

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Fastrata Buana cabang Pasuruan, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dibidang distribusi penjualan yang tergabung dalam produk Kapal Api Group yang berlokasi di Jl. Raya Wonosari No.8, Gondang Wetan, Pasuruan, Jawa Timur.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subjek darimana data itu diperoleh. pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti (Pabundu, 2010). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui karyawan PT. Fastrata Buana.
2. Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh atau instansi di luar dari peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data yang asli (Pabundu, 2010). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data dalam bentuk dokumen keuangan dan non keuangan yang diperoleh dari PT. Fastrata Buana.

Data tersebut antara lain:

- a. Dokumen keuangan
 - 1) Laporan laba rugi tahun 2015-2017
 - 2) Laporan keuangan aktiva 2015-2017

- b. Dokumen non keuangan
 - 1) Profil PT. Fastrata Buana, visi dan misi, struktur organisasi
 - 2) Data karyawan tahun 2015-2017
 - 3) Data pelanggan (agen) tahun 2015-2017
 - 4) Jumlah produk cacat 2015-2017
 - 5) Data produksi tahun 2015-2017

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, kuesioner, dan wawancara. Berikut teknik pengumpulan data yang dipilih:

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap semua catatan dan dokumen yang dimiliki oleh organisasi yang terpilih sebagai objek penelitian, atau data dari individu sebagai objek penelitian (Efferin, 2004). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi sebagai sarana untuk mendapatkan data profil PT. Fastrata Buana, data karyawan, data pelanggan, dan data keuangan tahun 2015-2017.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden (Pabundu, 2010). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu serangkaian pertanyaan yang diajukan pada karyawan dan pengguna produk PT. Fastrata Buana. Kuesioner yang ditunjukkan untuk karyawan diadaptasi dari Herawati (2009), Sedangkan kuesioner yang ditunjukkan untuk pelanggan diadaptasi dari Masruroh (2013).

3. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada

masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian (Pabundu, 2010). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada karyawan PT. Fastrata Buana.

4. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004). Dalam penelitian ini observasi dilakukan untuk meninjau kegiatan di perusahaan.

3.3 Teknik Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur (Sanusi, 2014). Skala likert yang digunakan meliputi:

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Cukup setuju
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah karyawan PT. Fastrata Buana dan pengguna produk PT. Fastrata Buana. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* untuk responden pelanggan dan *purposive sampling* untuk responden karyawan. Teknik *convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan memilih sampel dari elemen populasi (orang atau kejadian) yang datanya mudah diperoleh peneliti (Efferin, 2004). Sedangkan teknik *purposive sampling* yaitu metode penetapan sampel dengan cara menentukan target elemen populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya (Efferin, 2004).

Penentuan jumlah sampel yang digunakan penulis yaitu menggunakan rumus slovin. Rumus ini menyatakan jumlah minimal responden yang dibutuhkan sebagai sampel apabila ukuran populasinya diketahui. Rumus yang digunakan yaitu:

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

keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e^2 = Persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel masih diinginkan dengan pertimbangan persentase (dipakai 10%)

a. Jumlah Sampel Untuk Mengukur Kepuasan Karyawan

Jumlah karyawan PT. Fastrata Buana pada tahun 2016 yaitu 99 karyawan. Berdasarkan teknik pengambilan sampel menurut slovin, maka jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{99}{1 + 99 (10\%^2)}$$

$n = 49,7$ dibulatkan menjadi 50

Sehingga, sampel yang digunakan untuk mengisi kuesioner kepuasan karyawan adalah 50 karyawan.

b. Pengambilan Sampel Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner khusus pada pelanggan akhir di Kota Pasuruan. Alasan penulis memilih Kota Pasuruan dikarenakan Kota Pasuruan merupakan salah satu daerah pemasaran PT. Fastrata Buana di daerah Pasuruan. Populasi yang mana pada penelitian ini tidak diketahui pasti, oleh sebab itu penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang tidak diketahui

jumlahnya dengan menggunakan rumus yang dirumuskan oleh Rao Purba (2006) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Z score pada tingkat signifikansi tertentu (95% = 1,96)

Moe = Margin of Error (kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 10%)

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10% maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga sampel penelitian untuk kepuasan pelanggan yaitu sebanyak 100 pelanggan akhir.

