

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah PT. Shusantco Indonesia yang terletak di jalan Monjali No. 251 Yogyakarta Indonesia. Perusahaan ini menanungi mereka laundry waralaba Simply Fresh yang bergerak dibidang jasa laundry dan pengeringan pakaian.

#### 3.2. Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang secara langsung diperoleh dengan cara melakukan pengamatan dan pengukuran secara langsung terhadap objek penelitian dilapangan. Data-data tersebut sebagai berikut:

- a. Daftar *stakeholder* perusahaan, data ini diperoleh pada tahap pendahuluan penelitian yaitu studi mengenai kondisi yang ada pada PT. Saat ini terkait sistem pengukuran kinerjanya.
- b. Data penyebab kepuasan masing-masing *stakeholder*, data ini diperoleh melalui wawancara pada masing-masing stakehodler yang telah teridentifikasi.
- c. Data kontribusi dari masing-masing *stakeholder* dan data-data lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- d. Data strategi, proses, dan kapabilitas yang dibutuhkan. Data ini didasarkan pada kepuasan *stakeholder* dan kontribusinya. Dilakukan dengan metode wawancara.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan artikel, jurnal, buku, serta memanfaatkan media internet yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini atau pengumpulan data yang didapatkan dari studi pustaka, literature serta referensi yang mendukung terbentuknya suatu landasan teori dalam penelitian ini.

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Yaitu dengan melakukan penelitian langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data primer maupun sekunder.

#### 2. Wawancara

Yaitu dengan melakukan tanya jawab pada masing-masing *stakeholder* untuk mendapatkan data yang mungkin tidak dapat diperoleh dengan metode lain.

#### 3. Questioner

Mengumpulkan data dengan cara menyebarkan angket yang berisi daftar pertanyaan untuk mendukung data yang lainnya. Adapun questioner yang disebar adalah questioner pembobotan dengan perbandingan n berpasangan.

### 3.4. Penentuan Jumlah Sampel

Suatu sampel yang baik harus memenuhi syarat baik ukuran atau besarnya memadai untuk meyakinkan ciri populasi. Beberapa jumlah sampel yang memadai tergantung pada sifat populasi dan tujuan penelitian. Semakin besar sampel akan semakin kecil kemungkinan salah menarik kesimpulan tentang populasi. Penelitian yang akan menggunakan analisis data statistic menggunakan jumlah sampel paling sedikit sebanyak 30 sampel, walaupun diakui juga bahwa banyak penelitian menganggap jumlah sampel sebesar 100 merupakan jumlah yang minimum (Sukandarrumidi, 2002).

Rumus untuk menghitung sampel apabila jumlah populasi (N) adalah:

$$n = \frac{\left(\frac{\alpha}{2}\right)NPQ}{d^2(V-1)\left(\frac{\alpha}{2}\right)}$$

Sumber : (Sukandarrumidi, 2002)

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Populasi yang diketahui

D = Tingkat ketelitian

P = Proporsi yang sebenarnya

Q = 1 – P

### 3.5 Langkah-Langkah Penelitian

Terdapat lima langkah pada penelitian ini, sebagai berikut:

