

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab metodologi penelitian ini membuat tujuan penelitian, tempat penelitian, waktu penelitian, metode penelitian, populasi, sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data terhadap penelitian yang dilakukan.

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Mengetahui apakah ada pengaruh kepemimpinan terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.
- b. Mengetahui apakah ada pengaruh intensitas persaingan terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.
- c. Mengetahui apakah ada pengaruh budaya organisasi terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.
- d. Mengetahui apakah kepemimpinan, intensitas perusahaan, budaya organisasi secara simultan dapat mempengaruhi strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di ASIRI (Asosiasi Industri Rekaman Indonesia) yang beralamat di RIFA Building 5th Floor (Depan Kuningan City), Jl. Prof. DR. Satrio Blok C-4 Kav 6-7 Kuningan, Jakarta Selatan 12950, Telephone

+62 21 52 60 747 , Fax: +62 21 52 60 742 dan Email:info@asiri.co.id. Penelitian diawali dengan pembuatan proposal ijin penelitian pada ASIRI., Selain itu, dilakukan penyebaran kuesioner kepada para direktur atau manajer perusahaan musik rekaman, guna mengetahui pengaruh kepemimpinan, intensitas persaingan dan budaya organisasi terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman .

C. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat menjelaskan dan deskriptif yaitu studi yang dapat mengetahui dan mampu menjelaskan karakteristik dari variabel yang akan diteliti. Dengan penelitian deskriptif ini mampu menjelaskan variabel pengaruh kepemimpinan, intensitas persaingan, budaya organisasi terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan. Penelitian deskriptif menurut Siregar adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau penghubungan dengan variabel yang lain.⁶³ Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data, baik data yang bersifat data sekunder maupun data primer, dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis guna memperoleh data-data tepat, sehingga dapat dijadikan sebagai sebuah informasi yang penting dan berguna dalam proses penyusunan suatu penelitian. Menurut Sugiyono adalah sebagai berikut: “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan

⁶³ Ir.Syofian Siregar,M.M, Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS (Jakarta:Kencana Prenadamedia,2014),h.7.

untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.⁶⁴ Sedangkan metode kuantitatif adalah sebagai berikut: “Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.⁶⁵

D. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan dan meliputi karakteristik yang dimilikinya. Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga sebagai obyek penelitian.⁶⁶

Perusahaan musik rekaman yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni perusahaan musik rekaman yang telah menjadi anggota ASIRI. Asosiasi Industri Rekaman Indonesia atau yang lebih dikenal sebagai ASIRI adalah sebuah asosiasi yang beranggotakan 69 perusahaan rekaman yang berada di seluruh Indonesia. ASIRI didirikan pada tahun 1978 dan hingga saat ini eksistensinya terus berkembang untuk menjadi pemimpin di garis depan di dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi

⁶⁴ Sugiyono, 2010. Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Penerbit ALFABETA

⁶⁵ Ibid

⁶⁶ Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta. 1999

oleh perusahaan musik rekaman di Indonesia terlebih di era distribusi musik *online* dan *mobile channels* saat ini. Yang dimaksud populasi dalam penelitian ini adalah seluruh sumber daya manusia yang bekerja di perusahaan musik rekaman untuk level direktur atau manajer. Berdasarkan data dari ASIRI diketahui sebanyak 69 perusahaan musik rekaman yang telah menjadi anggota. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode sensus* yaitu seluruh populasi digunakan sebagai sampel, di mana jumlahnya adalah 69 responden. Analisis SEM membutuhkan sampel minimal 100, dan distribusi data harus bersifat normal dan berhubungan linier, sementara resiko data berdasarkan sampel yang akan diambil belum tentu memiliki struktur normal dan linier. Maka diputuskan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) karena selain distribusi bebas juga memerlukan data yang relatif lebih sedikit (bisa kurang dari 100 sampel).

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperoleh dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer

Data primer memiliki definisi yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Adapun sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah berasal dari

a. Wawancara

yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh Informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur dan individual,

ketika seorang responden ditanyai pewawancara guna mengungkapkan perasaan, motivasi, sikap atau keyakinannya terhadap suatu topik Manajemen stratejik

b. Kuesioner

yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagi menjadi dua, yaitu kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden dan kuesioner yang bertujuan untuk gambaran mengenai kepemimpinan, intensitas persaingan, budaya organisasi untuk menentukan strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.

