

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Melalui metode penelitian, penulis bermaksud mengumpulkan data historis dan mengamati secara seksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti sehingga akan diperoleh data-data yang menunjang penyusunan laporan penelitian.

Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian didefinisikan sebagai berikut:

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan data kegunaan tertentu.”

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian studi empiris, jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian *survey*.

Menurut Sugiyono (2016:13) Metode kuantitatif adalah:

“Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.”

Sedangkan penelitian *survey* yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan mengenai hubungan kausal serta pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2016:14) pengertian penelitian *survey* sebagai berikut:

“Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.”

Dalam penelitian *survey* ini, penulis melakukan penelitian langsung pada PT. Amidis Tirta Mulia di Kabupaten Bandung untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji statistik agar ditemukan fakta dari masing-masing variabel yang diteliti serta diketahui pengaruhnya antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.1.1 Objek Penelitian

Sugiyono (2016:41) mendefinisikan objek penelitian sebagai berikut:

“Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)”

Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti adalah *Organizational Learning*,

Keberhasilan sistem informasi akuntansi, dan *Competitive Positioning* pada PT. Amidis Tirta Mulia yang berada di Kabupaten Bandung.

3.1.2 Unit Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi unit penelitian adalah karyawan yang terdapat pada PT. Amidis Tirta Mulia. Peneliti memilih penelitian pada unit tersebut, karena dari penelitian terdahulu masih belum ditemukan adanya penelitian mengenai variabel yang diteliti sekarang ini dilakukan pada PT. Amidis Tirta Mulia yang berada di Kabupaten Bandung.

3.1.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan atau memperoleh data dalam melakukan suatu penelitian.

Menurut Sugiyono (2015:156) adalah:

“Instrumen penelitian adalah merupakan alat ukur seperti tes, kuesioner, pedoman wawancara dan pedoman observasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian.”

Instrumen penelitian digunakan sebagai alat pengumpulan data, dan instrumen yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan serta kuesioner yang disampaikan dan diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian pada saat observasi dan wawancara. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Instrumen yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisisioner metode

tertutup, dimana kemungkinan pilihan jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternatif jawaban.

2. Indikator-indikator untuk variabel tersebut dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pernyataan sehingga diperoleh data kualitatif. Data ini akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik.

Menurut Sugiyono (2015:132) mengemukakan bahwa “macam-macam pengukuran dapat berupa: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan rasio”.

Menurut Sugiyono (2010:98) skala ordinal yaitu:

“skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat construct yang diukur.”

Dalam operasional variabel, peneliti menggunakan skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk memberikan informasi nilai pada jawaban. Setiap variabel penelitian diukur dengan menggunakan instrument pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe Skala *Likert* yaitu skor 1 sampai dengan 5.

Menurut Sugiyono (2016:134) Skala *Likert* yaitu :

“*Skala likert* yaitu untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

3.1.4 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dan metode verifikatif.

Menurut Sugiyono (2015:147)

“Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.”

Menurut Moh. Nazir (2011:54) pengertian dari metode deskriptif adalah:

“Suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan tentang *Organizational Learning*, *Competitive Positioning*, dan Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

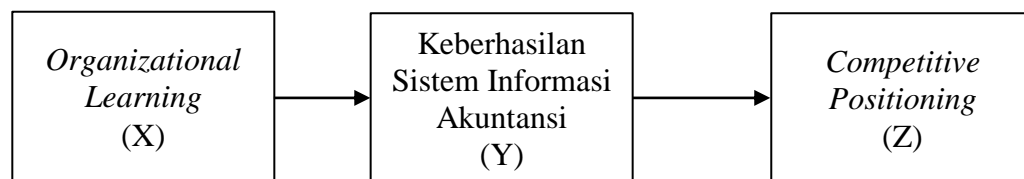
Sedangkan pengertian dari metode verifikatif menurut Moh. Nazir (2011:91) adalah:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis, melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”

Dalam penelitian ini metode verifikatif digunakan untuk meneliti dan menganalisis tentang Pengaruh *Organizational Learning* Terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya Terhadap *Competitive Positioning*.

3.1.5 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini, sesuai dengan judul yang diambil yaitu mengenai “Pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya pada *Competitive Positioning*”, maka model penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Variabel merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2016:38) adalah:

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau keinginan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.”

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (X), Variabel *Intervening* (Y) dan variabel terikat/*Dependent* (Z). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) X

Variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Menurut Sugiyono (2016:64):

“Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Independent Variable*) adalah *Organizational Learning* menurut McShane dan Marry Ann Von Glinow (2012:9)

“*Organizational Learning is perspective that organizational effectiveness depends on the organization’s capacity to acquire, share, use, and store valuable knowledge*”

Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa *Organizational Learning* adalah sebuah perspektif bahwa efektivitas tergantung pada kapasitas organisasi untuk memperoleh, berbagi, menggunakan, dan menyimpan pengetahuan yang berharga.

