

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey. Penelitian survey menurut Sugiyono, (2010) adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Tipe penelitian ini umumnya mengambil generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam.

3.2 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data diperoleh langsung dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada karyawan perusahaan. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada pimpinan perusahaan.

3.2.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh karyawan perusahaan yang berbentuk UKM di Kerajinan Gerabah di Kasongan. Sedangkan sampel adalah sebagian atau representasi dari populasi yang diteliti (Arikunto,2010). Mengingat populasinya besar dan keterbatasan waktu dan biaya penelitian, maka sampel perlu dibatasi yang dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian

ini adalah *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah 40 orang karyawan setingkat manajer menengah atau manajer lini (supervisor).

3.2.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah obyek penelitian, atau apa yang menjadi titik dalam suatu penelitian (Arikunto, 2010: 161). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel independen yang terdiri dari *supply chain management*
- b. Variabel antara/*mediating* dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing.
- c. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan.

3.3 Definisi Operasional Variabel

1. Kinerja Perusahaan

Kinerja Perusahaan merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama. Kinerja perusahaan diukur dengan dua indikator yaitu kinerja keuangan dan kinerja operasional (Jahanshahi et.al 2012).

- a. Kinerja Keuangan, item pertanyaan terdiri dari :
 - 1) Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pengembalian keuntungan terhadap penjualan (*return on sales*) yang telah ditargetkan.
 - 2) Perusahaan kami mampu mencapai keuntungan (*profit*) yang telah ditargetkan.

- 3) Perusahaan kami mampu mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan.
 - 4) Perusahaan kami mampu mencapai tingkat produktivitas yang telah ditargetkan.
 - 5) Perusahaan kami mampu mencapai biaya produksi yang telah ditargetkan atau bahkan lebih rendah.
- b. Kinerja Operasional, itemnya terdiri dari
- 1) Perusahaan kami mampu mencapai pangsa pasar (*market share*) yang telah ditargetkan.
 - 2) Perusahaan kami senantiasa memperkenalkan produk baru di saat yang tepat.
 - 3) Perusahaan kami mampu menawarkan produk/jasa yang sesuai dengan persepsi pelanggan.
 - 4) Perusahaan kami mampu menggunakan sumber daya produksi minimum.
 - 5) Perusahaan kami mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Supply Chain Management

SCM merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai perusahaan yang lebih efisien dari supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer. (Levi, et.al, 2000). Indikator SCM terdiri dari (Li, et.al, 2006) :

a. *Strategic Supplier Partnership*, itemnya terdiri dari :

- 1) Perusahaan kami senantiasa mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok

- 2) Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok
- 3) Perusahaan kami membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk
- 4) Perusahaan kami memiliki program perbaikan terus-menerus (continuous improvement) yang melibatkan pemasok
- 5) Perusahaan kami senantiasa mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi

b. *Customer Relationship*, itemnya terdiri dari :

- 1) Perusahaan kami senantiasa berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar (standar pengiriman, standar dalam merespon pelanggan)
- 2) Perusahaan kami senantiasa mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan
- 3) Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok
- 4) Perusahaan kami senantiasa mencari tahu apa keinginan pasar dimasa depan (*future expectation*)
- 5) Perusahaan kami senantiasa memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan / mengadakan komplain

c. *Information Sharing*, itemnya terdiri dari :

- 1) Mitra usaha senantiasa menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami

- 2) Perusahaan kami senantiasa melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis
- 3) Perusahaan kami senantiasa bekerjasama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya

3. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru oleh pesaing. Indikator keunggulan bersaing terdiri dari :

a. Harga terdiri dari 2 item pertanyaan yaitu :

- 1) Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing.
- 2) Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

b. Kualitas terdiri dari 1 item pertanyaan yaitu :

- 1) Perusahaan kami senantiasa menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing.

c. *Delivery Dependability*, terdiri dari 2 item pertanyaan yaitu :

- 1) Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen tepat waktu dibandingkan dengan pesaing.

