							
-							
-							
Jumlah							

G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Pengecekan keabsahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji kredibilitas. Penerapan kriteria kredibilitas pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dari penelitian nonkualitatif. Kriteria tersebut berfungsi untuk melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai, untuk mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

Cara yang dapat digunakan untuk mengecek keabsahan data pada penelitian ini adalah:

1. Perpanjangan Kehadiran

Perpanjangan kehadiran (keikutsertaan) berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai.¹²

¹² Lexy J. Moleong. *Metodologi penelitian...*, Hal. 329

Perpanjangan kehadiran di lokasi penelitian memungkinkan peneliti banyak mempelajari seluk beluk yang ada di lokasi hingga data yang diperoleh mengalami kejenuhan dan data yang dihasilkan kredibilitasnya meningkat.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.¹³ dalam penelitian ini, peneliti mengecek kembali segala informasi atau catatan-catatan yang diperoleh dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara serta mengecek data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber data.

H. Tahap-tahap Penelitian

Secara umum penelitian ini terdiri dari empat tahapan umum yaitu, tahap pra penelitian, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data, dan tahap penulisan laporan.

1. Tahap pra lapangan terdiri dari enam tahap kegiatan, antara lain:
 - a. Menyusun rancangan penelitian
 - b. Memilih lapangan penelitian
 - c. Mengurus perizinan
 - d. Menjajaki dan menilai lapangan
 - e. Memilih dan memanfaatkan informan

¹³ Ibid, ha. 330

- f. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap pekerjaan lapangan terdiri dari tiga tahap kegiatan yaitu:
 - a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - b. Memasuki lapangan
 - c. Berperan serta sambil mengumpulkan data
 3. Tahap analisis data yaitu meliputi:
 - a. Membuat ringkasan serta mengedit setiap hasil wawancara
 - b. Mengembangkan pertanyaan wawancara
 - c. Mempertegas fokus penelitian
 - d. pengkategorian data
 - e. pemberian makna
 4. Tahap penulisan Laporan yaitu meliputi:
 - a. Penyusunan hasil penelitian
 - b. Konsultasi kepada pembimbing
 - c. Perbaikan hasil konsultasi