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Analisis data diawali dengan validitas data. Uji validitas data ini dilakukan untuk mengetahui ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur yang ingin diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan SPSS. Dalam SPSS 16.0 yaitu menggunakan fasilitas korelasi *pearson*, yaitu membandingkan setiap item pertanyaan dalam kuesioner yang diteliti terhadap nilai total. Menurut Suliyanto (2006) menyebutkan jika koefisien korelasi $\geq r$ -tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka, instrumen berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid.

Pada uji validitas yang telah dilakukan untuk kuesioner pelanggan, hasil uji menyatakan nilai item pertanyaan 1 hingga 20 adalah valid terbukti dari r hitung $\geq r$ tabel dimana r tabel sebesar 0,444 pada signifikansi 0,05 dengan $n = 20$. Selanjutnya uji validitas untuk kuesioner karyawan, hasil uji menyatakan nilai item pertanyaan 1 hingga 25 adalah valid terbukti dari r hitung $\geq r$ tabel sebesar 0,396 pada signifikansi 0,05 dengan $n = 25$.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Suatu penelitian juga harus diuji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden Budi (2006), Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0.

Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan analisis realibilitas dengan teknik *cronbach alpha*. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika batas minimal nilai *alpha* 0,6 (Sugiyono, 2010).

Pada uji reliabilitas untuk kuesioner pelanggan, hasil uji menghasilkan nilai *cronbach alpha* 0,9407 menunjukkan bahwa item pertanyaan dinyatakan reliabel. sedangkan untuk kuesioner karyawan, menunjukkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach alpha* 0,9531 sehingga menunjukkan bahwa item pertanyaan dinyatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif yaitu data yang bersifat angka, yang dapat pula berasal dari kualitatif yang ditransformasikan menjadi angka-angka atau dengan kata lain memberikan kode (skor) (Pabundu, 2006). Adapun uraian tahapan analisis data yang dilakukan, sebagai berikut.

- a. Menganalisis visi dan misi perusahaan ke dalam empat perspektif *Balanced Scorecard* untuk menentukan strategi PT. Fastrata Buana.
- b. Merumuskan perspektif *Balanced Scorecard*
- c. Menentukan bobot permodelan *Balanced Scorecard*
- d. Menentukan ukuran hasil setiap perspektif
- e. Melakukan penjabaran usulan program.

Dalam tahap ini dilakukan penentuan usulan program jangka panjang dengan mereview program yang telah dijalankan dan membuat usulan program atau strategi baru yang nantinya dapat diterapkan sebagai alat implementasi strategi PT. Fastrata Buana. Dengan menggunakan analisis pendekatan *Balanced Scorecard*, beberapa indikator yang akan dianalisa dari empat perspektif, yaitu:

1. Perspektif keuangan

Pengukuran perspektif keuangan bertujuan untuk melihat bagaimana kinerja PT. Fastrata Buana dalam bidang keuangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ratio keuangan sebagai berikut:

a. ROI (*Return on Investment*)

Return on Investment digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan guna menghasilkan laba perusahaan.

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

Laba bersih yaitu keuntungan operasi yang diperoleh perusahaan dari jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin baik keadaan suatu perusahaan.

b. NPM (*Net Profit Margin*)

Net profit margin digunakan untuk mengukur tingkat laba bersih dibandingkan dengan volume penjualan. *Net profit margin* berguna untuk mengukur tingkat efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan melihat besarnya laba bersih setelah pajak.

