

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Titiktemu *Creativehouse* yang terdapat di daerah Yogyakarta, objek penelitian ini adalah sebuah perusahaan yang memproduksi segala macam desain barang-barang, contohnya: penyablonan baju, buku tahunan anak sekolahan, dan lain-lainnya.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini cara memperoleh data didapatkan dengan 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu dengan melakukan survey ataupun wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder umumnya didapat melalui jurnal, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan kajian *literature* dari buku-buku yang berkaitan langsung dengan penerapan metode yang digunakan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan berbagai macam data yang dibutuhkan dalam penelitian, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, metode tersebut antara lain:

1. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk menjawab.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan secara aktual.

3. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung mengenai masalah yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, baik konsumen sebagai responden ataupun dengan pihak perusahaan secara langsung.

3.4 Metode Analisis Data

Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, maka penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis sebagai berikut:

1. Diawali dengan melakukan penelitian yaitu mengetahui visi dan misi *Titiktemu Creativehouse*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui arah dan tujuan perusahaan yang sebenarnya
2. Menetapkan target yang diawali dari perspektif keuangan, konsumen, proses internal bisnis, serta pertumbuhan dan pembelajaran. Tujuan dari penetapan target ini digunakan untuk memotivasi manajemen perusahaan agar dapat mencapai apa yang sudah ditetapkan.
3. Penilaian kinerja ini dilakukan melalui empat perspektif yaitu:
 - a. Pengukuran kinerja perspektif keuangan
 - b. Pengukuran kinerja perspektif pelanggan konsumen
 - c. Pengukuran kinerja perspektif proses internal bisnis
 - d. Pengukuran kinerja perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

3.5 Pengolahan Data

3.5.1 Analisis Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang berbentuk non bilangan dan bersifat deskriptif. Berfungsi untuk menjelaskan hasil perhitungan yang telah diperoleh melalui penelitian. Contoh data kualitatif adalah sejarah berdirinya perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang didapat dari penetapan atau identifikasi terhadap variabel-variabel berupa nilai nominal nyata. Analisis kuantitatif adalah analisis yang berbentuk angka. Adapun analisis data kuantitatif yang dilakukan menyangkut empat perspektif yaitu:

1. Perspektif Keuangan

a. *Profit*

Merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Dasar penelitian profitabilitas adalah laporan keuangan perusahaan.

$$Profit = \text{Pendapatan} - \text{Biaya} \dots \dots \dots (3.1)$$

b. *Return On Investment* (ROI)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian investasi yang dihasilkan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Aktiva}} \dots \dots \dots (3.2)$$

c. *Return On Equity* (ROE)

Merupakan alat ukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari jumlah modal yang ditanamkan.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}} \dots \dots \dots (3.3)$$

d. *Total Asset On Turn Over (TATO)*

Merupakan pengukuran intensitas perusahaan dalam menggunakan aktivitya. Ukuran penggunaan aktiva paling relevan adalah penjualan, karena penjualan penting bagi laba.

$$TATO = \frac{Pendapatan}{Total aktiva} \dots\dots\dots (3.4)$$

e. *Pertumbuhan Pendapatan (Revenue Growth)*

Digunakan untuk melihat seberapa besar pertumbuhan pendapatan perusahaan dibandingkan dengan periode sebelumnya.

$$Pertumbuhan = \frac{Pendapatan\ thn\ t - pendaptan\ thn\ t-1}{pendapatan\ thn\ t-1} \times 100\dots (3.5)$$

2. *Perspektif Pelanggan*

a. *Customer Acquisition*

Akuisisi pelanggan mengukur seberapa banyak perusahaan berhasil menarik pelanggan baru dalam membeli produk yang ditawarkan.

$$Customer\ Acquisition = \frac{Jumlah\ Pemesanan}{Total\ Pemesanan} \times 100\dots\dots\dots (3.6)$$

b. *Tingkat Kepuasan Pelanggan*

Adalah suatu ukur yang bersifat kualitatif dengan melakukan survei kepada konsumen perusahaan dengan menyebarkan kuisisioner untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan mengukur rata-rata kepuasan pelanggan dengan memberikan nilai pada jawaban kuisisioner sesuai dengan tingkat kepuasan yang dirasakan. Nilai yang diberikan adalah:

Tabel 3.1 Nilai Tingkat Kepuasan Pelanggan

| Tingkat Kepuasan | Skor |
|-------------------|------|
| Sangat Puas | 5 |
| Puas | 4 |
| Cukup | 3 |
| Tidak Puas | 2 |
| Sangat Tidak Puas | 1 |