2.Data Sekunder

Data sekunder dapat didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan lain. Artinya, periset adalah “tangan kedua” yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut (yang kadang sudah terwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkan di lapangan. Dalam penelitian ini, sumber data berasal dari:

a. *Survey literature*, yaitu teknik pengumpulan data yang dengan menggunakan dokumentasi dari tinjauan karya publikasi dan nonpublikasi dari sumber sekunder dalam bidang minat khusus peneliti.

b. Data Instansi, yaitu data-data yang diperoleh peneliti dari instansi, tempat penelitian akan berlangsung. Data ini berasal dari dokumentasi instansi yang digunakan untuk mendukung data yang telah diperoleh

melalui riset lapangan. Data yang diambil berupa data tentang rencana pengembangan musik industri nasional 2015-2019.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Variabel Penelitian

Secara lebih rinci, instrumen variabel penelitian akan dituangkan ke dalam definisi konseptual, definisi operasional, kisi-kisi instrumen, skala pengukuran instrumen, serta pengujian validitas dan penghitungan reliabilitas sebagaimana diuraikan di bawah ini.

1. Instrumen Variabel Kepemimpinan

a. Definisi Konseptual

Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi dan menanamkan keyakinan untuk memperoleh dukungan dari anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan itu ada pada diri pemimpin atau manajer. Dari aspek karakteristik dibedakan antara karakteristik pemimpin (*leader*) dengan karakteristik manajer. karakteristik pemimpin di Abad XXI adalah: *Innovates* (menciptakan sesuatu yang baru); *An original* (asli dari pemimpin); *Develops* (mengembangkan); *Focuses on people* (terkonsentrasi pada manusia); *Inspires trust* (menghidupkan rasa percaya); *Long-range perspective* (memiliki prespektif jangka panjang); *Asks what and why* (ia menanyakan apa dan mengapa); *Eye on the horizon* (berpandangan sama pada sesamanya); *Originates* (memiliki keaslian); *Challenges the Status quo* (menentang kemapanan); *Own person* (mengakui tanggung jawab ada pada pemimpin); *Does the right thing* (mengerjakan yang benar).

b. Definisi Operasional

Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi dan menanamkan keyakinan untuk memperoleh dukungan dari anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan perusahaan musik rekaman dalam melakukan usaha bisnisnya untuk mencapai kinerja perusahaan yang unggul dengan melakukan *Innovates, An original, Develops, Focuses on people, Inspires trust, Long-range perspective*.⁶⁷

c. Kisi-kisi Instrumen

Dalam operasional variabel kepemimpinan pada Tabel 3.1 dijelaskan bahwa dimensi kepemimpinan yang digunakan adalah pola kepemimpinan menurut teori dari Kouzes dan Posner, di mana praktik kepemimpinan diukur melalui dimensi *model the way* – mencontohkan caranya, *Inspire a shared Vision* – Menginspirasi visi bersama, *Challenge the Process* – menantang proses, *Enable others to Act* – Memungkinkan orang lain bertindak.⁶⁸

Tabel 3.1
Operasional Variabel Kepemimpinan

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Instrumen
Kepemimpinan	Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi dan menanamkan keyakinan untuk memperoleh dukungan dari	Model the way – mencontohkan caranya (X5)	1. Menyelaraskan kata-kata dengan perbuatan.	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 1
			2. Memiliki kesadaran terhadap lingkungan	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 2
			3. Menyuarakan aspirasi pengikutnya	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 3
			4. Partisipasi langsung		

⁶⁷ Dina Haya Shupa, Pengaruh Gaya Kepemimpinan Atasan terhadap komitmen Organisasi Karyawan PT.X,2013

⁶⁸ Kompasiana, *Kepemimpinan Versi Kouzes dan Posner*, 23 Maret 2010

anggota organisasi untuk mencapai tujuan		5. Memanfaatkan setiap peluang	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 4
			Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 5
	Inspire a shared vision - menginspirasi visi bersama (X6)	1. Mempunyai visi Kedepan	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 6
		2. Berpikir maju	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 7
		3. Optimis	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 8
		4. Visi disampaikan dengan baik	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 9
		5. Komunikasi intensif.	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 10
		6. Memiliki pengetahuan	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 11
	Challenge the process - Menantang Proses (X5)	1. Memiliki ide – ide bagus	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 12
		2. Melibatkan eksperimen	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 13
		3. Berani mengambil resiko	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 14
		4. Memotivasi pengikutnya	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 15
		5. Berinovasi	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 16
Enable others to act - memungkinkan orang lain bertindak (X7)	1. Membangun kolaborasi	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 17	
	2. Orientasi kerja	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 18	
	3. Kerja sama tim	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 19	
	4. Memberikan Kepercayaan	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 20	
	5. Menghasilkan kerja	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 21	
	6. Optimal	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 21	
	7. Optimal	Menggunakan Skala Likert 1-5	KP 21	

