

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) KANINDO Syariah Malang Jatim Jalan Raya Sengkaling NO. 293 Dau Malang.

3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2012) metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah. Perhitungan kusioner yang terkait dengan komponen pengukuran kinerja dalam perspektif pelanggan, proses bisnis internal dan perkembangan dan pertumbuhan, diolah menggunakan perhitungan yang dikuatitifikasikan melalui uji reliabel, uji validitas, dan skala likert.

Pendekatan penelitian menggunakan deskriptif. Menurut Arikunto (2010) penelitian deskriptif yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Pendekatan deskriptif ini dengan menggunakan metode studi kasus. Tujuan studi kasus adalah memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter yang khas dari kasus ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

3.3. Jenis dan Sumber data

- a. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012). Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden atau informan sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan diperoleh melalui hasil kusioner seperti kusioner bagi para nasabah dan karyawan koperasi. Data tingkat kepuasan karyawan didapatkan dari karyawan koperasi sedangkan data mengenai kepuasan konsumen didapatkan dari pelanggan.
- b. Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2012), data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatata oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini, data sekunder yang dibutuhkan berupa:
1. Laporan keuangan, yaitu Laporan Posisi Keuangan dan Laporan Laba Rugi Komprehenship selama tahun 2010-2012.

2. Data karyawan tahun 2010-2012.
3. Data-data yang berhubungan dengan perspektif pelanggan, proses bisnis internal dan pembelajaran dan pertumbuhan selama periode 2010-2012.

3.4. Teknik Pengumpulan data

Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul metodologi penelitian bisnis (2012), mengemukakan teknik pengumpulan data primer data dilakukan dengan:

a. Observasi

Proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi yang dilakukan bersifat partisipasi moderat yakni terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dengan orang luar. Peneliti dalam hal ini mengumpulkan data ikut observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan, tetapi tidak semuanya.

b. Wawancara (Interview)

Merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Wawancara yang dilakukan secara dan bersifat semiterstruktur dimana tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

c. Kusioner

Teknik ini memberikan tanggungjawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan. Penyebaran kusioner yang difokuskan kepada para nasabah dan karyawan untuk mengetahui penilaian tingkat kepuasan nasabah dan proses bisnis internal

d. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yakni berupa data laporan keuangan (laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi komprehensif), serta data yang mencakup perspektif pelanggan, proses bisnis internal, pembeajaran dan pertumbuhan.

3.5. Model Analisis Data

Analisis data sebagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dan kualitatif yaitu dengan menggambarkan keadaan objek penelitian yang sebenarnya untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi serta memberikan solusi (Indriantoro dan Supomo, 1999).

Dalam penelitian ini analisis data yang dilakukan untuk mengetahui pengukuran kinerja dengan metode *balanced scorecard* yakni dengan tahapan:

1. Melakukan analisis SWOT

2. Membuat sasaran startegik dari masing- masing pengukuran
3. Menentukan pembobotan dari masing- masing perspektif
4. Membuat peta strategik yang berhubungan dengan keempat perspektif
5. Menentukan *Key Performance Indicators* (KPI)
6. Melakukan pengukuran kinerja KANINDO Syariah Jatim dengan menggunakan *balanced scorecard* dalam integrasi syariah.
 - 1) Mengukur kinerja dari perspektif keuangan dalam intergrasi syariah

Penilaian kinerja keuangan menggunakan ukuran yang ditetapkan oleh Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2007, yakni penilain secara kualitatif dan kuantitatif. Penilaian kualitatif merupakan penilaian terhadap manajemen dan kepatuhan prinsip- prinsip syariah.

Menurut Rivai (2010) keuangan islamiah berdasarkan pada prinsip bahwa penyedia modal dan penggunaan modal harus membagi risiko bersama dalam usaha bisnis yang mendorong kesucian akad, penggunaan dalam kegiatan bisnis termasuk pembagian risiko dan pelanggaran atas bunga dan melarang perdagangan spekulasi dalam bentuk perjudian.

