BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek penelitian

Penelitian ini membahas pengukuran kinerja UKM Pitaloka yang bergerak dalam bidang snack,taart dan bakery. Pitaloka bakery terletak di jalan kebunraya no.19A Yogyakarta. Objek penelitian ini adalah karyawan dan pelanggan dari UKM Pitaloka bakery. Penelitian ini menggunakan metode *Balanced Scorecard* dalam penyusunan *Key Performance Indicator* sebagai alat analysis.

3.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini mengambil kasus pada UKM Pitaloka bakery. Dalam tahap ini dilakukan pengindentifikasian masalah yang dihadapi, yaitu bagaimana meningkatkan kinerja ukm, dengan menganalisa empat perspektif diusaha kecil menengah dan strategi apa saja yang harus dikembangkan dan memperbaiki dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard*.

3.3 Proses Pengumpulan Data

3.3.1 Data yang diperlukan

Dalam melakukan penelitian, diperlukan adanya informasi – informasi yang dibutuhkan. Dalam hal ini, informasi tersebut berbentuk data, dimana data tersebut diperoleh dari pihak yang terkait dengan penelitian.

a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung melalui pengamatan dan pencatatan yang dilakukan UKM Pitaloka, meliputi :

1. Visi, misi dan strategi.
2. Data keuangan, data konsumen, data proses bisnis, dan data pertumbuhan dan pembelajaran.
3. Aspek-aspek konsumen yang merupakan pelanggan dari UKM Pitaloka.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur dan referensi yang dimaksudkan untuk mendapatkan dan menggali teori-teori yang sekiranya dapat mendukung untuk memecahkan masalah.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membutuhkan data-data seperti data primer dan data sekunder. Oleh sebab itu, peneliti akan menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu studi lapangan yang didalamnya terdiri dari wawancara, observasi, kemudian yang berikutnya adalah studi pustaka dengan melihat refrensi yang berkaitan dengan peneliti.

1. Studi Pustaka

   Studi pustaka merupakan studi yang diperoleh dengan membaca buku-buku, laporan-laporan skripsi, jurnal-jurnal, dan lain sebagainya untuk menunjang dan membantu dalam menyelesaikan masalah yang diteliti.

2. Studi Lapangan

   Metode pengumpulan data dengan studi lapangan dilakukan secara langsung di lapangan atau lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan secara langsung dan pengambilan data terhadap objek penelitian. Studi lapangan dilakukan dengan beberapa kegiatan antara lain :

   a. Observasi

      Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data di mana peneliti mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, baik dalam situasi buatan yang secara khusus diadakan (laboratorium) maupun dalam situasi alamiah atau sebenarnya.

      Obsevasi dilakukan di UKM Pitaloka dengan mengambil data-data yang diperlukan seperti data keuangan untuk mengukur kinerja melalui pendekatan perspektif finansial, data rancanganbisnis kedepan dari manajer atau karyawan UKM Pitaloka untuk mengukur kinerja melalui pendekatan perspektif proses bisnis internal, serta data organisasi

UKM Pitaloka serta informasi terkait untuk mengukur kinerja melalui pendekatan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan Tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses bisnis perusahaan seperti wawancara kepada manajer dan karyawan perusahaan.

c. Kuisioner

Metode kuesioner ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan dengan tulisan yang ditujukan kepada responden yangg menjadi sampel dari UKM Pitaloka sehingga mendapatkan data-data yang diperlukan.

d. Data Perusahaan

Data perusahaan meliputi sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, data umum perusahaan, data keuangan perusahaan dan informasi lainnya.

3.3.3 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan perhitungan dan pengolahan dengan analisis, maka semua instrumen penelitian diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah instrumen tersebut valid dan *relialible*. Kegiatan pengujian instrumen penelitian meliputi dua hal, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas diperlukan sebagai upaya memaksimalkan alat ukur, agar kecendrungan kekeliruan dapat diminimalkan.

1. Uji Validitas

Pada instrumen dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban yang diberikan responden dalam penelitian. Perhitungan uji validitas terhadap pertanyaan kuesioner menggunakan rumus :

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

2. Uji Reliabilitas

   Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil dari pengukuran dapat dipercaya.