2. Instrumen Variabel Intensitas Persaingan

a. Definisi Konseptual

Intensitas persaingan merupakan tingkat persaingan yang dihadapi

perusahaan dalam wilayah dan pangsa pasar yang sama persaingan atau kompetisi muncul dikarenakan berdirinya perusahaan-perusahaan lain yang menjadi pesaing. Intensitas persaingan mengacu pada tingkat kompetisi yang harus dihadapi perusahaan di dalam pasar global sehingga diperlukan model pendekatan kontijensi. Secara khusus, intensitas persaingan terkait dengan jumlah kompetitor lokal, frekuensi penggunaan teknik pemasaran untuk meraih pangsa pasar, jumlah kompetitor yang menggunakan teknik tersebut, dan intensitas penggunaan teknik tersebut .

b. Definisi Operasional

Intensitas persaingan adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk melakukan kompetisi dengan merumuskan strategi yang akan diambil untuk memenangkan persaingan, persaingan yang ketat mempengaruhi perusahaan untuk menciptakan strategi perusahaan yang lebih *inovatif* dan *integratif*.

c. Kisi-kisi Instrumen

Dalam operasional variabel Intensitas Persaingan pada Tabel 3.2 dijelaskan bahwa dimensi intensitas persaingan menurut Jayachandram diukur melalui pernyataan jumlah pesaing, tingkat pertumbuhan , frekuensi penggunaan teknologi, frekuensi penggunaan teknik. Sedangkan indikator

yang digunakan adalah mengadopsi dari penelitian Dwi Afriyanto.⁶⁹

Tabel 3.2
Operasional Variabel Intensitas Persaingan

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Instrumen
Intensitas Persaingan	Intensitas Persaingan merupakan tingkat persaingan yang dihadapi perusahaan dalam area wilayah dan pangsa pasar yang sama	Jumlah pesaing (X4)	1. Jumlah perusahaan musik rekaman di Indonesia	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 1
			2. Jumlah organisasi musik rekaman di Indonesia	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 2
			3. Perusahaan asing masuk ke Indonesia	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 3
			4. Perusahaan asing bekerjasama dengan perusahaan lokal	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 4
		Tingkat Pertumbuhan Pesaing (X5)	1. Target market produk	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 5
			2. Identifikasi pesaing	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 6
			3. Membandingkan Perusahaan dengan pesaing	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 7
			4. Memenangkan persaingan	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 8
			5. Keunggulan kompetitif	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 9
		Frekuensi perubahan teknologi dalam industry (X3)	1. Teknologi baru	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 10
			2. Promosi di media Sosial	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 11
			3. Bekerjasama dengan perusahaan lain	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 12
		Frekuensi Penggunaan teknik Pemasaran (X4)	1. Distribusi secara Merata	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 13
			2. Memperluas Distribusi	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 14

⁶⁹ Dwi Afriyanto, *Pengaruh Faktor Dukungan Pemerintah, Kondisi Politik Dan Persaingan Usaha Terhadap Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi PT. Wijaya Karya (Persero) Tbk*, 2014

			3. Peluang Pasar	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 15
			4. Perluasan lini produk	Menggunakan Skala Likert 1-5	IP 16

3. Instrumen Variabel Budaya Organisasi

a. Definisi Konseptual

Budaya organisasi adalah kumpulan nilai-nilai dan unsur-unsur yang menentukan identitas dan perilaku suatu organisasi. Budaya organisasi sebagai suatu perangkat asumsi dasar akan membantu anggota kelompok dalam memecahkan masalah pokok dalam menghadapi kelangsungan hidup, baik dalam lingkungan eksternal maupun internal, sehingga akan membantu anggota kelompok dalam mencegah ketidakpastian situasi. Pemecahan masalah yang telah ditemukan ini kemudian dialihkan pada generasi berikutnya sehingga akan memiliki kesinambungan.

b. Definisi Operasional

Budaya organisasi adalah sebuah sistem makna bersama yang dianut oleh para anggota yang membedakan suatu organisasi dari organisasi-organisasi lainnya. Budaya organisasi berkaitan dengan bagaimana karyawan memahami karakteristik budaya suatu organisasi, dan tidak terkait dengan apakah karyawan menyukai karakteristik itu atau tidak.