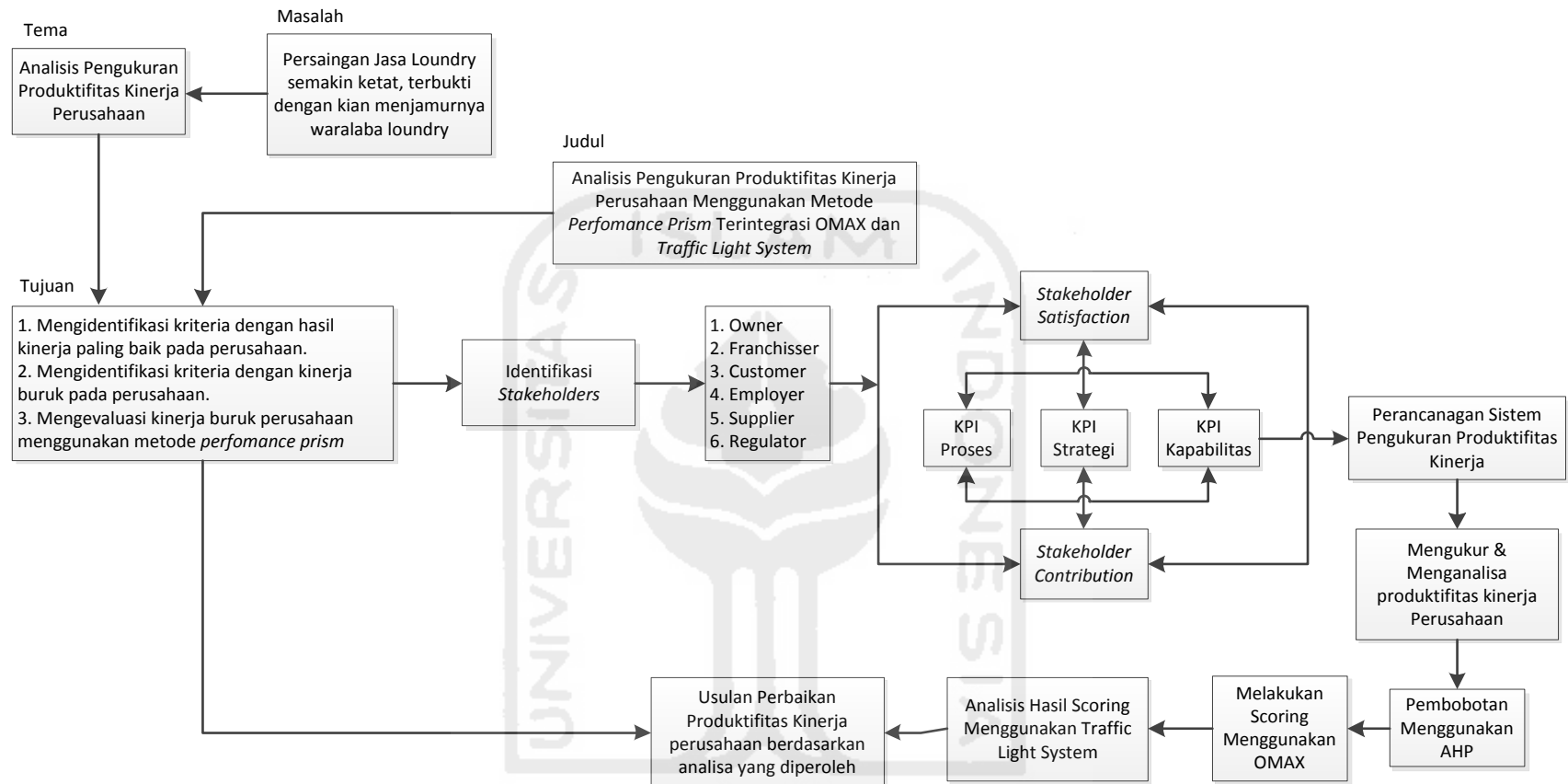
1. Penelitian Pendahuluan
  - a. Studi pendahuluan, yaitu studi mengenai kondisi yang ada pada PT. Sushantco Indoensia saat ini terkait sistem pengukurannya.
  - b. Perumusan masalah
  - c. Menentukan tujuan penelitian
  
2. Perancangan pengukuran kinerja dan *performance prism*

Pada tahap ini pengumpulan data mulai dilakukan dan langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

  - a. Identifikasi kebutuhan dan keinginan *stakeholder*, dilakukan dengan metode wawancara, *stakeholder* tersebut meliputi *konsumens*, pegawai, pemilik, *suppliers*, *franchisers*, dan *regulator*.
  - b. Identifikasi kontribusi *stakeholder*. Dilakukan dengan metode wawancara