   Formula yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah koefisien alfa (α).

$$r = [\frac{k}{k-1}][1\frac{\sum \propto_i^2}{\propto_t^2}$$

Dimana rumus Varians = $\alpha^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)}{N}}{N}$

r = Reliabilitas instrumen/koefisien alfa

k = banyaknya bulir soal

$\sum \alpha_i^2$ = jumlah varians bulir

α_t^2 = Varians total

N = Jumlah responden

3.4 Pengolahan Data

Terdapat beberapa indikator perspektif pelanggan beserta tujuannya. Berikut adalah penjelasan dari masing – masing indikator.

3.4.1 Perkembangan Profit

Indikator perkembangan profit berisi persentase laba bersih dibandingkan dengan penjualan.

$$\text{persentase laba bersih dibanding penjualan} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}}$$

$$\text{Perkembangan Profit} = \frac{\text{profitth2016} - \text{profitth2015}}{\text{profit2015}} \times 100\%$$

3.4.2 Perkembangan Likuiditas

Indikator perkembangan likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya. Posisi likuiditas yang baik memungkinkan perusahaan memperoleh investasi guna menggunakan kesempatan investasi dan memenuhi kebutuhan operasional.

Peningkatan likuiditas terdiri dari rasio lancar dan rasio cepat.

1. Rasio Lancar

   Rasio lancar merupakan asset jangka pendek dibagi dengan hutang jangka pendek. Rasio ini menunjukkan posisi kas perusahaan dan kemampuan memenuhi kewajiban/hutang jangka pendek.

   $$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{asset lancar}}{\text{hutang lancar}}$$

$$\text{Perkembangan} = \frac{\text{rasio lancar th2016} - \text{rasio lancar th2015}}{\text{rasio lancar th2015}} \times 100\%$$

2. Rasio Cepat

   Rasio cepat merupakan rasio yang membandingkan hutang lancar perusahaan dengan aktiva/asset cepatnya, yang terdiri dari : kas, surat berharga yang dapat diperjualbelikan, dan piutang dagang. Aktiva/asset ini dianggap cepat karena aktiva tersebut merupakan kas yang bisa dikonversikan menjadi kas dalam sehari.

   $$\text{Rasio cepat} = \frac{(\text{assetlancar/inventori})}{\text{hutang lancar}}$$

   $$\text{Perkembangan} = \frac{\text{rasio cepat th2016} - \text{rasio cepat th2015}}{\text{rasio cepat th2015}} \times 100\%$$

3.4.3 Laba Bersih

Indikator laba bersih menunjukkan hasil laba bersih perusahaan dibandingkan dengan total kekayaan yang dimiliki perusahaan. Indikator ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan laba bersih yang diperoleh terhadap total kekayaan.

$$\textit{Return On Investment}\ (\text{ROI}) = \frac{\text{Pendapatan}}{\text{Modal}}$$

$$\text{Perkembangan ROI} = \frac{\text{ROI th2016} - \text{ROI th2015}}{\text{ROI th2015}}$$

3.4.4 Pendapatan Perusahaan

Indikator pendapatan perusahaan dilakukan dengan membandingkan total kekayaan perusahaan dan penjualan sehingga dapat diketahui kontribusi pendapatan yang diperoleh terhadap kekayaan yang dimiliki perusahaan.

$$\textit{Asset Turn Over}\ (\text{ATO}) = \frac{\text{Net sales}}{\text{Average total/Asset}}$$

$$\text{Perkembangan ATO} = \frac{\text{ATO th2016} - \text{ATO th2015}}{\text{ATO th2015}} \times 100\%$$

3.5 Perspektif Pelanggan

Terdapat beberapa indikator perspektif pelanggan beserta tujuannya. Berikut adalah penjelasan dari masing – masing indikator.

3.5.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan pengaruh penting bagi perusahaan. Pada tujuan tersebut terdapat beberapa indikator pendukung. Masing – masing indikator akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Jumlah produk yang sering dibeli
   Indikator jumlah produk sering dibeli digunakan untuk mengetahui produk apa saja yang sering dibeli oleh konsumen dibandingkan dengan produk yang tersedia.
2. Pelayanan pemesanan
   Indikator pelayanan pemesanan memberikan informasi apakah perusahaan sudah dapat memberikan pelayanan terbaik dengan cara melayani semua jumlah pemesanan dari pelanggan.
3. Ketersediaan produk
   Indikator ketersediaan produk menjelaskan jumlah inventori yang tersedia sehingga dapat memenuhi permintaan akan produk meski tanpa melalui proses pemesanan.