- 2) Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai dengan jumlah dan pesanan dibandingkan dengan pesaing.
- d. Inovasi Produk, terdiri 3 item pertanyaan yaitu :
- a. Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
 - b. Perusahaan kami senantiasa melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
 - c. Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur) baru dibandingkan dengan pesaing.
- e. *Time to Market*, terdiri dari 2 item pertanyaan yaitu :
1. Perusahaan kami merupakan pioner dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
 2. Perusahaan kami bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibanding dengan pesaing.

3.4 Jenis Data Penelitian

Data penelitian ini terdiri dari Data primer. Data yang dipergunakan berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan. Untuk memperoleh data ini digunakan metode kuisisioner. Dalam rangka untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, data diperoleh dari penyebaran angket kepada responden dimana pertanyaan terlebih dahulu disediakan oleh peneliti untuk mendukung data-data informasi melalui angket.

Kuisisioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari tiga bagian, yaitu:

1. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden. Berisi mengenai data karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, lama bekerja, dan pendidikan.
2. Bagian yang mengungkapkan pertanyaan SCM, strategi bersaing dan kinerja perusahaan.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur variabel adalah menggunakan kuisisioner. Kuisisioner ini berisi item-item pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel. Untuk mengubah data dari variabel-variabel yang ada kedalam perhitungan data, maka penulis menggunakan skala likert. Pada skala Likert ini responden menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban dengan 5 kemungkinan yang tersedia.

Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih salah satu jawaban saja. Untuk mempermudah penilaian jawaban, penulis akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban pertanyaan yaitu nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negatif. Maka bentuk penilaiannya sebagai berikut.

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (setuju) diberi nilai 4
3. Jawaban N (netral) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

3.5 Pengujian Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Soegiyono, 2010).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. Validitas konstruk menentukan validitas alat ukur dengan mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dan masing-masing item yang berupa pertanyaan atau pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Bila ternyata semua skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas konstruk dengan teknik *product moment*. Suatu Item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari korelasi tabel (r_{tabel}) dengan tingkat signifikansi 5%.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2010). Koefisien reliabilitas dihitung dengan menggunakan koefisien alpha yang dapat diterima adalah 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Semakin tinggi koefisien reliabilitasnya berarti semakin baik hasil ukurnya maka dikatakan semakin reliabel. Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu komputer program SPSS 17 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha (α). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha $>0,6$ (Sekaran, 2006).

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lainnya (Sugiyono, 2010). Data yang menggunakan skema-skema dan gambaran analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden. Deskriptif tersebut terhadap subyek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dan subyek yang diteliti dan dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.

3.6.2 Analisis Inferensial

Merupakan analisis data yang mempelajari tata cara penarikan kesimpulan mengenai keseluruhan populasi berdasarkan data yang ada dalam suatu sampel. Alat statistik yang digunakan dalam analisis ini adalah :

1. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung (Retherford dalam Sunyoto, 2012). Dalam penelitian ini menggunakan model analisis dua jalur. Menurut Sunyoto (2012) model analisis dua jalur melibatkan dua variabel terikat yaitu Z (keunggulan bersaing) dan Y (Kinerja perusahaan). Model dalam analisis dua jalur ini adalah (Sunyoto 2012) :

$$Z = b_1X + E_1$$

$$Y = b_1X_1 + b_2Z_2 + E_2$$

Dimana :

b = koefisien regresi dari variabel X dan Y

X = Supply Chain Management

Z = Keunggulan Bersaing

Y = Kinerja Perusahaan

E = error

2. Uji t

Dalam analisis jalur, pengujian hipotesis menggunakan pengujian koefisien analisis jalur dengan menggunakan uji t (Widarjono, 2010). Pengujian uji t untuk menguji koefisien variabel dalam analisis jalur adalah (Sunyoto, 2012)

a. Menentukan H_0 dan H_a

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: nilai signifikansi koefisien variabel independen tidak signifikan atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$: nilai signifikansi koefisien variabel independen signifikan atau terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen

b. Menentukan *Level of signifikan* (α)

Level of signifikan (α) ditentukan sendiri oleh peneliti berdasarkan tingkat kesulitan pengumpulan data. Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0,05).

c. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila signifikansi $> 0,05$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila signifikansi $< 0,05$

d. Pengujian nilai uji statistic

e. Membuat Kesimpulan