BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Primkoppol Resort Bukitinggi, waktu penelitian ini dilakukan lebih kurang selama satu bulan.

B. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan menggambarkan tentang karakteristik individu, situasi atau kelompok tertentu. Penelitian ini relatif sederhana karena tidak memerlukan landasan teoritis rumit dan pengajuan hipotesis tertentu. Dapat meneliti hanya pada satu variabel, dan termasuk penelitian mengenai gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.[1]

UIN IMAM BONJOL PADANG

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi yang dilakukan secara hati-hati dan sistematis, dan data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau sekumpulan angka-angka.[2] Pendekatan ini digunakan untuk mengukur perspektif keuangan dan perspektif pelanggan.

---

[1] Rosady Ruslan, *Metode Penelitian* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h. 12

[2] Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2012), h. 68

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana kinerja Koperasi Primkoppol Resort Bukittinggi dengan menggunakan metode *balanced scorecard* dari segi perspektif keuangan dan perspektif pelanggan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.[3] Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah anggota koperasi yang menggunakan jasa koperasi. Populasi disini digunakan untuk mengukur perspektif pelanggan.

2. Sampel

UIN IMAM BONJOL PADANG

Dalam praktiknya, seorang peneliti jarang sekali melakukan penelitian terhadap keseluruhan kumpulan elemen (populasi). Peneliti biasanya melakukan seleksi terhadap bagian elemen-elemen populasi dengan harapan hasil seleksi dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. Elemen adalah subjek dimana pengukuran itu dilakukan. Bagian dari elemen populasi yang terpilih disebut sampel. Cara untuk memilih atau menyeleksi disebut *sampling*. Sampel yang baik adalah

[3] Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta : Salemba Empat, 2011), h. 87

sampel yang dapat mewakili karakteristik populasi yang dapat ditunjukkan oleh tingkat akurasinya.[4]

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode kebetulan atau *accidential sampling*yang merupakan metode *non-probability sampling*. *Accidential sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan dijumpai atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang tersebut cocok sebagai sumber data.[5]

Penentuan sampel ini digunakan untuk penentuan sampel perspektif pelanggan dengan uraian penentuan sampel sebagai berikut:

Sampel pada perspektif pelanggan adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan koperasi Primkoppol Resort Bukittinggi pada tahun 2017. Menurut Husein salah satu cara penentuan sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin:

UIN IMAM BONJOL PADANG

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

[4]*Ibid.*
[5] Rosady Ruslan, *op.cit.*, h. 157

pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan menggunakan 10% (0,1) sebagai persen kelonggaran ketidaktelitian.

Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dapat diambil sebesar:

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

$$n=\frac{574}{1+574\ (10\%)^2}$$

$$n=\frac{574}{1+574\ (0,1)^2}$$

$$n=\frac{574}{1+574\ (0.01)}$$

$$n=\frac{574}{1+5.74}$$

$$n=\frac{574}{6.74}$$

n= 85.16

n = 85 sampel

UIN IMAM BONJOL PADANG

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 85.16 responden atau dapat dibulatkan menjadi sebanyak 85 responden.

Berdasarkan perhitungan di atas, sudah diketahui bahwa sampel yang di ambil adalah 85 sampel dari jumlah populasi, yaitu sebanyak 574 pelanggan yang menjadi anggota Primkoppol Resort Bukittinggi.

D. Defenisi Operasional

Penelitian ini menggunakan dua perspektif *balanced scorecard,* yaitu keuangan dan pelanggan. Kaplan dan Norton mengemukakan kedua perspektif *balanced scorecard* tersebut :

1. Perspektif Keuangan

   Perspektif keuangan ini dibangun dari studi pengukuran kinerja di sektor bisnis, sehingga yang dimaksud perspektif keuangan disini adalah terkait dengan *financial sustainability* (keberlanjutan keuangan).

2. Perspektif Pelanggan

   Perspektif pelanggan adalah perspektif yang berorientasi pada kepuasan pelanggan karena mereka pemakai produk atau jasa yang dihasilkan organisasi.[6]

UIN IMAM BONJOL
PADANG

E. Instrument Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur perspektif pelanggan adalah angket/kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan *Skala Likert.* Skala likert adalah nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu dijumlahkan sehingga mencapai nilai total.

