

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan BAZNAS Kabupaten Solok Selatan, waktu penelitian ini dilakukan lebih kurang selama satu bulan.

B. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif, metode ini bertujuan untuk menggambarkan sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.¹ Jenis penelitian ini dapat digunakan dengan lebih banyak segi dan lebih luas dari metode yang lain. Ia pun memberikan informasi yang mutakhir, sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai macam masalah.²

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Menurut Arikunto, pada umumnya pendekatan kuantitatif banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data serta penampilan hasil.³ Metode ini sebagai metode ilmiah objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan

¹ Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 22

²*Ibid.*, h. 23

³Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Jaya, 2006), h. 23

statistik.⁴Pendekatan ini digunakan untuk mengukur perspektif keuangan dan perspektif pelanggan.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tapi hanya menggambarkan apa yang ada tentang sesuatu keadaan tanpa menggunakan prosedur analisis statistik lainnya. Setelah itu diproses berupa pengumpulan dan penyusunan data serta dianalisis akhirnya diambil kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.⁵ Digunakan untuk perspektif proses bisnis internal dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan bagaimana kinerja BAZNAS Kabupaten Solok Selatan dengan menggunakan metode *balance scorecard*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁶ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengurus BAZNAS, *mustahiq* dan *muzakki* yang menggunakan BAZNAS sebagai instrument dalam penyaluran dan penerimaan dana zakat. Populasi disini digunakan untuk mengukur perspektif pelanggan, proses bisnis internal dan pertumbuhan pembelajaran.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung :Alfabeta,2013), H.115

⁵Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993)h.310

⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), Edisi1, h.161

2. Sampel

Sampel diambil secara representatif dimana sampel yang diambil mewakili jumlah populasi, sehingga pada akhirnya dapat digeneralisasikan. Tujuan sampel adalah menggunakan sebagian objek penelitian yang diselidiki tersebut untuk memperoleh informasi tentang populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode kebetulan atau *accidental sampling* yang merupakan metode sampel *non probabilitas*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel yang terjadi secara kebetulan/berdasarkan faktor spontanitas. Artinya, siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria yang dikehendaki, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.⁷

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

a. Perspektif pelanggan

Sampel pada perspektif pelanggan adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yaitu *mustahiq* dan *muzakki* yang menggunakan BAZNAS Kabupaten Solok Selatan sebagai lembaga pengelolaan dana zakat yang ada pada tahun 2017. Menurut Husein salah satu cara penentuan sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin:

⁷*Ibid*, h. 180

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan menggunakan 10% (0,1) sebagai persen kelonggaran ketidakteelitian.

Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dapat diambil sebesar:

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

$$n = \frac{6965}{1 + 6965 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{6965}{1 + 6965 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{6965}{1 + 6965 (0.01)}$$

$$n = \frac{6965}{1 + 69,65}$$

$$n = \frac{6965}{70,65}$$

$$n = 100,01$$

$$n = 100 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100,01 responden atau dapat dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden.

Berdasarkan perhitungan di atas, sudah diketahui bahwa sampel yang di ambil adalah 100 sampel dari jumlah populasi, yaitu sebanyak 6965 pelanggan yang menggunakan BAZNAS sebagai lembaga pengelolaan dana zakat. Karena jumlah *mustahiq* dan *muzakki* jumlahnya berbeda, maka teknik penarikan sampel *Stratified Random Sampling* yang digunakan adalah proporsional yaitu sampel sebanding dengan jumlah populasi.

$$\text{Sampel} = \frac{\text{populasi}}{\text{totalpopulasi}} \times \text{Total Sampel}$$

$$\text{Mustahiq} = \frac{2738}{6965} \times 100 = 39,32$$

$$\text{Muzakki} = \frac{4227}{6965} \times 100 = 60,69$$

D. Defenisi Operasional

Penelitian ini menggunakan keempat perspektif *Balance Scorecard*, perspektif itu adalah keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pertumbuhan pembelajaran. David Norton dan Robert Kaplan mengemukakan dalam Freddy Rangkuti keempat perspektif tersebut adalah:

1. Perspektif keuangan

Perspektif keuangan merupakan tujuan kinerja keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Perspektif keuangan mengacu pada konsekuensi keuangan global dari ketiga perspektif keuangan lainnya. Tujuan dari ukuran perspektif lain harus dihubungkan dengan perspektif keuangan.