3.6 Perspektif Bisnis Internal

Terdapat beberapa indikator perspektif pelanggan beserta tujuannya. Berikut adalah penjelasan dari masing – masing indikator.

3.6.1 Pengembangan Inovasi Produk

Indikator pengembangan inovasi produk diperoleh dari perbandingan produk 2015 dan produk baru tahun 2016. Produk ini menandakan bahwa perusahaan mampu untuk mengembangkan usahanya.

$$\text{Perkembangan Inovas} = \frac{\text{produk yang sudah ada} - \text{produk baru}}{\text{produk baru}} \times 100\%$$

3.6.2 Distribusi

Indikator distribusi menjelaskan cara dan waktu pengiriman barang ke pelanggan atau proses distribusi produk yang dilakukan perusahaan sampai ke tangan pelanggan.

3.6.3 Produk Cacat

Indikator peningkatan kualitas produk memberikan informasi mengenai jumlah produk cacat yang ada pada tahun 2015 hingga 2016.

$$\text{Perkembangan produk cacat} = \frac{\text{produk cacat th2016} - \text{produk cacat th2015}}{\text{produk cacat th2015}} \times 100\%$$

3.6.4 Sistem Informasi

Indikator sistem informasi berisi kemampuan sistem informasi yang dimiliki perusahaan untuk membantu kinerja perusahaan untuk semakin baik.

3.6.5 Teknologi Baru

Indikator teknologi baru berisi penjelasan alat kerja apa saja yang menjadi pengganti alat kerja yang sudah digunakan.

3.6.6 Reward dan Punishment

Indikator *reward* dan *punishment* bertujuan untuk menjadi pemicu karyawan untuk bekerja dengan lebih baik. Jika karyawan bekerja dengan baik, maka karyawan tersebut akan mendapatkan *reward*. Sedangkan *punishment* diberikan kepada karyawan yang melanggar aturan yang berlaku.

3.6.7 Keselamatan Kerja

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang menerapkan dan mengutamakan kesehatan dan keselamatan kerja (K3) di lingkungan kerjanya. Penerapan K3 diperlukan karena tidak akan merugikan siapapun yang melaksanakannya. Namun yang sering disalah artikan oleh karyawan adalah kekhawatiran akan penurunan performa produktifitas kerja mengakibatkan jarangnya penggunaan atribut APD (Alat Pelindung Diri) karena dianggap mengganggu gerakan.

3.6.8 Limbah

Indikator limbah diperlukan karena limbah yang dikelola tidak baik tentu akan menimbulkan dampak negatif. Namun jika dikelola dengan baik bisa menjadi pendapatan bagi perusahaan.

3.7 Perspektif Pertumbuhan Dan Pembelajaran

Terdapat beberapa indikator perspektif pelanggan beserta tujuannya. Berikut adalah penjelasan dari masing – masing indikator.

3.7.1 Peningkatan Produktivitas Karyawan

Indikator peningkatan produktivitas karyawan bertujuan untuk membandingkan laba yang dihasilkan oleh para pekerja dengan jumlah pekerja yang dikerahkan untuk menghasilkan laba tersebut.

$$\text{Produktivitas karyawan} = \frac{\text{laba operasi sebelum pajak}}{\text{jumlah karyawan}}$$

$$\text{Perkembangan} = \frac{\text{produktivitas th2016} - \text{produktivitas th2015}}{\text{produktivitas th2015}} \times 100\%$$

3.7.2 Jumlah Karyawan

Indikator jumlah karyawan berisi informasi mengenai jumlah karyawan yang masuk dan jumlah karyawan yang ada. Sebisa mungkin perusahaan mempertahankan karyawan selama mungkin.

