

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan keripik tempe “ABADI” yang terletak di jalan Ciliwung No. 23 D Malang dan pada perusahaan keripik buah “PUTRA FAJAR” yang terletak di dusun Gerdu, desa Tulungrejo kec. Bumiaji kota Batu, RT 02 RW 06, No. 21 B. Pemilihan lokasi didasarkan atas ketertarikan penulis terhadap usaha kecil (*home industry*) yaitu oleh-oleh khas makanan kota Malang dan kota Batu yaitu keripik tempe dan keripik buah yang saat ini sangat digemari oleh para wisatawan yang berkunjung ke kedua kota tersebut yang mana Malang dan Batu merupakan kota pariwisata yang sangat terkenal di Jawa Timur.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif menurut Bungin (2005) bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Format deskriptif ini dapat dilakukan pada penelitian studi kasus dan survey. Dalam penelitian ini menggunakan studi kasus komparasi penerapan *balanced scorecard* pada perusahaan keripik tempe “ABADI” Malang dan perusahaan keripik buah “PUTRA FAJAR” Batu. Studi kasus ini menurut Bungin (2005) merupakan penelitian *eksplorasi* dan memainkan peran yang amat penting

dalam menciptakan hipotesis atau pemahaman orang tentang berbagai variabel sosial.

3.3 Populasi dan sampel

Menurut Bungin (2005) populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya, sehingga objek-objek ini menjadi sumber data penelitian. Dalam penelitian ini yang termasuk populasi adalah seluruh karyawan perusahaan keripik tempe “ABADI” Malang dan perusahaan keripik buah “PUTRA FAJAR” Batu, pemilik (*owner*) di masing-masing tempat, beserta pelanggan (*customers*) dimasing-masing tempat. Kemudian untuk sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam hal pengambilan sampel untuk menilai kinerja *balanced scorecard* dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, peneliti mengambil sampel seluruh populasi karyawan yang terdapat di perusahaan keripik tempe “ABADI” yang berjumlah 30 karyawan, kemudian pada perusahaan keripik buah “PUTRA FAJAR” peneliti mengambil sampel seluruh karyawan yang terdiri dari 32 karyawan. Kemudian untuk menilai kinerja *balanced scorecard* dari perspektif pelanggan, maka pada perusahaan keripik tempe “ABADI” Malang peneliti mengambil jumlah pengunjung sebanyak 20 pelanggan yang berkunjung dalam satu hari, jadi dalam satu bulan terdapat 600 pengunjung, sehingga dalam satu tahun terdapat 7.200 pengunjung. Sedangkan pada perusahaan keripik buah “PUTRA FAJAR” Batu, mengambil jumlah pengunjung maksimal yang

berkunjung ke toko tersebut sebanyak 30 pengunjung satu hari, jadi dalam satu bulan terdapat 900 pengunjung, sehingga dalam satu tahun terdapat 10.800 pengunjung. Rumus perhitungan besaran sampel adalah :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

(Bungin, 2011)

Dimana:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi (ditentukan sebesar 90 % atau $\alpha = 0,1$)

Pada perusahaan keripik tempe “ABADI” Malang besarnya sampel pada pelanggan dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{7200}{7200(0.1)^2 + 1} = \frac{7200}{73} = 98,63 = 99 \text{ sampel penelitian}$$

Pada perusahaan keripik buah “PUTRA FAJAR” Batu besarnya sampel pada pelanggan dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{10800}{10800(0.1)^2 + 1} = \frac{10800}{109} = 99,08 = 99 \text{ sampel penelitian}$$

dalam penelitian ini jumlah populasi pelanggan dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%. Adapun pengambilan sampel bagi karyawan perusahaan keripik tempe “ABADI” Malang yaitu seluruh karyawan perusahaan keripik tempe sebanyak 30 karyawan, sedangkan pengambilan sampel karyawan pada perusahaan keripik buah “PUTRA FAJAR” seluruhnya yaitu sebanyak 32 karyawan. Pengambilan sampel pada karyawan menggunakan tehnik pengambilan sampel jenuh (sensus). Menurut Supriyanto dan Machfudz (2010) sampel jenuh

(sensus) adalah metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil, kurang dari 30 orang.