c. Kisi-kisi Instrumen

Dalam operasional variabel budaya organisasi Tabel 3.3 dijelaskan bahwa dimensi budaya organisasi diukur melalui pernyataan kultur

market, kultur hirakis, kultur adhokrasi dan kultur *clan* sesuai dengan penelitian dari Deshpande dkk,⁷⁰ sebagai berikut:

- Kultur *market* merupakan budaya organisasi yang menekankan pada upaya atau komitmen perusahaan untuk memenangkan persaingan
- Kultur hirakis merupakan budaya organisasi yang lebih menekankan pada prediktabilitas dan operasi yang rapi dalam bidang birokrasi organisasi.
- Kultur adhokrasi merupakan budaya organisasi yang memberikan fokus pada inovasi, *entrepreneurship*, dan pengambilan resiko guna menghasilkan kinerja pasar yang lebih baik.
- Kultur *clan* merupakan budaya organisasi yang menekankan pada fleksibilitas dan kebijakan daripada stabilitas dan integrasi.

Tabel 3.3
Operasional Variabel Budaya Organisasi

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Instrumen
Budaya Organisasi	Budaya Organisasi adalah kumpulan nilai-nilai dan unsur-unsur yang menentukan identitas dan perilaku suatu organisasi	Kultur Market (X4)	1. Hasil Memuaskan	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 1
			2. Pekerjaan dituntaskan	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 2
			3. Fokus Jangka Panjang	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 3
			4. Kompetitif	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 4
		Kultur Hirakis (x5)	1. Formal	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 5
			2. Terstruktur	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 6

⁷⁰ Deshpande dkk, *Tesis Analisis Pengaruh Tingkat Kesuksesan Produk Baru Dalam Meningkatkan Kinerja Outlet Pada PT. Tekomsel Wilayah Kota Semarang*, 1993

		3. Aturan yang jelas	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 7
		4. Penjadwalan	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 8
		5. Keamanan dalam bekerja	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 9
	Kultur Adhokasi (X3)	1. Tempat Kerja Dinamis	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 10
		2. Kreatif	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 11
		3. Bersedia mengambil resiko	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 12
	Kultur Clan (X5)	1. Ramah	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 13
		2. Bersahabat	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 14
		3. Loyalitas	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 15
		4. Komitmen	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 16
		5. Kerja tim	Menggunakan Skala Likert 1-5	BO 17

4. Instrumen Variabel Strategi Bisnis

a. Definisi Konseptual

Strategi bisnis merupakan strategi yang di jadikan acuan bagi langkah fundamental yang di rencanakan untuk dijalankan sesuai dengan tujuan perusahaan. perusahaan-perusahaan memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan dengan cara mengimplementasikan strategi-strategi yang mengeksplorasi kekuatan-kekuatan, merespon peluang-peluang lingkungan, dan pada saat yang sama menetralsir ancaman-ancaman eksternal dan meminimalisasi kelemahan-kelemahan internal.

b. Definisi Operasional

Strategi bisnis adalah arah atau pandangan yang akan dilaksanakan dan pola kerja yang akan diterapkan oleh suatu perusahaan. Strategi menjadi dasar acuan perusahaan dalam menentukan langkah-langkah ke depan untuk menyongsong tingginya tingkat persaingan.

c. Kisi-kisi Instrumen

Dalam operasional strategi bisnis perusahaan musik rekaman Tabel 3.4 dijelaskan bahwa dimensi strategi bisnis diukur melalui pernyataan ***Futurity of decisions, Integration of decisions, Product market innovation, Proactiveness of decisions***

Tabel 3.4
Operasional Variabel Strategi Bisnis

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Instrumen
Strategi Bisnis	Strategi Bisnis merupakan strategi yang dijadikan acuan bagi langkah fundamental yang direncanakan untuk dijalankan sesuai dengan tujuan perusahaan	Futurity Of Decisions (X6)	1. Produk sesuai dengan keinginan konsumen	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 1
			2. Strategi jangka panjang	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 2
			3. Pemilihan strategi	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 3
			4. Pengembangan visi	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 4
			5. Mengidentifikasi peluang dan ancaman	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 5
			6. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 6
		Integration Of Decision (X5)	1. Penggabungan aspek	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 7
			2. Memonitor Unit	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 8
			3. Mengukur Kinerja	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 9
			4. Melakukan perbaikan	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 10
			5. Sistem Informasi terintegrasi	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 11