2. Perspektif pelanggan

Pelanggan adalah sumber komponen pendapatan dari tujuan keuangan, perspektif ini mendefinisikan dan memilih pelanggan dan segmen pasar diaman perusahaan memutuskan untuk bersaing.

3. Perspektif proses bisnis internal

Adalah proses bisnis akan terlihat dari pencapaian tingkat inovasi (munculnya produk baru), operasional dan produksi yang semakin baik.

4. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran

Dalam perspektif pertumbuhan dan pembelajaran meliputi sumber daya manusia, aktivitas operasional organisasi, sistem dan prosedur organisasi. Faktor karyawan merupakan salah satu hal terpenting dalam kegiatan unit bisnis untuk mendukung keberhasilan suatu organisasi.⁸

E. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah sesuatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁹ Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Meneliti dengan data yang sudah ada dan lebih tepat kalau dinamakan membuat laporan dari pada melakukan penelitian.¹⁰ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur perspektif pelanggan adalah angket/kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan *Skala Likert*. *Skala likert* adalah suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seorang

⁸ Freddy Rangkuti, *Swot Balance Scorecard Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011) h. 5-6

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 114

¹⁰ *Ibid*, h. 102

tentang kelompok atau subjek, objek atau kejadian tertentu. Instrument ini digunakan dalam pengukuran perspektif pelanggan.

Pertanyaan yang disajikan dalam kusioner ini adalah pertanyaan tertutup, yaitu model pertanyaan tersebut disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat dan pilihannya. Alat ukur ini digunakan dengan lima alternatif jawaban dan setiap jawaban diberi poin.

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-kisi instrumen. Kisi-kisi instrumen penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian.

NO	Variabel	Indikator	Alat Ukur
1.	Kepuasan Pelanggan (Muzakki dan Mustahiq)	a. Kepuasan fisik (Tangible) b. Keandalan (Reability) c. Ketanggapan (Responsiveness) d. Jaminan (Assurance) e. Simpati (Empaty)	Skala Likert

F. Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecah masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dipercaya dan akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Angket (kuisisioner)

Angket adalah sejumlah pertanyaan/pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya, atau hal yang ia ketahui.¹¹

b. Dokumentasi

Merupakan metode penelitian untuk memperoleh data dokumen yang berupa catatan laporan kerja, notulen rapat, catatan kasus, transkrip nilai, foto, dan lain sebagainya.¹² Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari BAZNAS Kabupaten Solok Selatan adalah laporan keuangan dan laporan kerja yang diperlukan peneliti.

c. Wawancara

Adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur berhadapan dengan yang diwawancara, dan dapat juga secara tidak terstruktur seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.¹³ Pertanyaan diajukan kepada responden yaitu

¹¹Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h.203

¹²*Ibid*, h. 106

¹³Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 51

pengurus BAZNAS Kabupaten Solok Selatan serta *mustahiq* dan *muzakki* yang menjadi penerima dan pemberi zakat.

2. Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.¹⁴ Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara serta data kuisisioner dan data yang langsung diambil dari BAZNAS Kabupaten Solok Selatan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang di ambil secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder biasanya mengambil dari dokumen-dokumen (laporan, karya tulis orang lain, koran, majalah) atau seseorang yang mendapatkan informasi dari orang lain.¹⁵ Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal dan dokumen.