3.4 Data dan Jenis Data

1. Data primer menurut bungin (2005) adalah data yang langsung `diperoleh dari sumber pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tehnik pengumpulan data dengan wawancara sistematis yang mana menurut bungin (2005) adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman (*guide*) tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden. Dalam penelitian ini pemilik (*owner*) yang menjadi *key informan*, kemudian dengan metode angket adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, yang dalam hal ini ditujukan kepada pelanggan dan karyawan di masing-masing tempat.
2. Data sekunder menurut bungin (2005) merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Dalam hal penelitian ini yang termasuk data sekunder adalah sejarah masing-masing tempat, profil perusahaan, visi dan misi perusahaan beserta struktur organisasi, serta data laporan keuangan perusahaan tahun 2013 di masing-masing tempat.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

- a. Metode angket, menurut Bungin (2005) adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah para karyawan dan pelanggan dari masing-masing perusahaan keripik. Bentuk angket atau kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 10 pertanyaan untuk kuesioner kepuasan pelanggan dan kuesioner kepuasan karyawan. Setiap pertanyaan terdiri dari lima alternative pilihan jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS)., diukur dengan menggunakan skala *likert* (1-5).
- b. Wawancara sistematis, menurut Bungin (2005:137) adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman (guide) tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden. Dalam penelitian ini yang menjadi *key informan* adalah pemilik (*owner*) masing-masing perusahaan keripik.
- c. Observasi berstruktur, menurut Bungin (2005) adalah pengamatan yang sistematis, isi pengamatan telah dipersiapkan oleh peneliti pengamat. Dalam penelitian ini subjek observasi adalah kinerja perusahaan yang terdiri dari 4 perspektif yaitu: finansial, pelanggan, proses bisnis internal dan pembelajaran dan pertumbuhan kepada masing-masing perusahaan.

d. Dokumentasi, menurut Bungin (2005) merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis.

Dalam penelitian ini data yang diperlukan adalah:

- 1.) sejarah masing-masing perusahaan,
- 2.) visi dan misi perusahaan
- 3.) struktur organisasi serta job disk masing-masing perusahaan.
- 4.) Data laporan keuangan masing-masing perusahaan periode 2013.

3.6 Kerangka Pengukuran Kinerja

Tabel 3.1
Pembobotan Tolok Ukur Per Perspektif dalam Balanced Scorecard

No.	Perspektif	bobot
1.	Keuangan	0,15
2.	Pelanggan	0,25
3	Proses dan bisnis internal	0,40
4.	Pertumbuhan dan pembelajaran	0,25

Sumber: Mulyadi, 2007

Sehingga diperoleh *performance grade* yang dipakai untuk menilai setiap aspek kinerja dalam *balanced scorecard*. Adapun kisaran nilai yang dipakai yaitu kisaran nilai 1 sampai dengan 5 yang diberi makna sebagai berikut:

Tabel 3.2
Standart Penilaian Kinerja Berbasis *Balanced Scorecard*

Performance grade	Makna
1,00 – 1,79	Kurang sekali
1,80 – 2,59	Kurang
2,60 – 3,39	Cukup baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Baik sekali

Sumber: Mulyadi, 2007

Sebelumnya dalam masing – masing perspektif *balanced scorecard* terdapat sasaran strategis, yang mana penentuan sasaran strategis ini akan ditetapkan suatu

bobot. Bobot dalam suatu perusahaan ditentukan sendiri oleh perusahaan tersebut atau berdasarkan Konsensus (keepakatan) dengan pemilik. Adapun bobot untuk setiap perspektif yang telah disepakati oleh pemilik adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3:
Bobot Dari Masing – Masing Perspektif Dalam *Balanced Scorecard*

Tolok ukur atau perspektif	Bobot	
Keuangan: 15% Meningkatnya penjualan Berkurangnya biaya Meningkatnya laba	60%	$60\% \times 15\% = 9\%$
	15%	$15\% \times 15\% = 2.25\%$
	45%	$45\% \times 15\% = 6.75\%$
Customer: 25% Retensi pelanggan Kepuasan pelanggan	50%	$50\% \times 25\% = 12,5\%$
	50%	$50\% \times 25\% = 12,5\%$
Bisnis internal: 40% On time delivery Product inovation	50%	$50\% \times 40\% = 20\%$
	50%	$50\% \times 40\% = 20\%$
Pembelajaran dan pertumbuhan: 25% Retensi karyawan Kepuasan karyawan	50%	$50\% \times 25\% = 12,5\%$
	50%	$50\% \times 25\% = 12,5\%$