	Product Market Innovation (X5)	1. Memberikan pelayanan yang baik	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 12
		2. Peraturan kerja yang Jelas	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 13
		3. Beradaptasi dengan perubahan lingkungan	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 14
		4. Inovasi produk dan Jasa	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 15
		5. Memperhatikan peluang yg ada	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 16
	Proactiveness Of Decisions (X3)	1. Transparan dalam informasi	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 17
		2. Keputusan investor rasional	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 18
		3. Tanggung Jawab sosial	Menggunakan Skala Likert 1-5	SB 19

5. Instrumen Variabel Kinerja Perusahaan

a. Definisi Konseptual

Kinerja perusahaan merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan.

b. Definisi Operasional

Kinerja perusahaan menunjukkan ukuran prestasi yang diperoleh suatu perusahaan setelah perusahaan tersebut melakukan berbagai proses aktivitas perusahaan secara menyeluruh.

c. Kisi-kisi Instrumen

Dalam operasional kinerja perusahaan musik rekaman Tabel 3.5 dijelaskan bahwa dimensi kinerja perusahaan diukur melalui pernyataan efektivitas, efisiensi, peningkatan penjualan, pencapaian tujuan perusahaan.

Tabel 3.5
Operasional Variabel Kinerja Perusahaan

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Instrumen
Kinerja Perusahaan	Kinerja perusahaan merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan	Efektifitas (X5)	1. Proses usaha lebih efektif	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 1
			2. Tenaga kerja sesuai kebutuhan	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 2
			3. Modal usaha dikelola dengan efektif	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 3
			4. Program promosi yang efektif	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 4
			5. Pemakaian alat kerja secara efektif	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 5
		Efisiensi (X6)	1. Proses Kerja Efisien	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 6
			2. Penilaian kerja yang memperhitungkan ketepatan waktu	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 7
			3. Ketepatan waktu kerja dapat membantu produktivitas	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 8
			4. Pemanfaatan waktu kerja sesuai standard	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 9
			5. Pemanfaatan Sumber daya secara efisien	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 10
			6. Jaringan distribusi yang mendekati pelanggan	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 11
		Peningkatan Penjualan (X3)	1. Memperhitungkan biaya operasional	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 12
			2. Rencana anggaran Keuangan	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 13
			3. Peningkatan Penjualan	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 14
		Pencapaian Tujuan Perusahaan (X3)	1. Pencapaian Tujuan	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 15
			2. Melaksanakan Visi	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 16
			3. Melaksanakan Budaya organisasi	Menggunakan Skala Likert 1-5	K 17

2. Skala Pengukuran Instrumen

Setelah ditetapkan *item-item* dari variabel yang ada, maka langkah selanjutnya adalah mengadakan pengukuran atas variabel-variabel tersebut. Semua *item* menggunakan skala *Likert* dengan 1-5 alternatif pilihan jawaban. Skala *Likert* ini mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala *Likert* ini juga dirancang untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang mengukur suatu objek. Sebagaimana yang ditampilkan Tabel 3.6 bahwa pada ujung sebelah kiri berupa angka rendah yang menggambarkan jawaban yang bersifat besar negatif (sangat tidak setuju) dan pada ujung sebelah kanan berupa angka besar yang menggambarkan jawaban yang bersifat positif (sangat setuju)

Tabel 3.6 Tanggapan Responden dalam Skala Likert

Skala				
1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat Setuju	

Adapun kriteria penilaian dengan bobot skor dijabarkan pada tabel 3.7

Tabel 3.7 Kriteria Penilaian Skala Likert 5 Poin dengan bobot skor

Pilihan	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu -ragu (RG)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

4. Pengujian Validitas instrumen dan penghitungan reliabilitas

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada teknik pengumpulan data, bahwa salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup di mana setiap *item* berbentuk skala. Pada setiap pernyataan terdapat rentang skala jawaban. Responden diminta untuk menentukan skala mana yang paling sesuai menggambarkan keadaan dirinya. Kuesioner kepemimpinan terdiri dari 15 *item* pernyataan. Penyebaran *item* berdasarkan tiap indikator akan ditampilkan pada Tabel 3.8. untuk kuesioner intensitas persaingan terdiri dari 13 *item* pernyataan. Penyebaran *item* berdasarkan tiap indikator akan ditampilkan pada Tabel 3.9. Sementara itu, implementasi budaya organisasi terdiri dari 12 *item* pernyataan. penyebaran *item* berdasarkan tiap indikator akan ditampilkan pada Tabel 3.10. untuk kuesioner strategi bisnis terdiri dari 16 *item* penyebaran *item* berdasarkan tiap indikator akan ditampilkan pada Tabel 3.11. untuk kuesioner kinerja perusahaan terdiri dari 17 *item* pernyataan