¹⁴*Ibid.*, h. 22

¹⁵Irawan Prasetya, *Logika Prosedur Penelitian, Pengantar Teori dan Pengaduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan peneliti Pemula* (Jakarta : STIA -LAN 1999) h. 86

G. Teknik Analisis Data

1. Perspektif keuangan

Rasio yang digunakan dalam rasio keuangan adalah sebagai berikut:

- a. Rasio ekonomi mengukur kemampuan organisasi dalam melakukan penghematan terhadap dana yang telah dianggarkan

$$\frac{\text{realisasi pengeluaran institusi}}{\text{anggaran yang ditetapkan BAZNAS}} \times 100\%$$

- b. Rasio efisiensi untuk mengetahui antara perbandingan antara pengeluaran organisasi dengan pendapatan yang di peroleh.

$$\frac{\text{pengeluaran dalam rangka memperoleh pendapatan}}{\text{realisasi pendapatan}} \times 100\%$$

- c. Rasio efektifitas untuk mengukur berhasil tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuannya

$$\frac{\text{realisasi pendapatan}}{\text{target yang ditetapkan BAZNAS}} \times 100\%$$

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

2. Perspektif pelanggan

Pengukuran pada perspektif pelanggan adalah :

- a. Retensi pelanggan (*Customer Retention*) untuk mengetahui kemampuan organisasi dalam mempertahankan pelanggan.

$$\frac{\text{Jumlah pelanggan lama}}{\text{Total pelanggan}} \times 100\%$$

- b. Akuisisi pelanggan (*Customer Acquisition*) untuk mengetahui organisasi dalam menarik minat pelanggan baru dalam menggunakan produk atau jasa yang telah ditawarkan.

$$\frac{\text{Jumlah pelanggan baru}}{\text{Total pelanggan}} \times 100\%$$

- 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 dikelompokkan dan analisis berdasarkan kuisioner yang diperoleh dari tanggapan responden dengan menggunakan tabulasi data. Dalam pengukuran kepuasan ini analisis deskriptif terdiri dari :

- a) Verifikasi 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 sequal

2) Metode Analisis Servqual

Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atas kepuasan jasa yang diterimanya adalah metode sevqual. Metode ini menggunakan *user based-approach* (melakukan pendekatan) yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuisiner dan mengandung dimensi kualitas jasa seperti tangibles, responsive, reability, assurance dan empathy dengan rumus:

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Tujuan dari penggunaan dimensi sevqual dalam pengukuran kesenjangan adalah untuk melakukan program perbaikan dalam pengendalian jasa layanan yang digunakan sebagai alternative usulan dalam perbaikan kualitas jasa yang berorientasi terhadap kepuasan pelanggan sebagai salah satu strategi perusahaan dalam memberdayakan *Total Quality Service*¹⁶

Pada penelitian ini digunakan skor 1-5, selisih gap antara persepsi dengan harapan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan paling rendah terjadi apabila kinerja jauh dibawah harapan yaitu saat kinerja minimal 1 sedangkan harapan maksimal 5 nilainya $1-5 = -4$ sebaliknya kepuasan paling tinggi terjadi ketika kinerja jauh melampaui harapan yaitu saat kinerja maksimal 5 sedangkan

¹⁶Fandy tjipono, Pemasaran Jasa, (Jakarta: Andi,) 2014., h.271

harapan 1 nilainya $5-1=4$ rentang kepuasan atau selisish gap -4 sampai 4 dengan interval sebagai berikut:

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

Hasil pengolahan data kuisisioner akan dilakukan dengan menggunakan metode *Importance 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:¹⁷

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

Dimana

Xi = rata-rata skor tingkat kepuasan faktor ke- i

Yi = rata-rata skor tingkat kepentingan faktor ke- i

$\sum Xi$ = total skor untuk tingkat kepuasan faktor ke- i

$\sum Yi$ = total skor untuk tingkat kepentingan faktor ke- i

¹⁷Feridiana Widi Astuti dkk, *Analisis Kepuasan Pelanggan di PT. X dengan metode Service Quality*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 3 No. 1 (2017)