3. Perspektif Internal Bisnis

Adapun ukuran-ukuran yang digunakan dalam pengukuran perspektif proses internal bisnis adalah sebagai berikut:

a. Perkembangan Inovasi Produk

Proses Inovasi, meliputi inovasi pembaharuan dalam memperoleh nilai harga operasi baik tulis tiap tahunnya. Indikator pengembangan produk diperoleh dari perbandingan produk dalam dua periode.

$$\text{Perkembangan Inovasi} = \frac{\text{Produk thn } t - \text{produk thn } t-1}{\text{Produk thn } t-1} \times 100\% \dots \dots \dots (3.7)$$

b. Produk Cacat

Indikator peningkatan kualitas produk memberikan informasi mengenai jumlah produk cacat yang ada.

$$\text{Produk Cacat} = \frac{\text{Produk cacat thn } t - \text{Produk cacat thn } t-1}{\text{Produk cacat thn } t-1} \times 100\% \dots \dots \dots (3.8)$$

4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Adapun ukuran-ukuran yang digunakan dalam pengukuran perspektif pertumbuhan dan pembelajaran adalah sebagai berikut:

a. Produktifitas Karyawan

Merupakan tingkat efektifitas dan efisiensi kinerja dari perusahaan dalam periode tertentu.

$$\text{Produktifitas Karyawan} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah Karyawan}} \dots\dots\dots (3.9)$$

b. Tingkat Retensi Karyawan

Merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam mempertahankan karyawan.

$$\text{Retensi Karyawan} = \frac{\text{Total karyawan keluar}}{\text{Total karyawan}} \dots\dots\dots (3.10)$$

c. Tingkat Kepuasan Karyawan

Penilaian dilakukan dengan survei menggunakan penyebaran kuisisioner terhadap karyawan. Kepuasan karyawan mengukur rata-rata kepuasan karyawan dengan memberikan nilai pada jawaban kuesioner sesuai dengan tingkat kepuasan yang dirasakan.

Tabel 3.2 Nilai Tingkat Kepuasan Karyawan

| Tingkat Kepuasan | Skor |
|-------------------|------|
| Sangat Puas | 5 |
| Puas | 4 |
| Cukup | 3 |
| Tidak Puas | 2 |
| Sangat Tidak Puas | 1 |

3.6 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2002). Uji validitas yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi *bilvariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Suatu indikator pernyataan dikatakan valid apabila korelasi Antara masing-masing indikator menunjukkan hasil yang signifikan. Pengujian instrumen penelitian ini

dengan cara menghitung korelasi menggunakan teknik korelasi *Pearson* dengan taraf signifikan = 5%. Sedangkan dihitung dengan formulasi:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots \dots \dots (3.11)$$

Dimana:

- r = Koefisien korelasi (r-hitung)
- X = Hasil skor butir
- Y = Hasil skor total
- XY = Hasil skor kali butir dengan skor total
- n = Jumlah sampel

Pengujian validitas pada taraf signifikan yang digunakan adalah (a) = 5% yaitu:

- Apabila r-hitung > r-tabel maka kuesioner dinyatakan valid.
- Apabila r-hitung < r-tabel maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Hasil dapat dipercaya jika dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama. Dalam hal ini tetap ada toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara beberapa kali pengukuran. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan *one short* atau pengukuran sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau pengukuran dengan korelasi antar jawaban pertanyaan. Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS yang merupakan fasilitas untuk mengukur reliabilitas, dengan uji statistik *cronbach alpha* (α) suatu variabel dikatakan *reliable* jika memiliki *cronbach alpha* > 0.06 (Ghozali, 2005).

1. Koefisiens *Cronbach's Alpha*

Menghitung koefisien *Cronbach's Alpha* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{1-i} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_{1-i}}{\sigma_{Total}} \right) \dots \dots \dots (3.12)$$

Keterangan:

r_{1-i} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika koefisien *Alpha* (α) > 0.6 maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika koefisien *Alpha* (α) < 0.6 maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

3.8 Populasi

Populasi ini digunakan untuk mendukung teknik penilaian kinerja organisasi dengan berbagai perspektif yaitu mengukur perspektif pelanggan dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran populasinya adalah jumlah karyawan dan pelanggan Titiktemu *Creativehouse* yang akan digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan yang ditinjau dari perspektif pelanggan. Sedangkan untuk jumlah karyawan Titiktemu *Creativehouse* berjumlah 15 orang yang akan digunakan untuk menilai tingkat kepuasan karyawan yang ditinjau dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