Tabel 3.8
Penyebaran *Item* Pernyataan Kepemimpinan

Uraian	No. <i>Item</i>	Total
<i>Model the way</i>	KP 1, KP 2, ,KP 3, KP 4,	4
<i>Inspire a shared vision</i>	KP 5, KP 6, ,KP 7, KP 8	4
<i>Challenge the process</i>	KP 9, KP 10, KP 11, KP 12	4

<i>Enable Other to act</i>	KP 13, KP 14, KP 15,	3
	Total	15

Tabel 3.9
Penyebaran *Item* Pernyataan Intensitas Persaingan

Uraian	No. <i>Item</i>	Total
Jumlah Pesaing	IP 1, IP2, IP3,	3
Tingkat Pertumbuhan Pesaing	IP4, IP5, IP6,	3
Frekuensi perubahan teknologi dalam industri	IP7, IP8, IP9	3
Frekuensi Penggunaan teknik pemasaran	IP 10, IP 11, IP 12, IP 13	4
	Total	13

Tabel 3.10
Penyebaran *Item* Pernyataan Budaya Organisasi

Uraian	No. <i>Item</i>	Total
Kultur <i>market</i>	BO 1, BO 2, BO 3,	3
Kultur Hirakis	BO 4, BO 5, BO6	3
Kultur Adhokasi	BO 7, BO 8, BO 9	3
Kultur <i>Clan</i>	BO 10, BO 11, B0 12	3
	Total	12

Tabel 3.11
Penyebaran Item Pernyataan Strategi Bisnis

Uraian	No. Item	Total
<i>Futurity of decisions</i>	SB 1, SB 2, SB 3, SB 4,	4
<i>Integration of decision</i>	SB 5, SB 6, SB7, SB 8	4
<i>Product market innovation</i>	SB 9, SB 10, SB 11, SB 12, SB 13	5
<i>Proactiveness of decisions</i>	SB 14, SB 15, SB 16	3
	Total	16

Tabel 3.12
Penyebaran Item Pernyataan Kinerja Perusahaan

Uraian	No. Item	Total
Efektifitas	K 1, K 2, K 3, K 4,	4
Efisiensi	K 5, K 6, K 7	3
Peningkatan Penjualan	K 8, K 9,	2
Pencapaian tujuan perusahaan	K 10, K 11,	2
	Total	11

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan pemeriksaan validitas konvergen dengan nilai batas angka *Tstatistic* lebih tinggi dari 1,960 (Hair,

2013). Apabila $T_{\text{statistic}} > 1,960$, maka *item* yang dimaksud dinyatakan *valid* (sahih)⁷¹.

Kriteria ;

- Jika $t_{\text{hitung}} > 1,96$, maka *item* dinyatakan valid
- Jika $t_{\text{hitung}} < 1,96$ maka *item* dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercayai. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *internal consistency reliability* dengan angka reliabilitas sebesar 0,70 atau lebih tinggi (Hair, 2013). Apabila setiap nilai *composite reliability* $> 0,70$ maka *item* yang dimaksud dapat dinyatakan reliabel⁷².

Kriteria ;

- Jika $r > 0.70$, maka *item* dinyatakan reliabel
- Jika $r < 0.70$ maka *item* dinyatakan tidak reliabel

F. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). PLS dapat digunakan pada setiap jenis skala data (nominal, ordinal, interval, rasio) serta syarat asumsi yang lebih fleksibel. PLS juga digunakan untuk mengukur hubungan setiap indikator dengan konstraknya. Selain itu, dalam PLS dapat dilakukan uji *bootstrapping* terhadap struktural model yang bersifat *outer model* dan *inner model*.

⁷¹ Acton QA, 2013, *Hair Preparations – Advances in Research and Application*, Scholarly Editions, Atlanta, h. 19.

⁷² *ibid*

Karena dalam penelitian ini menggunakan indikator untuk mengukur setiap konstraknya, dan juga model pengukuran bersifat struktural, maka diputuskan menggunakan PLS. PLS dapat digunakan untuk tujuan konfirmasi, seperti pengujian hipotesis dan tujuan eksplorasi. Tetapi PLS lebih mengutamakan sebagai eksplorasi daripada konfirmasi. Namun tujuan utama dari PLS adalah untuk menjelaskan hubungan antar konstruk dan menekankan pengertian tentang penilaian hubungan tersebut.⁷³ Dalam hal ini, hal penting yang harus diperhatikan adalah keharusan adanya teori yang memberikan asumsi untuk menggambarkan model pemilihan variabel, pendekatan analisis, dan interpretasi hasil.