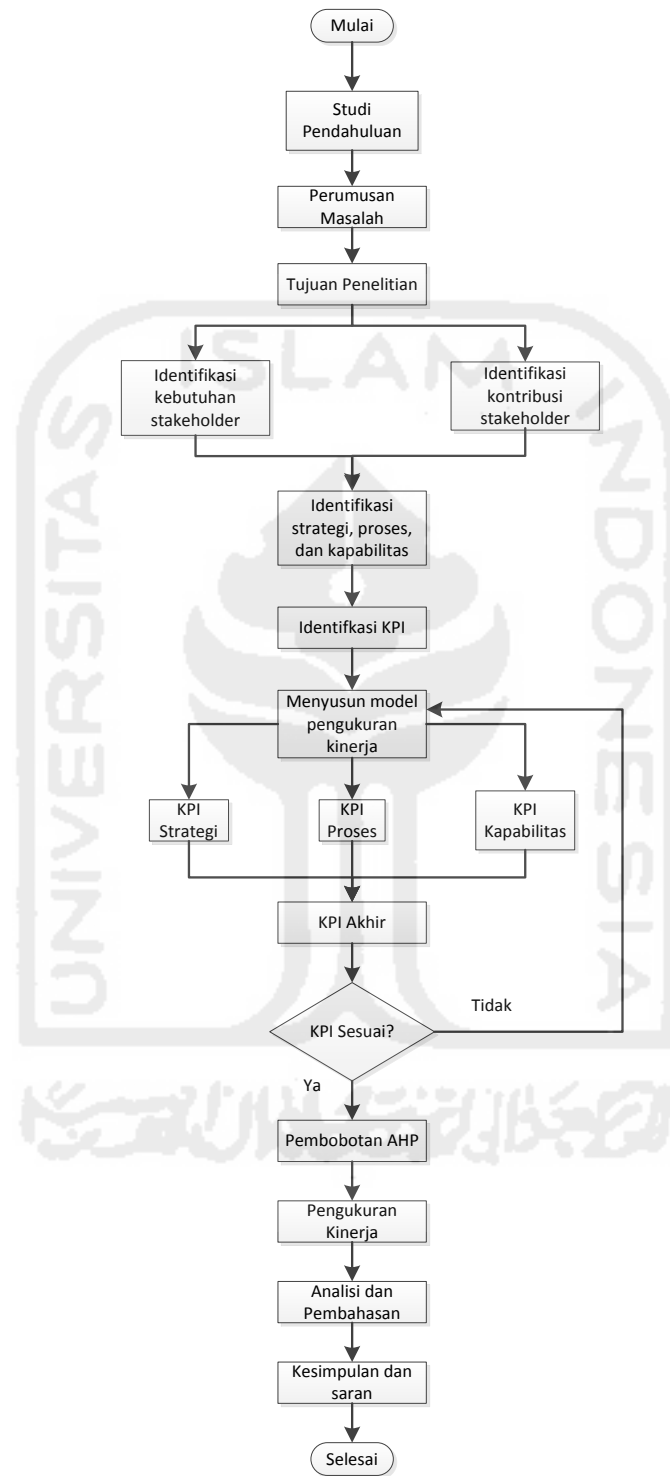
- c. Menentukan strategi, proses dan kapabilitas yang dibutuhkan. Penentuan ini dilakukan dengan mempertimbangkan kepuasan *stakeholder* dan kontribusinya. Dilakukan dengan metode wawancara.
  - d. Identifikasi KPI. Identifikasi ini meliputi KPI strategi, KPI proses dan KPI kapabilitas perusahaan.
  - e. Menyusun model pengukuran kinerja. Pada tahap ini penulis menggunakan metode *performance prism*.
3. Tahap pembobotan dengan AHP
- a. Perbandingan berpasangan antar KPI  
Kuisisioner perbandingan berpasangan pada penelitian ini disebar kepada pihak general manager PT. SushantCo Indonesia. Kuisisioner hanya melibatkan satu orang general manager pihak perusahaan yang dianggap mumpuni dan mengetahui detail seluk beluk perusahaan. Karena diperoleh rasio inkonsistensi  $> 0,1$  pada beberapa kriteria dan elemen dari isian kuisisioner maka dilakukan perbandingan ulang pada kriteria dan elemen dari isian kuisisioner tersebut oleh pihak general manager sehingga diperoleh rasio inkonsistensi  $< 0,1$ .
  - b. Menghitung rasio inkonsistensi
  - c. Pembobotan pada setiap KPI
4. Tahap scoring
- a. Menentukan target dan nilai terendah setiap KPI
  - b. Melakukan perhitungan kelas pencapaian masing-masing KPI
  - c. Melakukan scoring system dengan OMAX
  - d. Menentukan skor aktual dan nilai performansi seta menghitung indikator pencapaian total.
  - e. Penerapan *Traffic Light System* sebagai indikator.
5. Tahap analisa dan pembahasan
- Analisis ini meliputi kinerja perusahaan serta rencana tindakan untuk melaksanakan program peningkatan kinerja berdasarkan KPI yang perlu segera diperbaiki.