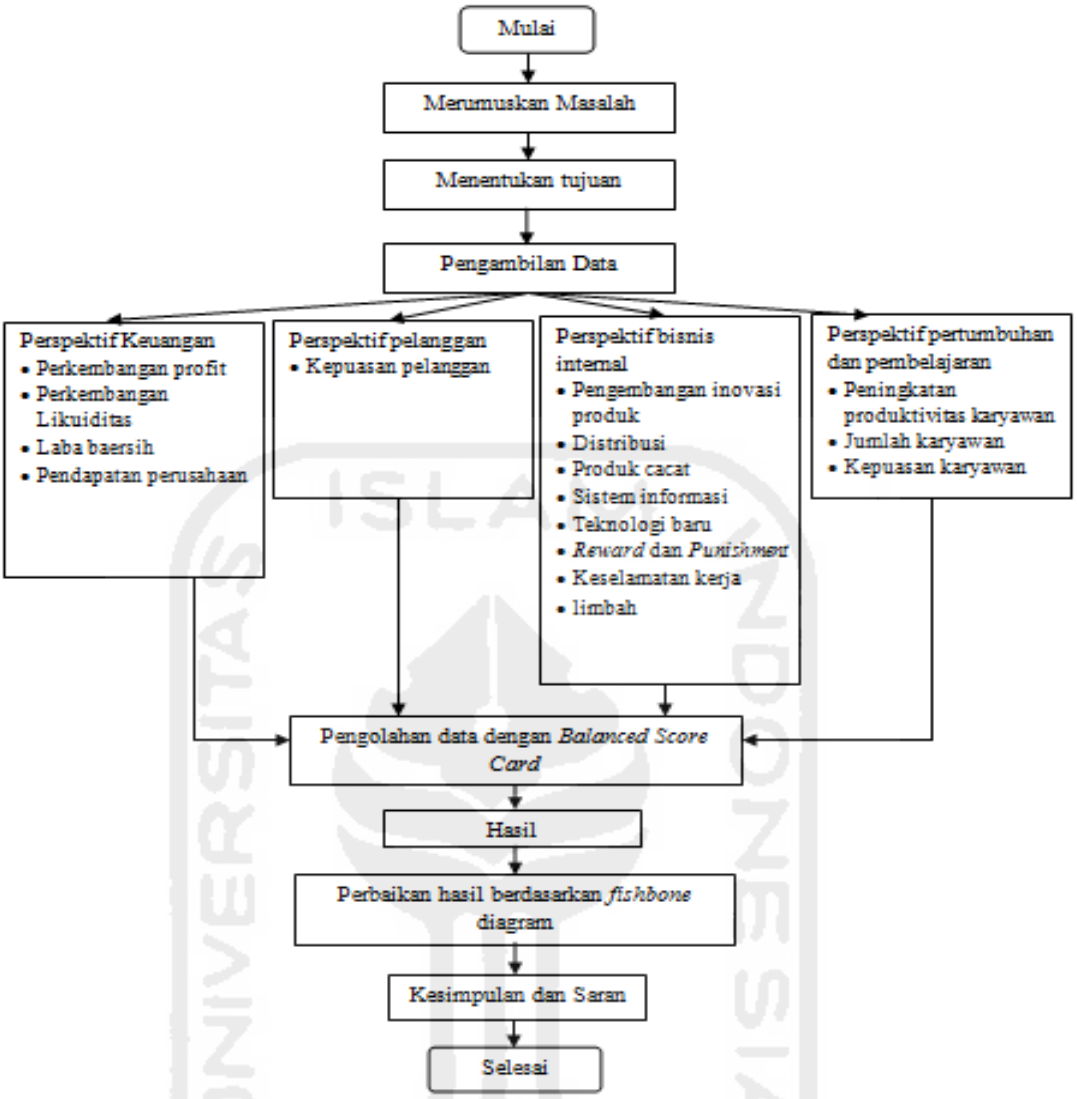
$$\text{Perkembangan} = \frac{\text{karyawan masuk th2016} - \text{karyawan masuk th2015}}{\text{karyawan masuk th2015}} \times 100\%$$

3.7.3 Kepuasan Karyawan

Indikator kepuasan karyawan menyatakan bahwa kepuasan karyawan secara menyeluruh saat ini dipandang sangat penting oleh sebagian besar perusahaan. Indikator ini akan menggunakan kuisioner sebagai alat ukurnya.

3.8 *Flowchart* Penelitian

Flowchart penelitian bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang menggambarkan proses mulai hingga penelitian selesai secara runtun dengan tahapan-tahapan penelitian yang sistematis dan skematis. Kerangka penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Kerangka Penelitian