

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Pengumpulan Data dan Pemilihan Sampel

Menurut Emory dan Cooper(1991) dalam Kusumaningrum (2004) dalam Anggakara Dipta (2005), populasi adalah seluruh kumpulan dari elemen-elemen yang akan dibuat kesimpulan, sedangkan elemen (unsur) adalah subjek dimana pengukuran akan dilakukan. Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada jangkauan kesimpulan yang akan dibuat atau dihasilkan.

Istilah lain yang muncul dan masih berhubungan dengan populasi adalah *sample*. Menurut Menurut Emory dan Cooper(1991) dalam Kusumaningrum (2004) dalam Anggakara Dipta (2005), Sampel adalah bagian dari seluruh populasi yang diteliti secara hati-hati untuk mewakili populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, sampel yang akan diambil berasal dari populasi hotel-hotel berbintang yang ada di Pulau Jawa dan Bali. Mulai dari bintang satu sampai lima. Data diperoleh dengan mengirimkan kuisioner kepada para pimpinan/manajer hotel melalui pos atau *mail-survey*.

Nama dan alamat hotel diperoleh penulis melalui internet. Situs yang menjadi sumber adalah *hotelku.com*, *netura.net.id*, dan *gudeg.net*. Dengan mencari di berbagai situs, penulis berharap bahwa data yang telah diperoleh adalah lengkap adanya. Namun mengingat bahwa bisa saja ada hotel berbintang yang data-datanya tidak terdapat dalam situs yang dibuka peneliti, ataupun alamat

hotel yang tidak di *up date*, maka penulis mohon maaf kepada semua pihak apabila ada sejumlah hotel berbintang di pulau Jawa dan Bali yang tidak masuk menjadi sampel.

Dari total 265 kuisisioner yang dikirimkan atau dalam hal ini 265 merupakan jumlah populasi hotel berbintang yang ada di pulau Jawa dan Bali, jumlah kuisisioner yang tidak sampai ke alamat sebanyak lima kuisisioner, sehingga kuisisioner yang tersebar sebanyak 260. Dari 260 yang tersebar tersebut, kembali sebanyak 48 buah, namun dua di antaranya digugurkan karena kurang lengkap pengisian kuisisioner. Dengan kata lain, kuisisioner yang dapat dijadikan data dalam penelitian ini sebanyak 46 atau sebesar 17,4% dari total keseluruhan. Sampel sebanyak 46 ini, memiliki klasifikasi, sbb:

Tabel 3.1
Kelas Hotel Berbintang dan Jumlah Sampelnya

Kelas Berbintang	Jumlah Sampel
1	4
2	7
3	13
4	15
5	7

III.2 Variabel Penelitian

Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah strategi perusahaan, kematangan TI yang dicerminkan dalam evolusi sistem informasi dalam aspek perencanaan, pengendalian, organisasi, dan integrasi aktivitas-aktivitas TI perusahaan, dan ukuran perusahaan yang dalam penelitian ini diprosikan menjadi kelas hotel berbintang. Sedangkan variabel bergantungnya

(*dependent*) adalah respon stratejik dalam menghadapi globalisasi, yang ditunjukkan dengan penambahan investasi dalam TI.

III.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Berikut adalah definisi operasional dan pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini. Dimana kuisioner yang dipakai adalah sama dengan kuisioner yang dipakai Neni Meidawati pada penelitiannya pada tahun 2004 yang berjudul sama dengan penelitian ini, dengan perubahan pertanyaan pada item pertanyaan mengenai ukuran perusahaan.

III.1.1 Strategi dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan. Strategi perusahaan akan menentukan inovasi apa saja yang akan dilakukan oleh perusahaan. Salah satunya tentu dalam melakukan investasi TI.

Berjumlah 5 item pertanyaan, dimana item-item dari instrumen variabel strategi perusahaan tersebut diukur dengan skala 1-5 likert dengan pembobotan sebagai berikut: skor 1 berarti sangat tidak setuju, skor 2 berarti tidak setuju, skor 3 berarti normal, skor 4 berarti setuju, dan skor 5 berarti sangat setuju.