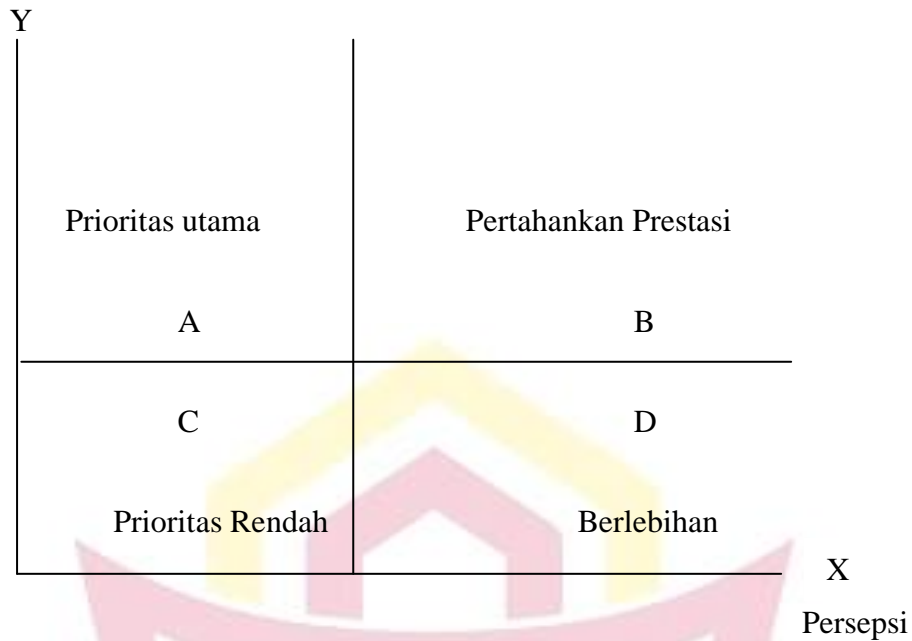
n = jumlah responden

Secara umum langkah-langkah IPA adalah sebagai berikut:¹⁸

- a) Pertama, mengidentifikasi elemen-elemen atau aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
- b) Kedua, mengembangkan instrument survey yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen atau aspek-aspek yang diperoleh dilangkah satu.
- c) Ketiga, menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen
- d) Keempat, rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot kedalam matriks dua dimensi, biasanya sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata actual.

¹⁸ Heru Winarto dan Tb.Absor, *Analisis Kualitas pelayanan Dengan Metode Service Quality Dan Importance Performance Analysis*, Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik Vol. 1 No.2 November 2017, h.70

Harapan



Sumber: Heru Wianarno

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Prioritas Utama (*Concentrate Here*) Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan 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 dan atau diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen

sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

- c) Prioritas Rendah (*Low Priority*) Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau 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.
- d) Berlebihan (*Possibly Overkill*) 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.

3. Perspektif proses bisnis internal

Pada perspektif ini dilakukan dengan metode wawancara, aspek yang diteliti yaitu:

a. Proses inovasi

Pada proses ini akan dilihat bagaimana BAZNAS menciptakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

b. Proses operasi

Tahapan ini adalah tahapan dimana BAZNAS secara nyata memberikan solusi kepada pelanggan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

4. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran

a. Retensi karyawan

Untuk mengukur kemampuan organisasi untuk dapat mempertahankan karyawannya. Retensi karyawan merupakan kemampuan perusahaan atau organisasi dalam mempertahankan pekerja-pekerja terbaik untuk terus berada dalam organisasinya. Pengukurannya dengan cara membandingkan antara jumlah karyawan keluar dengan total karyawan tahun berjalan.¹⁹

b. *Employee training*

Mengukur kemampuan organisasi dalam melakukan kegiatan training guna meningkatkan keterampilan dan kompetensi yang dimiliki karyawan.²⁰

¹⁹Bestari Dwi Handayani, *Pengukuran Kinerja Organisasi dengan pendekatan Balance scorecard*, Vol.2 No.1 (2011) h. 89

²⁰Wulan Ayu Widhiyanigrat, *op cit*, h. 7