Langkah- langkah analisis dengan metode *Partial Least Square* (PLS):

1. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model ini digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Indikator dalam penelitian ini adalah reflektif karena indikator variabel laten mempengaruhi indikatornya, untuk itu digunakan 3 cara pengukuran yaitu:⁷⁴

a. Convergent Validity

Convergent Validity mengukur besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten. Dalam evaluasi *convergent validity* dari pemeriksaan individual *item reliability*, dapat dilihat dari *standardized loading factor*.

⁷³ Heri Kurniawan, *Generasi baru mengelola data penelitian dengan partial least square path modeling*, Penerbit Salemba Infotek, Jakarta, 2011

⁷⁴ Sofyan Yamin, *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, Salemba Infote, Jakarta, 2009

Standardized loading factor menggambarkan besarnya korelasi antar setiap *item* pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Korelasi dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai >0,5

b. *Discriminant Validity*

Evaluasi selanjutnya adalah melihat dan membandingkan antara *discriminant validity* dan *square root of average variance extracted* (AVE). Model pengukuran dinilai berdasarkan pengukuran *cross loading* dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan setiap indikatornya lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi indikator lebih baik daripada konstruk lainnya.

Jika nilai \sqrt{AVE} lebih tinggi daripada nilai korelasi diantara konstruk, maka *discriminant validity* yang baik tercapai. direkomendasikan apabila AVE lebih besar dari 0,5⁷⁵

Berikut rumus untuk menghitung AVE :

$$AVE = \frac{\sum \lambda_{i2}}{\sum \lambda_{i2} + \sum_i \text{Var}(\epsilon_1)}$$

- a. Dimana λ_i adalah faktor *loading* (*convergent validity*), dan $\epsilon_1 = 1 - \lambda_{i2}$. pengukuran *Discriminant Validity* dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan nilai *composite reliability* (*pc*).⁷⁶

⁷⁵ ibid

⁷⁶ Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Semarang : Badan Penerbit Undip, 2006

b. *Composite Reliability*

Untuk menentukan *composite reliability*, apabila nilai *composite reliability* $pc > 0,8$ dapat dikatakan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang tinggi atau reliabel dan $pc > 0,6$ dikatakan cukup reliable.⁷⁷ Berikut rumus untuk menghitung *composite reliability* (pc):

$$PC = \frac{(\sum \lambda_1)^2}{(\sum \lambda_1)^2 + \sum_i \text{var}(\epsilon_i)}$$

c. *Cronbach Alpha*

Dalam PLS, uji reliabilitas diperkuat dengan adanya *cronbach alpha* dimana konsistensi setiap jawaban diujikan. *Cronbach alpha* di katakan baik apabila $\alpha \geq 0,5$ dan dikatakan cukup apabila $\alpha \geq 0,3$.

2. Merancang Model Struktur (Inner Model)

Model struktur dievaluasi dengan menggunakan R-square (R^2) untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevan* dan uji t serta signifikan dari koefisien parameter jalur *structural*. R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Kriteria batasan nilai R^2 ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67, 0,33 dan 0,19. Pengaruh besarnya f^2 dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ include} - R^2 \text{ exclude}}{1 - R^2 \text{ include}}$$

⁷⁷ Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan. *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*, Penerbit Salemba Infotek, 2009