Skala likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian, yaitu :[7]

---

[6]Moeheriono , *Indikator Kinerja Utama : Perencanaan, Aplikasi, dan Pengembangan* (Jakarta : Rajawali Pers, 2012) h. 91-92

Tabel 3.1
Alternatif Jawaban Responden

No	Persepsi		Harapan	
	Pernyataan	Skor	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju	5	Sangat penting	5
2	Setuju	4	Penting	4
3	Cukup Setuju	3	Cukup penting	3
4	Tidak Setuju	2	Tidak Penting	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	Sangat tidak Penting	1

Untuk memperoleh instrumen yang baik maka perlu disusun kisi-kisiinstrumen. Kisi-kisi instrumen penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kisi-kisi Intrumen Penelitiaan.

No	Variabel	Indikator	Alat Ukur
1.	Kepuasan Pelanggan	a. Kehandalan b. Ketanggapan c. Jaminan d. Empati e. Wujud Fisik	*Skala Likert*

UIN IMAM BONJOL PADANG

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan kebenaran atau keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya.

[7]*Op.cit.,* h. 198

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, yang bisa dilakukan dengan beberapa cara :

a. Jika koefesien korelasi product moment melebihi 0,3
b. Jika koefesien korelasi product moment > r tabel (α = n-2) dengan n=jumlah sampel
c. Nilai Sig $\leq \alpha$. [8]

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.[9]

UIN IMAM BONJOL PADANG

G. Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Angket (kuisioner)

Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu.[10]

---

[8]Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta : CV Andi, 2006), h. 149
[9]Ibid.,
[10] Anwar Sanusi, *op.cit*., h. 109

b) Dokumentasi

Dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber.[11] Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari Primkoppol Resort Bukittinggi adalah laporan keuangan dan laporan kerja yang diperlukan peneliti.

2. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan.[12] Data primer dalam penelitian ini merupakan data kuisioner dan data yang langsung diambil dari Primkoppol Resort Bukittinggi.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu.[13] Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal dan dokumen.

---

[11] *Ibid.,* h. 114
[12] Rosady Ruslan, *op.cit*., h. 138
[13] *Ibid.*

G. Teknik Analisis Data

1. Perspektif Keuangan

Setelah mengumpulkan seluruh data koperasi tersebut yang diperlukan untuk melanjutkan penelitian, maka data tersebut diolah dengan menggunakan rumus sebagai berikut[14] :

1) Rasio likuiditas

a. Rasio lancar

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{Harta Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

2) Rasio utang

a. Rasio utang atas harta

$$\text{Rasio utang atas harta} = \frac{Total\ Utang}{Total\ Harta} \times 100\%$$

b. Rasio utang atas modal sendiri

$$\text{Rasio utang atas modal sendiri} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

3) Rasio Profitabilitas

a. *Net profit margin*

$$\textit{Net profit margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b. ROA

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

c. ROE

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

[14] Hendar,*Manajemen Perusahaan Koperasi* (Jakarta : Erlangga, 2010) h. 199-202

UIN IMAM BONJOL PADANG

4) Rasio Aktivitas

a. Perputaran asset

$$\text{Perputaran asset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2. Perspektif Pelanggan

Pengukuran pada perspektif pelanggan adalah :

a. Pangsa pasar

Untuk mengetahui sejauh mana Primkoppol Resort Bukittinggi mampu meningkatkan pangsa pasar yang mampu dikuasai dalam suatu periode tertentu.[15]

b. Akuisisi Pelanggan

Untuk mengetahui keberhasilan unit bisnis dalam menarik dan memenangkan pelanggan.[16]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PADANG

c. Kepuasan pelanggan

Untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan beberapa metode dan teknik analisis yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1) Metode Analisis deskriptif

Analisis ini bersifat uraian atau penjelasan dengan menggunakan tabel, data dikelompokan dan analisis berdasarkan kuisioner yang diperoleh dari tanggapan responden dengan

[15]Sumani, *Pengukuran Kinerja Bisnis Melalui Pendekatan Balanced Scorecard dan Analytical Hierarchy Process (AHP),* Jurnal Ekonomi dan Keuangan, h. 464-465

[16]Robert S. Kaplan dan David P Norton, *Balanced Scorecard* (Jakarta : Erlangga, 2000)., h. 61

menggunakan tabulasi data. Dalam pengukuran kepuasan ini analisis deskriptif terdiri dari :

a) Verfikasi Data

Memeriksa kembali kuisioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah semua pernyataan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden.

b) Menghitung Nilai Jawaban Responden

Hasil jawaban responden yang perlu dihitung atau dikalkulasikan adalah persentase dari karakteristik responden dan hasil jawaban responden atas pernyataan yang diajukan dan kemudian agar dapat diolah manual menggunakan metode servqual.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI BONJOL
PADANG

2) Metode Analisis Servqual

Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atas kepuasan jasa yang diterimanya adalah metode servqual. Metode servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan.

Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya. Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Skala servqual mencakup lima dimensi yaitu berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Salah satu aplikasi yang digunakan dari skala pengukuran servqual adalah dengan menentukan nilai kepentingan relatif lima dimensi yang memengaruhi persepsi pelanggan.[17]

Interval	Kategori	Kualitas Pelayanan
-4 - -2,4	Sangat rendah	Sangat tidak Baik
-2,4- -0,8	Rendah	Kurang Baik
-0,8- 0,8	Sedang	Cukup Baik
0,8- 2,4	Tinggi	Baik
2,4 – 4	Sangat tinggi	Sangat Baik

UIN IMAM BONJOL PADANG

Hasil pengolahan data kuisioner akan dilakukan dengan menggunakan metode *Impotance Performance Analysis* (IPA). Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan menghasilkan suatu diagram kartesius yang menunjukkan letak unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan. Menurut J. Supranto (1997) sumbu mendatar X dalam diagram kartesius memuat nilai rata-rata skor kepuasan (*performance*), sedangkan sumbu tegak Y memuat nilai rata-rata skor kepentingan (*importance*) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Xi\,\frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } Yi\,\frac{\sum Yi}{n}$$

[17] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2011), h.181

Dimana :

X*i* = rata-rata skor tingkat kepuasan faktor ke-*i*

Y*i* = rata-rata skor tingkat kepentingan faktor ke-*i*

∑X*i* = total skor untuk tingkat kepuasan faktor ke-*i*

∑Y*i* = total skor untuk tingkat kepentingan faktor ke*i*

n = jumlah responden

Dimana merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan seluruh atribut dan merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan dari seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

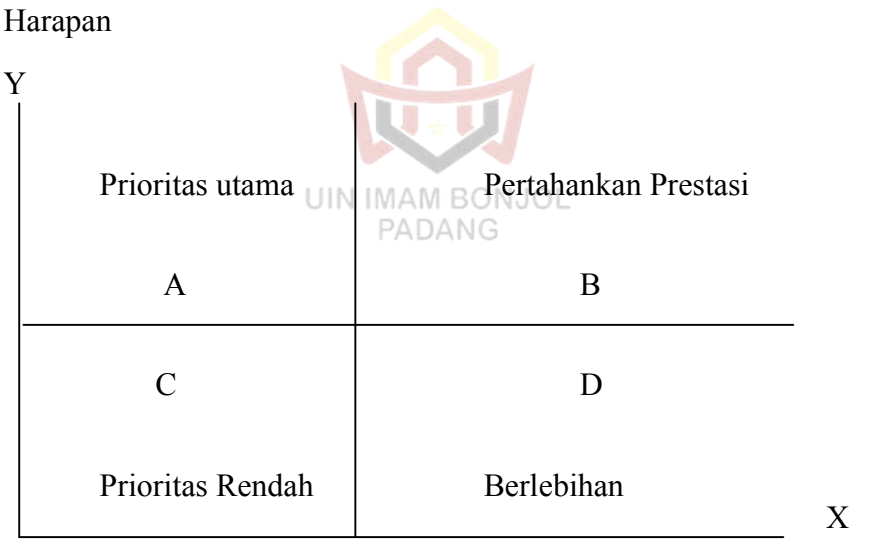

Diagram IPA

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

a) Prioritas Utama *(Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja

perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

b) Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting atau diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

c) Prioritas Rendah (*Low Priority*).

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi dan tingkat kinerja aktual yang rendah atau tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih terhadap faktor-faktor tersebut.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

d) Berlebihan (*Possibly Overkilli*).

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu dianggap oleh perusahaan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya

yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang memiliki tingkat prioritas yang lebih tinggi.[18]

UIN IMAM BONJOL
PADANG

[18]Feridiana Widi Astuti dkk, *Analisis Kepuasan Pelanggan di PT. X dengan metode Service Quality,* Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 3 No. 1 (2017)