III.3.2 Kematangan TI dari suatu perusahaan dicerminkan dalam evolusi sistem informasi dalam aspek perencanaan, pengendalian, organisasi, dan integritas aktivitas-aktivitas TI perusahaan (Karimi *et al.*, 1996; Arifin, 2002; Meidawati, 2004).

Kematangan TI diukur dengan skala 1-5 likert dengan pembobotan sebagai berikut: skor 1 berarti sangat tidak setuju, skor 2 berarti tidak setuju, skor 3 berarti normal, skor 4 berarti setuju, dan skor 5 berarti sangat setuju.

Aspek perencanaan, pengendalian, organisasi, dan integrasi, secara berurutan masing-masing berjumlah 6, 6, 4, dan 4 item pertanyaan.

III.3.3 Berbeda dengan perusahaan lain yang dinilai besar atau kecil berdasarkan jumlah karyawan dan besar pendapatan kotor tahunannya, ukuran hotel diprosikan menjadi berdasarkan pada kelas berbintangnya.

Seperti yang telah dijelaskan di bab sebelumnya bahwa standarisasi hotel diklasifikasi ke dalam kelas-kelas. Mulai dari kelas Melati sampai hotel berbintang lima. Sedangkan dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah hotel berbintang karena melihat kapasitasnya, dan seperti yang telah dijelaskan pada kajian pustaka, sudah seharusnya bila hotel berbintang memperhatikan perkembangan teknologi dan mengaitkannya dengan respon strategiknya dalam menghadapi globalisasi.

Juga karena melihat adanya hubungan antara jumlah karyawan, pendapatan kotor tahunan (yang merupakan elemen dari pengukuran perusahaan) dengan kelas hotel. Bahwa semakin tinggi kelas sebuah hotel, maka makin keras pula usaha manajemen untuk memberikan jasa yang terbaik. Salah satunya dengan merekrut sejumlah karyawan yang memenuhi kriteria. Kuantitasnya pun diperhatikan, agar tugas-tugas yang ada dapat terselesaikan dengan baik. Di samping itu, kelas hotel jugalah yang menentukan tarif kamarnya dan dari tarif itu pula akan diperoleh besarnya pendapatan kotor tahunan.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, penulis menjustifikasi bahwa dalam penelitian ini, ukuran perusahaan akan diidentifikasi berdasar atas kelas hotelnya.

Mulai dari bintang satu sampai dengan bintang lima.

III.3.4 Respon strategik perusahaan terhadap globalisasi dicerminkan dalam keinginan perusahaan untuk melakukan penambahan investasi dalam hal yang berhubungan dengan TI.

Variabel respon strategik perusahaan terhadap globalisasi diukur dengan skala 1-5 likert dengan pembobotan sebagai berikut: skor 1 berarti sangat tidak setuju, skor 2 berarti tidak setuju, skor 3 berarti normal, skor 4 berarti setuju, dan skor 5 berarti sangat setuju.

III.4 Metode Analisis Data

III.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini merupakan analisis yang mengemukakan tentang karakteristik perusahaan maupun pribadi responden ditinjau dari kelas hotel, umur sistem informasi, tingkatan Fungsi TI, jumlah karyawan, jumlah anggaran untuk TI pada perusahaan yang bersangkutan, lamanya bergabung dengan perusahaan, pendidikan terakhir, masa menyelesaikan pendidikan terakhir, jabatan, masa menduduki posisi sekarang.

Untuk perhitungan dari analisis deskriptif tersebut digunakan metode prosentase, sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah kriteria tertentu}}{\text{Jumlah keseluruhan}} \times 100\%$$

III.4.2. Analisis Kuantitatif

III.4.2.1 Pengujian Pengaruh Variabel Strategi Perusahaan dan Kematangan TI terhadap Respon Strategik Perusahaan Perhotelan Berbintang dalam Menghadapi Globalisasi

Langkah pertama dalam pengujian hipotesis ini adalah dengan melakukan uji asumsi klasik. Dimana uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

Menurut Ghozali (2001), uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent*. Jika korelasi terjadi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya problem multikolinearitas adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 maka tidak mempunyai problem multikolinearitas.