2. Variabel *Intervening* (*Intervening Variable*) Y

Menurut Sugiyono (2016:66), pengertian variabel *intervening* adalah sebagai berikut:

“Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi

hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat dimati dan diukur. Variabel ini merupakan penyela/ antara yang terletak di antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.”

Sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka yang akan menjadi variabel penghubung (*intervening variable*) adalah Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi. Menurut Gelderman dalam wulan witaliza, kirmizi dan restu agusti (2015), keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi sebagai berikut :

“Keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi adalah intensitas penggunaan sistem informasi akuntansi dalam berbagai tugas manajer dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) atas informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi.”

Menurut Laudon dalam Wulan Witaliza, Kirmizi & Restu Agusti (2015) memberikan lima dimensi untuk mengukur keberhasilan sistem informasi akuntansi, dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. Tingkat penggunaan yang tinggi (high level of system use).
2. Kepuasan Pengguna terhadap sistem (user satisfaction on system).
3. Sikap yang positif (favorable attitude) pengguna terhadap sistem tersebut.
4. Tercapainya tujuan sistem informasi (achieved objectives), dan
5. Timbal balik keuangan (financial Payoff).

3. Variabel Dependen (*Dependent Variable*) Z

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Menurut Sugiyono (2016:64):

“Variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah *Competitive Positioning*. *Competitive Positioning* menurut Tjiptono dan Chandra (2012:1) :

“Adalah cara produk, merek, atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan.”

Kriteria dari *Competitive Positioning* memiliki 6 Kriteria Menurut Graham Hooley Nigel F, Piercy Brigitte Nicoulaud (2008:208):

1. pentingnya – Perbedaan yang memiliki nilai keuntungan yang sangat tinggi dari nilai signifikan kostumer.
2. khas dan pre-emptive - perbedaan yang tidak dapat ditiru atau dilakukan yang lebih baik oleh orang lain.
3. unggul - perbedaan harus menyediakan cara yang unggul bagi pelanggan untuk mendapatkan manfaat yang menguntungkan.
4. menular - perbedaan seharusnya mampu dikomunikasikan ke kustomer dan dipahami oleh mereka.
5. terjangkau - target pelanggan untuk bisa mampu membayar perbedaan tersebut.
6. profitable - perbedaan akan harga pasar yang memadai untuk membuat suatu perusahaan mencapai keuntungan.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksud untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan secara benar. sesuai dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu mengenai Pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya Terhadap *Competitive Positioning.*, maka terdapat tiga variabel penelitian, berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

1. *Organizational Learning* (X)
2. Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi (Y)
3. *Competitive Positioning* (Z)

Agar lebih jelas untuk mengetahui penelitian yang ditulis penulis gunakan dalam penelitian ini dapat dilihat tabel operasionalisasi variabel pada halaman selanjutnya:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel
Variabel Independent: *Organizational Learning* (X)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<i>Organizational Learning</i> A perspective that organizational effectiveness depends on the organization's capacity to acquire, share, use, and store	Proses-Proses <i>Organizational Learning</i> :	<i>Includes extracting information</i> <i>Ideas from the external environment</i>	Ordinal	1-4
	1. <i>Knowledge Acquisition</i>	<i>Ideas from the through insight</i>		
	2. <i>Knowledge Sharing</i>	<i>Distributing knowledge to other across the organization</i>	Ordinal	5-6
	3. <i>Knowledge Use</i>	<i>Add value to the organization and its</i>	Ordinal	7-9

<i>valuable knowledge.</i>		<i>stakeholder</i>		
	<i>4.Knowledge Storage</i>	<i>Knowledge is held for later retrieval</i>	Ordinal	10
Sumber : McShane dan Mary Ann Von Glinow (2012:9)	Sumber : McShane dan Mary Ann Von Glinow (2012:9)			

Tabel 3.2
Operasional Variabel
Variabel Intervening: Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi (Y)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Keberhasilan Penerapan sistem informasi akuntansi adalah intensitas penggunaan sistem informasi akuntansi dalam berbagai tugas manajer dan kepuasan pengguna atas informasi yang dihasilkan oleh sistem	1. Tingkat penggunaan sistem yang relatif tinggi	Sistem informasi akuntansi yang dibangun memiliki manfaat User sering menggunakan sistem informasi	Ordinal	1-4
	2. Kepuasan para pengguna terhadap sistem	Sistem informasi akuntansi memenuhi kebutuhan sistem Tidak terjadi keluhan User terhadap sistem	Ordinal	5-7
	3. Sikap yang menguntungkan	Para User menunjukkan sikap positif terhadap sistem yang ada	Ordinal	8
	4. Tujuan sistem informasi tercapai	Sistem dapat mencapai sasaran tujuan organisasi Sistem dapat meningkatkan kualitas kinerja organisasi Sistem Informasi Akuntansi dapat mengoptimalkan pembuatan keputusan	Ordinal	9-12
	5. Timbal balik	Mengurangi biaya atau peningkatan penjualan di organisasi Peningkatan Profit organisasi	Ordinal	13-15
Sumber: Gelderman dalam	Sumber : Laudon Dan			