Penilaian kuantitatif merupakan penilaian terhadap posisi, perkembangan dan proyek- proyek rasio keuangan KJKS atau UJKS Koperasi yakni meliputi peningkatan SHU (keuntungan), peningkatan pembiayaan, analisis minimalisasi biaya operasional dengan rasio yang digunakan yakni (Kasmir: 2008):

A. RENTABILITAS

$$a. \text{ Return On Assets} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

$$b. \text{ Return On Equity} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{ekuitas}} \times 100\%$$

$$c. \text{ Rasio Beban Operasional} = \frac{\text{beban usaha}}{\text{pendapatan usaha}} \times 100\%$$

$$d. \text{ Net Profit Margin.} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{pendapatan usaha}} \times 100\%$$

B. RATIO LIKUIDITAS

$$a. \text{ Cash ratio} = \frac{\text{kas dan setara kas}}{\text{utang jangka pendek}} \times 100\%$$

$$b. \text{ Reserve Requirement} = \frac{\text{kas dan setara kas}}{\text{piutang}} \times 100\%$$

$$c. \text{ Loan to dept ratio} = \frac{\text{piutang}}{\text{utang dan ekuitas}} \times 100\%$$

$$d. \text{ Loan to Asset Ratio} = \frac{\text{piutang}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

C. RATIO SOLVABILITAS

$$a. \text{ Asset to Debt Ratio} = \frac{\text{total aset}}{\text{total utang}} \times 100\%$$

$$b. \text{ Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{total utang}}{\text{ekuitas}} \times 100\%$$

2) Mengukur kinerja dari perspektif pelanggan dalam integrasi syariah

Menurut Rivai (2012), dalam perspektif pelanggan meliputi komponen nilai pelanggan (terkait dengan nilai produk, nilai pelayanan, nilai karyawan, dan nilai citra.), kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Penilaian terhadap kepuasan pelanggan meliputi:

1) Peningkatan Jumlah anggota

Customer acquisition yakni mengukur dalam bentuk relative atau absolut, keberhasilan unit bisnis menarik atau memenangkan atau bisnis baru, dimana dapat diukur dari jumlah nasabah baru. Menurut Kaplan dan Norton (2000) *customer acquisition* diukur dengan:

$$a. \text{ Tingkat pemerolehan pelanggan} = \frac{\text{jumlah pelanggan baru}}{\text{jumlah pelanggan}} \times 100\%$$

$$b. \text{ Tingkat retensi pelanggan} = \frac{\text{jumlah pelanggan lama}}{\text{jumlah pelanggan}} \times 100\%$$

$$c. \text{ Tingkat profitabilitas pelanggan} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{pendapatan bersih}} \times 100\%$$

2) Peningkatan kepuasan anggota

Customer satisfaction yakni menilai tingkat kepuasan kinerja tertentu dengan porposi nilai. Menurut J.Supranto (2006) untuk mendapatkan ukuran kepuasan pelanggan melalui dimensi mutu meliputi yang dipilih dengan indikator dan item pernyataan berikut:

Tabel 3.1
Indikator dan Item pernyataan Kusioner Kepuasan Pelanggan

No.	Indikator	Item Pernyataan
1.	Ketanggapan Pelayanan	a. ketersediaan informasi b. pelayanan terhadap nasabah c. penyaluran dana sosial
2.	Kecepatan dan ketepatan Transaksi	a. kecepatan waktu b. proses penyelesaian pembiayaan c. penyelesaian masalah pembiayaan sesuai syariah
3.	Kualitas Produk	a. inovasi produk b. fasilitas pembiayaan c. kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan syariah
4.	Profesionalisme	a. standart pengerjaan sesuai syariah b. keamanan pelayanan c. kesopanan dan keramahan

Sumber: J.Supranto (2006)

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota sedangkan sampel yang digunakan menggunakan rumus slovin yang dikutip dalam bukunya Husein Umar (2002):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Ukuran sampels

N = ukuran Populasi

e = prosentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat dikelola yaitu sebesar 10%.