Uji autokorelasi yang dilakukan bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dalam penelitian ini, untuk menguji apakah ada atau tidak autokorelasi pada kedua model regresi digunakan uji Durbin Watson. Menurut Algifari (1997), untuk mengetahui terjadinya autokorelasi, maka digunakan kriteria uji Durbin Watson seperti tabel berikut ini :

Tabel 3.9
Nilai Uji Autokorelasi

Durbin Watson	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada autokorelasi
1,10 sampai dengan 1,54	Tanpa kesimpulan
1,55 sampai dengan 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,47 sampai dengan 2,96	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,96	Ada autokorelasi

Heteroskedastisitas mengandung pengertian bahwa variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala Heteroskedastisitas pada model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Spearman Rank correlation*. Bila nilai probabilitas (sig) $> 0,05$, maka dinyatakan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent*, dan atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal (Santoso, 2000). Dimana, sebuah data dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika pada grafik hasil pengujian, datanya menyebar di sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal.

Kemudian dilakukan uji reliabilitas dan validitas atas data yang menjadi dasar dari penelitian yang menyangkut variabel strategi perusahaan dan kematangan TI.

Uji validitas instrumen penelitian ini menggunakan korelasi pearson. Besarnya r dapat dihitung dengan korelasi, dimana taraf signifikan (α) = 5%. Sedangkan r_{tabel} nya untuk *degree of freedom* (df)= n-2. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut, sehingga kuesioner sebagai alat pengukur dinilai atau dinyatakan valid (Arikunto, 1996). Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut, sehingga kuesioner sebagai alat pengukur dinilai atau dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas instrumen penelitian ini diuji dengan *Cronbach's Alpha*. Nunally dan Bernstein (1994) menyarankan bahwa nilai standar yang diterima secara umum untuk reliabilitas berkisar di atas 0,70.

Setelah itu, semua skor dari jawaban kuisisioner yang berhubungan dengan pertanyaan mengenai strategi perusahaan dan kematangan TI dihitung. Kemudian, dengan menggunakan program SPSS 12.0 *for windows*, dilakukan Analisa Regresi Berganda (*Multiple Regression*) untuk mengetahui apakah variabel strategi perusahaan dan kematangan TI berpengaruh terhadap respon stratejik perusahaan perhotelan.

Bentuk persamaan regresi untuk menguji hipotesis satu sampai dengan lima adalah, sbb:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Respon stratejik dalam menghadapi globalisasi

a = Konstanta

X_1 = Strategi perusahaan

X_2 = Perencanaan TI

X_3 = Pengendalian TI

X_4 = Organisasi TI

X_5 = Integrasi TI

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu

III.4.2.2 Pengujian Pengaruh Variabel Ukuran Perusahaan terhadap Respon Stratejik Perusahaan Perhotelan Berbintang dalam Menghadapi Globalisasi

Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan mempengaruhi perusahaan/ manajemen hotel berbintang dalam melakukan penambahan investasi TI, dengan menggunakan program SPSS 12.0, dilakukan pengujian Anova Satu Jalan Kruskal Wallis (Kruskal-Wallis *Test*). Dengan mengelompokkan hotel-hotel yang menjadi objek berdasarkan kelasnya. Yaitu, kelas 1, 2, 3, 4, dan 5.

Uji Kruskal Wallis atau lebih dikenal dengan H. Uji ini, pertama kali diperkenalkan oleh William H. Kruskal dan W. Allen Wallis pada tahun 1952. Teknik ini digunakan penulis karena mengingat fungsinya untuk menguji

hipotesis k sampel *independent* bila datanya berbentuk ordinal. Dan hal tersebut sesuai dengan data penelitian ini yang bersifat ordinal dan maksud dari penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara kelas hotel berbintang dalam mempengaruhi respon strategik perusahaan/manajemen perhotelan. Dan juga karena mengingat bahwa faktor yang mempengaruhi dalam penelitian mengenai ukuran perusahaan ini hanya satu, yaitu beda populasi. Jika lebih dari satu maka menggunakan Anova dua jalan.