### 3.6 Peta Konsep Penelitian



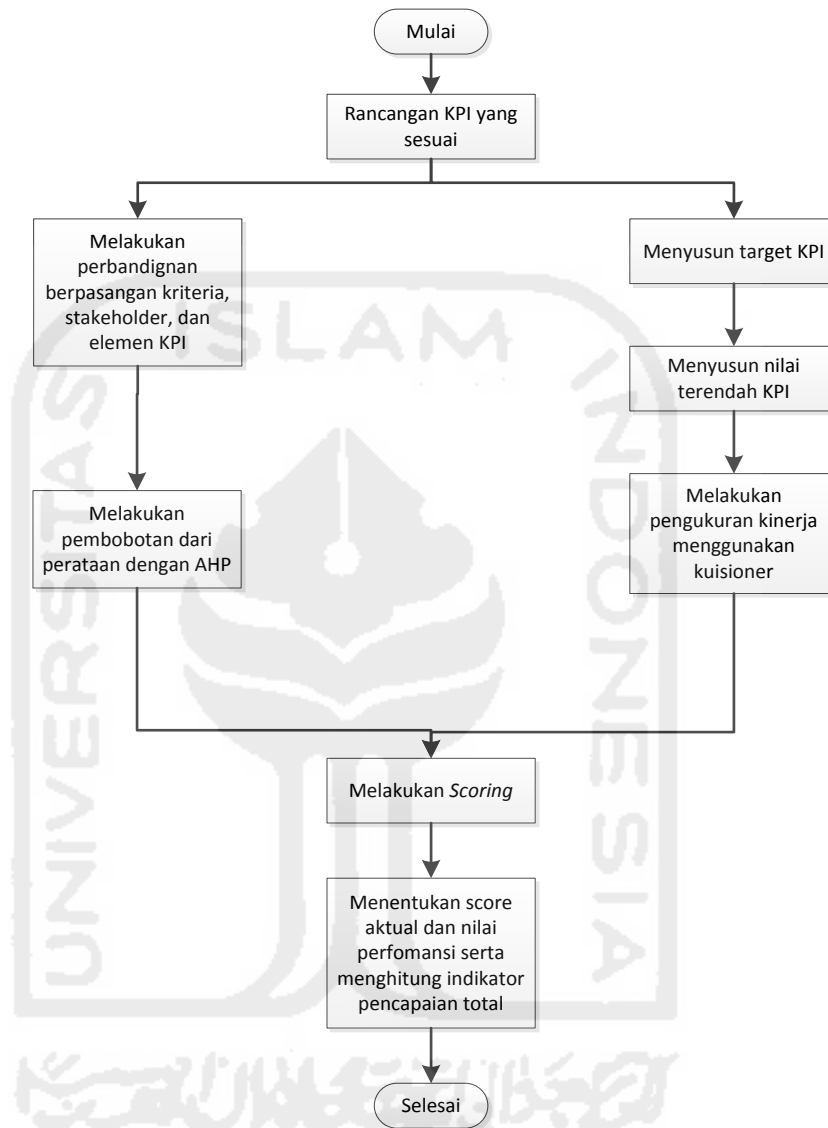
Gambar 3.1 Peta Konsep Penelitian

### 3.7 Kerangka Pemecahan Masalah



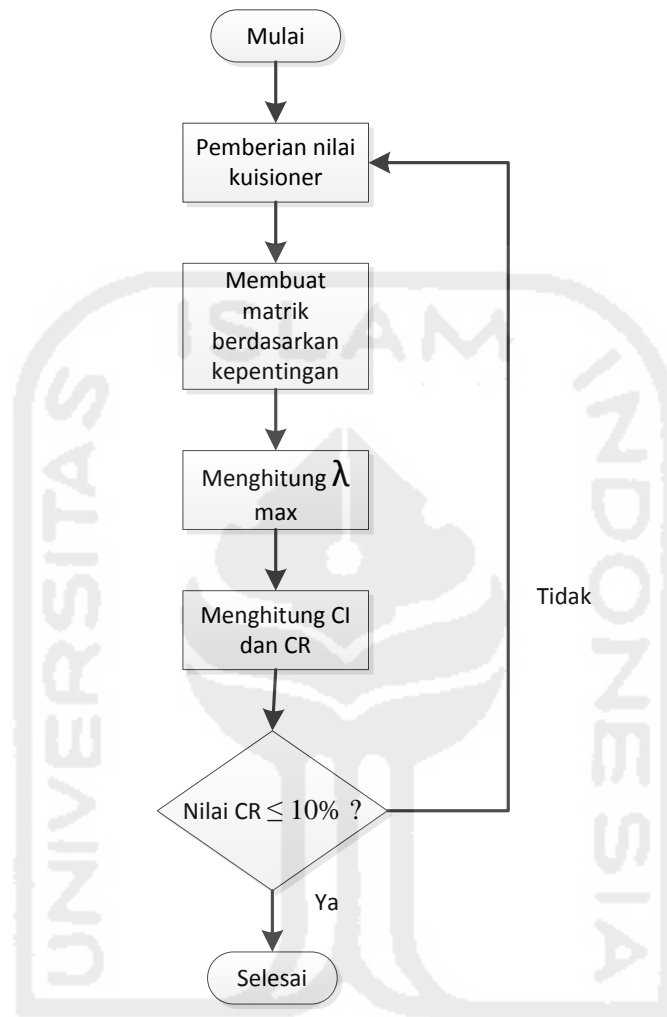
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah

### 3.8 Diagram Pengolahan data



Gambar 3.3 Diagram Pengolahan Data

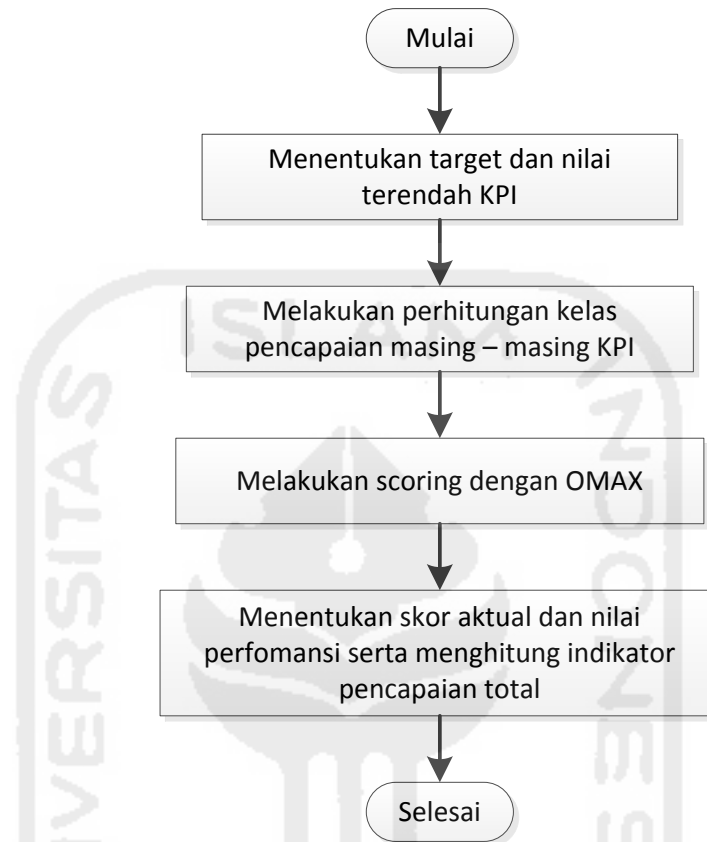
### 3.9 Diagram Pembobotan Menggunakan AHP



Gambar 3.4 Diagram Pembobotan Menggunakan AHP



### 3.10 Diagram *scoring* dengan menggunakan OMAX



Gambar 3.5 Diagram *scoring* dengan menggunakan OMAX