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

c. *Total Asset Turn Over* (TATO)

Total Asset Turn Over merupakan ukuran tentang sampai seberapa jauh aktiva ini digunakan dalam kegiatan perusahaan. Pengukuran ini digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan untuk melihat seberapa cepat perputaran total aktiva dalam suatu periode tertentu.

$$TATO = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

2. Perspektif Pelanggan

Pengukuran perspektif pelanggan bertujuan untuk melihat bagaimana kinerja PT. Fastrata Buana dalam bidang pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

a. *Tingkat Retensi Pelanggan* (*Customer Retention/CR*)

Mengukur tingkat dimana perusahaan dapat mempertahankan hubungan dengan konsumen. *Customer retention* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan.

$$CR = \frac{\sum \text{Pelanggan lama}}{\sum \text{pelanggan}} \times 100\%$$

b. Akuisisi pelanggan (*Customer Acquisition/CA*)

Customer acquisition digunakan untuk mengukur tingkat dimana suatu unit bisnis mampu menarik pelanggan baru atau memenangkan bisnis baru. Pada *customer acquisition* juga mengukur bagaimana perusahaan meningkatkan kualitas produknya, sehingga dapat memiliki pelanggan baru.

$$CA = \frac{\sum \text{pelanggan baru}}{\sum \text{pelanggan}} \times 100\%$$

c. Tingkat Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction/CA*)

Customer satisfaction digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas layanan produk atau jasa yang diberikan perusahaan serta kondisi tempat dan lingkungan perusahaan. Pengukuran ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap pelanggan PT. Fastrata Buana.

3. Perspektif Bisnis Internal

Pengukuran perspektif bisnis internal bertujuan untuk melihat bagaimana kinerja PT. Fastrata Buana dalam perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

a. Meningkatkan Proses Operasional

Pada perspektif bisnis internal, indikator yang diambil dalam mengukur kinerja yaitu bagaimana perusahaan dapat meningkatkan proses operasional. Dalam perusahaan yang memproduksi suatu produk, di sini pengukuran kinerja diukur dengan bagaimana perusahaan bisa menurunkan produk cacat yang dapat dilihat dari total produksi yang dihasilkan perusahaan dalam satu periode pengamatan.

$$\text{Proses operasional} = \frac{\text{Jumlah produk cacat}}{\text{Total produksi yang dihasilkan}} \times 100\%$$

b. Proses Inovasi

Digunakan untuk mengetahui seberapa kreatif perusahaan dalam menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berganti-ganti.

$$\text{Inovasi Produk} = \frac{\text{Total jenis produk baru}}{\text{Total jenis produk}} \times 100\%$$

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Dalam perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dikembangkan untuk memperoleh hasil yang optimal pada perspektif bisnis internal, pelanggan, dan keuangan. Pengukuran yang digunakan dalam perspektif pertumbuhan dan pembelajaran adalah sebagai berikut:

a. Retensi karyawan

Digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mempertahankan selama mungkin pekerja yang diminati oleh perusahaan.

$$\text{Retensi karyawan} = \frac{\text{Jumlah karyawan keluar}}{\text{Jumlah karyawan}} \times 100\%$$

b. Produktivitas Karyawan (*Employee Productivity*)

Produktivitas karyawan digunakan untuk mengukur tingkat produktivitas karyawan dalam periode tertentu.

$$EP = \frac{\text{Rata - rata absensi}}{\text{Hari kerja (Tahun)}} \times 100\%$$

c. Kepuasan Karyawan (*Employee Satisfaction*)

Kepuasan karyawan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan karyawan selama bekerja di organisasi tersebut. Pada kepuasan karyawan, pengukuran bisa diketahui dari bagaimana perusahaan menciptakan hubungan baik antar karyawan, fasilitas yang diberikan oleh perusahaan, gaya kepemimpinan yang harmonis, dan sebagainya. Pengukuran ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap karyawan PT. Fastrata Buana Cabang Pasuruan.