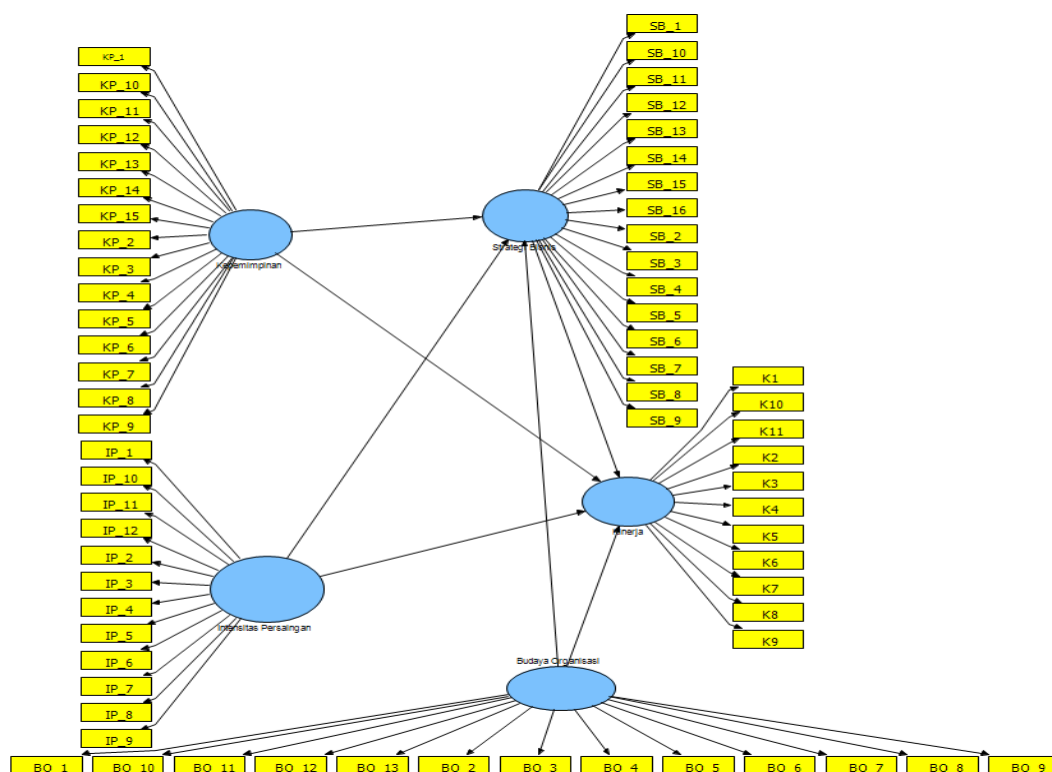
Di mana :

R^2 *include* dan R^2 *exclude* adalah R-square dari variabel laten dependen ketika *predictor* variabel laten digunakan atau dikeluarkan di dalam persamaan *structural*. Nilai f^2 sama dengan 0,02,0,15 dan 0,35.

Di samping melihat nilai *R-square*, model PLS juga di evaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk mengukur seberapa baik nilai *observasi* dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

3. Konstruksi Diagram Jalur

Gambar 3.1



4. Konversi Diagram Jalur ke sistem persamaan

Konversi diagram jalur ke dalam persamaan setelah model penelitian dikembangkan dan digambarkan pada *path diagram* seperti di atas maka langkah berikutnya adalah melakukan konversi spesifikasi model ke dalam rangkaian persamaan. Persamaan yang dibangun terdiri dari:

a. Inner Model

Inner Model menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten satu dengan konstruk laten lainnya.

Persamaan *Inner Model*

$$\eta = \eta\beta + \xi\Gamma + \zeta$$

Keterangan :

η = konstruk laten endogen

ζ = konstruk laten eksogen

β dan Γ = koefisien matriks dan variabel endogen dan eksogen

ζ = *Inner model residual matrix*

b. Outer Model

Outer Model menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten dan indikatornya.

Persamaan *Outer Model*

$$x = \pi_x \zeta + \epsilon_x$$

$$y = \pi_y \eta + \epsilon_y$$

Keterangan :

X dan y = matriks variabel *manifest* yang berhubungan dengan laten eksogen dan endogen

π_x dan π_y = matriks koefisien

ϵ_x dan ϵ_y = *matriks outer model residu*

5. Evaluasi Goodness Of Fit

Untuk memvalidasi model secara keseluruhan, maka digunakan *goodness of fit* (GoF). GoF index ini merupakan ukuran tunggal yang digunakan untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran (*outer model*) dan model *structural* (*inner model*). Nilai GoF index ini diperoleh dari *averages communalities index* dikalikan dengan R^2 model. Berikut formula GoF index:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{Com} \times R^2}$$

Com bergaris atas adalah *averages communalities* dan R^2 bergaris atas adalah rata-rata model R^2 . Nilai GoF ini terbentang antara 0-1 dengan interpretasi nilai ini adalah 0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderat), dan 0,36 (GoF besar).

6. Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Berdasarkan tujuan penelitian, maka rancangan uji hipotesis yang dapat dibuat merupakan rancangan uji hipotesis dalam penelitian ini disajikan berdasarkan tujuan penelitian. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, sehingga tingkat presisi atau batas ketidakakuratan sebesar $(\alpha) = 5\% = 0,05$. Dan menghasilkan nilai t-tabel sebesar 1,96.

Sehingga :

- Jika nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel [t-statistik < 1,96], maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika nilai t-statistik lebih besar atau sama dengan t-tabel [t-statistik > 1.96] maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Gambar 3.2
Langkah-Langkah Analisis Dalam PLS