Sumber: Mulyadi, 2007 dan Musthofa, 2008 (diolah oleh peneliti)

Selanjutnya, setelah penentuan kinerja setiap komponen kinerja, maka langkah selanjutnya adalah menjumlahkan setiap nilai dari masing-masing tolok ukur per perspektif seperti pada kolom dibawah ini:

Tabel 3. 4
Penentuan *Performance Grade* Pada Masing – Masing Perspektif Dalam
Balanced Scorecard

Sasaran Strategis	Bobot	Performance grade					Nilai	Weighted
		1.00-1.79	1.80-2.59	2.60-3.39	3.40-4.19	4.20-5.00		
Meningkatnya Penjualan	9%							
Berkurangnya Biaya	2.25%							
Meningkatnya Laba	6.75%							
Total Nilai								
Retensi Pelanggan	12,5%							
Kepuasan Pelanggan	12,5%							
Total Nilai								
On Time Delivery	20%							
Product Inovation	20%							
Total Nilai								
Retensi Karyawan	12,5%							
Kepuasan Karyawan	12,5%							
Total Weighted								

Sumber: Mulyadi, 2007 (diolah oleh peneliti)

Selanjutnya setelah diketahui total weighted dari seluruh perspektif diatas maka langkah selanjutnya adalah mengkategorikan total weighted dari seluruh perspektif berdasarkan tabel *performance grade* yang dikemukakan oleh Mulyadi (2007) dibawah ini:

Tabel 3.5:
Kategori Dari *Performance Grade*

Performance grade	Makna
1,00 – 1,79	Kurang sekali
1,80 – 2,59	Kurang
2,60 – 3,39	Cukup baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Baik sekali

Sumber: Mulyadi, 2007

3.7 Analisis Data

Pengukuran variabel dalam *balanced scorecard* yang terdiri dari empat perspektif, yang mana perspektif keuangan diukur dengan rasio keuangan yang hanya meliputi rasio penjualan, rasio biaya serta rasio laba. Kemudian untuk perspektif pelanggan diukur dengan *customer retention*, *customer satisfaction*, dan *customer acquisition* yang diukur dengan rumus yang selanjutnya dibandingkan dengan standar rasio serta digunakan dukungan kuesioner untuk mengetahui kepuasan pelanggan. Kemudian untuk perspektif proses bisnis internal digunakan laporan perusahaan tahunan yaitu laporan jam kerja, laporan pengiriman *delivery order* selama tahun 2013. Hasil perhitungan nantinya dibandingkan dengan standar yang telah dibuat dengan pendekatan *balanced scorecard*. Kemudian untuk perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, menggunakan angket atau kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan karyawan, dimana hasil dari penghitungannya nantinya akan dikonsultasikan dengan tabel *performance grade* dengan pendekatan *balance scorecard*. Untuk menguji kevalidan suatu instrumen dalam kuesioner maka digunakan uji validitas. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Menurut Sugiyono (2011:121) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

3.8 Uji Validitas

Untuk menguji validitas setiap butir maka skor-skor yang ada pada butir dikorelasikan dengan skor total. Skor butir dipandang sebagai nilai X dan skor

total dipandang sebagai nilai Y. dalam penelitian ini digunakan rumus *Korelasi*

Product Moment yang dikemukakan oleh *Pearson* dengan rumus:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 \cdot n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r= Koefisien korelasi x dan y

n= banyaknya karyawan

x= skor item

y= skor total

3.9 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010:221) Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sedang baik. Dalam penelitian ini realibilitas mengandung pengertian bahwa responden mempunyai respon yang sama terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha* yang menunjukkan makin tinggi nilainya (mendekati 1), maka semakin tinggi keandalan alat ukur tersebut, dimana ada persamaan persepsi responden terhadap pertanyaan yang diajukan pada alat ukur (kuesioner). Rumus *Alpha*:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya pertanyaan

σ^2 = Varian butir

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

σ^2_t = Varian total

Untuk mencari varian tiap butir digunakan rumus:

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

Keterangan:

σ^2 = Varian tiap butir

X = Jumlah skor butir

N = Jumlah responden

3.10 Skala likert

Menurut Sugiyono (2005) 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 pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- | | |
|-------------------|-------------------------|
| 1.) Sangat setuju | 4.) Tidak setuju |
| 2.) Setuju | 5.) Sangat tidak setuju |
| 3.) Ragu-ragu | |