3.9 Sampel

Sampel adalah teknik pemilihan sampel probabilitas, yaitu dengan pemilihan sampel acak sederhana (*simple random sampling*), yang memberiksn kesempatan yang sama dan bersifat tidak terbatas pada setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sampel. Rumus yang menentukan sampel yang diinginkan menggunakan rumus *Slovin* (Umar, 1997), yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots \dots \dots (3.13)$$

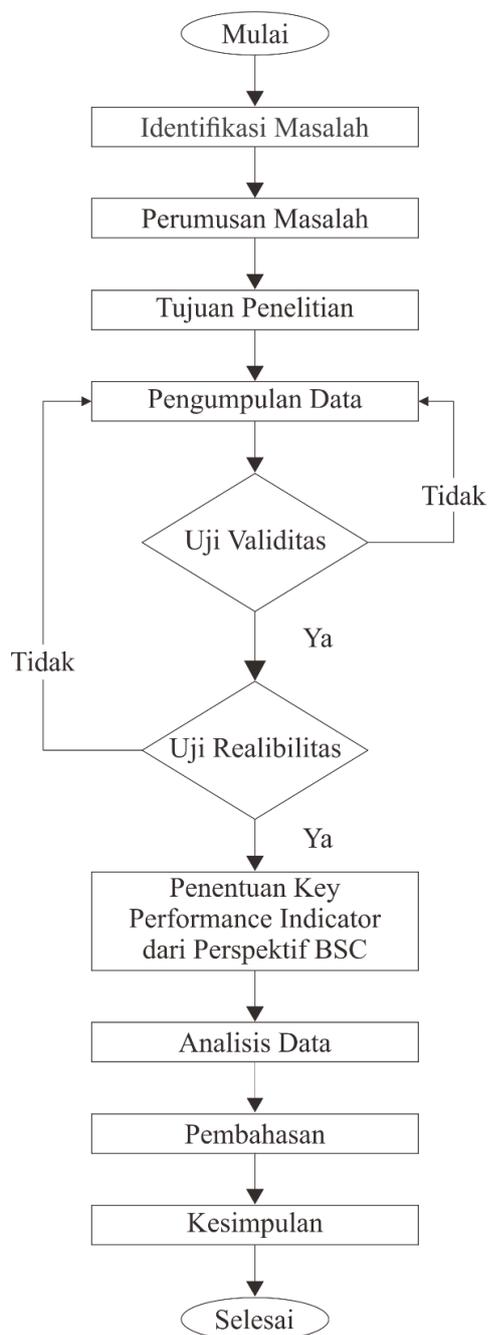
Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan misalnya 5%.

3.10 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3.1 **Diagram Alir Penelitian**

Sumber, Olah Data

Keterangan :

1. Identifikasi Masalah
Mencari permasalahan yang terdapat pada Titik Temu *House Creative*.
2. Rumusan Masalah
Menentukan rumusan masalah untuk melakukan pengukuran kinerja perusahaan.
3. Tujuan Penelitian
Dilakukan untuk menentukan kinerja perusahaan dengan *Balanced Scorecard* dan untuk memberikan rekomendasi perbaikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.
4. Pengumpulan Data
Pada tahap pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk dilakukan analisis.
5. Uji Validasi
Dilakukan untuk menentukan apakah data yang akan diteliti sudah valid dan dapat dilakukan pengukuran. Jika data dinyatakan tidak valid maka dilakukan pengumpulan data ulang dan jika data dinyatakan sudah valid maka dilakukan tahapan selanjutnya.
6. Uji Reliabilitas
Dilakukan untuk menentukan apakah data yang diteliti sudah reliabel dan dapat dilakukan pengukuran. Jika data dinyatakan tidak reliable maka dilakukan pengumpulan data ulang dan jika data reliable maka dilanjutkan dengan tahapan selanjutnya.
7. Pengolahan Data dan Penentuan *Key Performance Indicator*
Setelah data yang dikumpulkan dinyatakan valid dan reliable maka dilakukan pengolahan data untuk menentukan pembobotan dengan perspektif *Balanced Scorecard*.
8. Analisis Data
Data yang diolah dan dilakukan pembobotan selanjutnya dianalisis dan diukur berada pada kinerja mana skor yang dimiliki pada masing-masing indikator.
9. Pembahasan
Setelah dilakukan analisis maka dilakukan pembahasan untuk mengetahui kinerja perusahaan pada Titiktemu *Creativehouse*.
10. Kesimpulan dan Saran
Setelah pembahasan selesai maka dapat disimpulkan bagaimana kinerja perusahaan yang terdapat pada Titiktemu *Creativehouse* dan saran apa yang mampu diberikan untuk meningkatkan kinerja pada Titiktemu *Creativehouse*.