Dengan demikian diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{11.980}{1 + 11.980(0,1)^2} = 99 \text{ sampel}$$

- 3) Peningkatan pemahaman anggota tentang pembiayaan secara syariah
Untuk peningkatan pemahaman anggota tentang pembiayaan secara syariah dilihat pada jumlah kenaikan pembiayaan yang diterima.
- 3) Mengukur kinerja perspektif proses bisnis internal dalam intergrasi syariah
Pengukuran proses bisnis internal dapat dilakukan dengan melihat aspek-aspek berikut ini:
 - 1) Peningkatan mutu pelayanan
 - 2) Pengembangan produk dan jasa syariah
 - a. Proses Inovasi
 - 3) Pengerjaan produk sesuai dengan standart syariah
 - a. Proses Operasi

Menurut Djakfar (2012), Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-quran dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis. Prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain jujur, menjual barang yang baik mutunya (*quality*), dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*) dalam Islam, longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*), membangun hubungan baik (*interrelationship/silat al-rahym*), tertib administrasi, menetapkan harga dengan transparan

- 4) Mengukur kinerja perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dalam integrasi syariah

Pengukuran terhadap kinerja perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut yakni:

- 1) Peningkatan kualitas dan kompetensi (mutu SDM) karyawan tentang prinsip syariah terkait dengan kompetensi karyawan terkait dengan pelatihan dan seminar- seminar dalam peningkatan kualitas dan kompetensi karyawan tentang pemahaman prinsip syariah
- 2) Kehandalan teknologi dan informasi
- 3) Peningkatan kepuasan karyawan

Menurut Kaplan dan Norton (2000) terdapat beberapa elemen dari kepuasan pegawai yaitu:

1. Keterlibatan dalam pengambilan keputusan
2. Penghargaan karena telah melakukan pekerjaan yang baik

3. Akses yang memadai kepada informasi untuk melakukan pekerjaan dengan dengan baik
4. Dorongan aktif agar kreatif dan menggunakan inisiatif
5. Tingkat dukungan dari fungsi staff
6. Kepuasan menyeluruh dengan perusahaan

Kemudian untuk item pernyataan yang tertera dibawah ini dikembangkan dari peneliti terdahulu yang dikemukakan oleh Shodiq, 2010.

Tabel 3.2
Indikator dan Item Pernyataan Kusioner Kepuasan Karyawan

No.	Indikator	Item Pernyataan
1.	Keterlibatan dalam pengambilan keputusan dan dukungan atasan	a. keterlibitan karyawan b. pemberian keleluasaan dalam pekerjaan
2.	Pengukuran atas pekerjaan yang baik	a. <i>reward</i> atas kinerja karyawan b. pelatihan karyawan c. mengutamakan akhlakul karimah kejujuran dan kedisiplinan d. peningkatan pemahaman tentang keunggulan syariah
3.	Akses kepada informasi	a. penggunaan teknologi informasi b. fasilitas terhadap teknologi informasi
4.	Pemotivasian dan dorongan	a. Pendapatan b. Jam kerja c. Pertemuan kelompok d. Lingkungan kerja

Sumber: Data diolah (Shodiq, 2010)

Semakin tinggi kepuasan konsumen, berarti menunjukkan semakin semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, kepuasan konsumen dapat diukur dengan memberikan kusioner kepada anggota KANINDO Syariah Jatim. Populasi dari penelitian ini

adalah seluruh anggota sedangkan sampel yang digunakan menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2002) dalam bukunya Metode Riset Bisnis:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Ukuran sampels

N = ukuran Populasi

e = prosentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat dikelola yaitu sebesar 10%.

Dengan demikian diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{70}{1 + 70 (0,1)^2} = 41 \text{ sampel}$$

4) Peningkatan jumlah karyawan

a. Retensi karyawan = $\frac{\text{jumlah karyawan yang keluar}}{\text{total jumlah karyawan}} \times 100\%$

b. Produktifitas karyawan = $\frac{\text{laba bersih}}{\text{jumlah karyawan}} \times 100\%$

Untuk perspektif pelanggan diukur dengan dukungan kusioner untuk mengetahui kepuasan pelanggan, perspektif proses bisnis internal dinilai dari proses inovasi dan proses operasi, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dengan formulasi rumus yang kemudian didukung dengan kusioner untuk mengukur tingkat kepuasan karyawan. Menurut Sugiyono (2012) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur maupun mengukur apa yang diinginkan. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan metode product moment, yaitu mengkorelasikan skor butir pada kusioner dengan skor totalnya. Pemilihan metode person product moment karena dalam penelitian ini menggunakan skala interval (Sugiyono: 2006). Jika koefisien korelasi lebih dari 0,3 maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Adapun rumus person product moment yaitu r (Sugiyono: 2006):

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan: r = indeks korelasi pearson

n = banyaknya sampel

x = skor item pertanyaan

y = skor total item pertanyaan

Tabel 3.3

Pedoman untuk memberikan Interpretasi Korelasi Koefisien

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,119	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2010

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010) uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpulan data karena instrument tersebut sedang baik. Reliabilitas disini adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Kosisitensi disini berarti kuisoner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi ke kondisi lain. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach Alpha, dimana kuisoner dikatakan reliable jika nilai **Cronbach Alpha** lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan untuk *Cronbach Alpha*.

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

r = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = varian butir

σ_t^2 = varias total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

Untuk mencari varian tiap butir digunakan rumus:

$$\sigma^2 = \frac{\sum (X)^2 N}{N}$$

Dimana:

$\sigma^2 = \text{Varian tiap butir}$

X= Jumlah Skor Butir

N = Jumlah responden

Menentukan reliabilitas alat ukur dengan cara membandingkan nilai dari perhitungan reliabilitas dengan kriteri *Guilford* (Sugiyono: 2006):

Tabel 3.4
Kriteria Reliabilitas

0,00 – 0,19	Tidak reliabel
0,20 – 0,39	Reliabilitas rendah
0,40 – 0,69	Reliabilitas sedang
0,70 – 0,89	Reliabilitas tinggi
0,90 – 1,00	Reliabilitas sangat tinggi

Sumber: Sugiyono, 2006

c. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2012) menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Untuk memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan, format tipe likerts bisa dipergunakan R.S Likert (1932) mengembangkan prosedur penskalaan.

Tabel 3.5
Format Jawaban Tipe Likert

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Sumber: J.Supranto (2006)

Hasil dari kusioner mengenai kepuasan pelanggan dan karyawan akan dihitung dengan nilai atau skor dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam masing-masing dari jenis kusioner dengan menggunakan rumus rata-rata yaitu:

$$M = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan: M= nilai rata-rata

Σ = jumlah data semua responden

n= jumlah responden

Pada skala penilaian akan diklasifikasikan berdasarkan skala likert, dengan cara perhitungan (Sugiyono: 2006) dengan asumsi:

- a) Bila responden menjawab dengan skala terendah (1) maka total nilai adalah $100 \times 1 = 100$,

Nilai terendah= skor terendah/ jumlah responden= $100/100=$

- b) Bila responden menjawab dengan skala tertinggi (5), maka total nilai adalah $100 \times 5 = 500$

Nilai tertinggi= skor tertinggi/ jumlah responden= $500/100= 5$

- c) Jarak (range)= $5 - 1 = 4$

Jumlah kelas= 5 buah

Dengan perhitungan interval sebagai berikut:

$$\frac{\text{jarak}}{\text{kelas}} = \frac{4}{5} = 0,5$$

Dari total komulatif akhir yang diperoleh, maka penilaian responden dapat dilihat pada tabel 3.5 mengenai tingkat kepuasan karyawan dan pelanggan KANINDO Syariah Jatim.

Tabel 3.6
Skala Penilaian Kepuasan Pelanggan dan Karyawan

No.	Skala Penilaian	Kriteria
1.	$1 \leq STP < 1,5$	Sangat tidak puas
2.	$1,5 \leq TP < 2,5$	Tidak Puas
3.	$2,5 \leq N < 3,5$	Netral
4.	$3,5 \leq P < 4,5$	Puas
5.	$SP > 4,5$	Sangat puas

Sumber: data diolah

7. Memasukkan nilai yang telah dicapai dari masing- masing perspektif dalam matrik *balanced scorecard*

Tabel 3.7
Matriks *Balanced Scorecard*

Perpektif	Peta Strategis	Sasaran strategi	Ukuran kinerja	Target	Renca na Tindakan	Realisasi	Bobot (%)	Score (%)

Sumber: Gaspersz, 2002