Wulan Witaliza, Kirmizi & Restu Agusti (2015)	Laudon Dam Wulan Witaliza, Kirmizi & Restu Agusti (2015)			
-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	--	--	--

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel
Variabel Dependen: Competitive Positioning (Z)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<i>Competitive Positioning</i> <i>The competitive positioning of the company is a statement of market targets, where the company will compete, and differential advantage, or how the company will compete.</i>	<i>Criteria Competitive Positioning :</i> <i>1. Importance</i>	<i>A difference should create a highly valued benefit for significant numbers of customers</i>	Ordinal	1-2
	<i>2. Distinctive And Pre-Emptive</i>	<i>The difference cannot be imitated or performed better by others</i>	Ordinal	3-6
	<i>3. Superior</i>	<i>The difference should provide a superior way for customers to obtain the benefit in question</i>	Ordinal	7-9
	<i>4. Communicable</i>	<i>The difference should be capable of being communicated to customers and understood by them</i>	Ordinal	10-11
	<i>5. Affordable</i>	<i>The target customers can afford to pay for the difference</i>	Ordinal	12-13
	<i>6. Profitable</i>	<i>The difference will command a price adequate to make it profitable for the company</i>	Ordinal	14-16
Sumber: Graham Hooley Nigel F. Piercy Brigittr Nicouland	Sumber: Graham Hooley Nigel F. Piercy Brigittr Nicouland			

(2008:208)	(2008:208)			
------------	------------	--	--	--

3.3 Populasi Penelitian dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Penelitian merupakan kegiatan yang terencana untuk mencari jawaban yang objektif atas permasalahan manusia melalui prosedur ilmiah. Pada penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif pada umumnya akan menggunakan sampel yang diambil dari suatu populasi tertentu yang dipilih oleh peneliti.

Definisi populasi menurut Sugiyono (2016:80) adalah:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dari pengertian di atas dikatakan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek tersebut sedangkan yang dimaksud dengan populasi sasaran adalah populasi yang digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah 54 karyawan pada PT. Amidis Tirta Mulia Kabupaten Bandung.

Tabel 3.4
Tabel Populasi

No.	Bagian	Jumlah Karyawan
1	<i>Expedisi</i>	6
2	<i>QC. Inspek</i>	10
3	Admin	6

4	<i>Retur</i>	2
5	<i>Engineering</i>	6
6	<i>Quality Assurance</i>	4
7	Produksi	4
8	Gudang Barang Jadi	3
9	Gudang Barang Kemasan	1
10	Promosi	2
11	<i>Design</i>	2
12	<i>Internal Audit</i>	2
13	<i>Production planning and inventory control</i>	1
14	<i>Finance</i>	2
15	Pajak	2
16	<i>Documen Control</i>	1
Jumlah Populasi		54

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan sampel adalah sebagai berikut:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari populasi jumlah pegawai di PT. Amidis Tirta Mulia Kabupaten Bandung pada

bagian-bagian yang menggunakan sistem informasi akuntansi dengan jumlah sampel yang dianggap sudah mewakili/*representative* dari populasi yang ada. Untuk menghitung sampel, rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Slovin dalam Husein Umar (2011:78) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

a^2 :Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan keputusan sampel dalam penelitian, presisi yang digunakan dalam penelitian ilmu sosial adalah 1%, 5%, atau 10%

Berdasarkan rumus tersebut dengan populasi 54 pegawai di PT. Amidis Tirta Mulia Kabupaten Bandung, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{54}{54(0,1^2)+1}$$

$$n = \frac{54}{1,54}$$

$$n = 35 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan maka didapat sampel yang akan dijadikan objek penelitian adalah 35 orang yang ada pada PT. Amidis Tirta Mulia Kabupaten Bandung.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*.

Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik yang didasarkan pada teknik *probability sampling*. Adapun pengertian *probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2014:118) adalah sebagai berikut:

“*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.”

Probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. Pengertian *sample random sampling* menurut Sugiyono (2014:118) adalah sebagai berikut :

“Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”

Untuk menghitung sampel, maka rumus yang digunakan ialah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Sampel} = \frac{\text{Jumlah Populasi}}{\text{Total Populasi}} \times \text{Sampel}$$

Berikut merupakan perhitungan ukuran sampel dari unit populasi, yaitu:

Bagian	Perhitungan Sampel	Jumlah Sampel
Expedisi	$= \frac{6}{54} \times 35$	3 Sampel

QC. Inspek	$= \frac{10}{54} \times 35$	6 Sampel
Admin	$= \frac{6}{54} \times 35$	3 Sampel
Retur	$= \frac{2}{54} \times 35$	1 Sampel
Engineering	$= \frac{6}{54} \times 35$	4 Sampel
Quality Assurance	$= \frac{4}{54} \times 35$	2 Sampel
Produksi	$= \frac{4}{54} \times 35$	2 Sampel
GBJ	$= \frac{3}{54} \times 35$	2 Sampel
GBK	$= \frac{1}{54} \times 35$	1 Sampel
Promosi	$= \frac{2}{54} \times 35$	2 Sampel
Design	$= \frac{2}{54} \times 35$	1 Sampel
Internal Audit	$= \frac{2}{54} \times 35$	2 Sampel
PPIC	$= \frac{1}{54} \times 35$	1 Sampel
Finance	$= \frac{2}{54} \times 35$	2 Sampel
Pajak	$= \frac{2}{54} \times 35$	2 Sampel
Document Control	$= \frac{1}{54} \times 35$	1 Sampel
Jumlah		35 Sampel

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh data yang berasal dari dua sumber yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari PT.

Amidis Tirta Mulia Kabupaten Bandung yang diteliti. Data primer

dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban responden yang dipilih sebagai sampel penelitian, yaitu dengan kuesioner, dengan cara mendatangi dan memberikan kuesioner. Variabel yang menggunakan data ini adalah *organizational learning*, keberhasilan sistem informasi akuntansi dan *competitive positioning*.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, yaitu berupa gambaran umum perusahaan serta sejarah singkat mengenai Cabang PT. Amidis Tirta Mulia kabupaten Bandung yang diteliti.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh data yang berasal dari dua sumber yaitu:

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data serta keterangan-keterangan yang mendukung penelitian ini. Untuk keperluan tersebut penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini, dengan maksud untuk menempatkan landasan teoritis mengenai masalah pokok yang sedang dibahas.

2. Penelitian lapangan

Penelitian terhadap objek yang diteliti dan pencarian data pada objek penelitian dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya. Teknik ini hanya digunakan pada pengamatan awal.

b. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak yang bersangkutan.

c. Penyebaran kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis yang ditunjukkan kepada pimpinan dan personil perusahaan yang dianggap mampu dan berwenang dalam memberikan jawaban yang diperlukan.

3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengolahan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis kuantitatif guna mendapatkan data penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara *Probability Sampling*.
2. Setelah metode pengumpulan data ditentukan, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diselidiki. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pernyataan atau kuesioner untuk menentukan nilai dari kuesioner tersebut, penulis menggunakan skala *likert*.
3. Daftar kuesioner kemudian disebar kebagian-bagian yang telah ditetapkan. Setiap *item* dari kuesioner tersebut merupakan pernyataan positif yang memiliki 5 jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda
4. Apabila data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dan dianalisis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji statistik. Untuk menilai variabel X, Y dan Z, maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden.

Pengertian Statistik Deskriptif menurut Sugiyono (2015:254) adalah sebagai berikut:

“Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Untuk menilai variabel X dan Y maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini diperoleh dengan menjumlahkan data keseluruhan dari setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Setelah diperoleh rata-rata dari masing-masing variabel kemudian dibandingkan dengan kriteria yang penulis tentukan berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuesioner. Untuk menentukan kriteria yang perlu dilakukan adalah mengalikan nilai terendah (1) dan nilai tertinggi (5) yang telah peneliti tetapkan menggunakan skala *likert* dengan banyaknya pertanyaan dalam kuesioner kemudian dibagi banyaknya jumlah responden. Berdasarkan penjelasan tersebut, atas dasar nilai tertinggi dan terendah maka dapat ditentukan panjang kelas interval masing-masing variabel dengan cara:

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria}}$$

Dengan demikian, maka akan dapat ditentukan panjang interval kelas masing-masing variabel adalah:

1. Untuk variabel *Organizational Learning* (X) terdapat 10 pertanyaan, nilai tertinggi variabel X adalah 5 sehingga ($5 \times 10 = 50$), sedangkan nilai terendah adalah 1, maka ($1 \times 10 = 10$). Kriteria untuk menilai *Organizational Learning* (X) rentang $\frac{50-10}{5} = 8$ maka penulis menentukan pedoman untuk kriteria *Organizational Learning* sebagai berikut:

Tabel 3.6
Pedoman Kriteria *Organizational Learning*

Nilai	Kriteria
10 – 18	Tidak Baik
18,1 – 26	Kurang Baik
26,1– 34	Cukup Baik
34,1 – 42	Baik
42,1 – 50	Sangat Baik

2. Untuk variabel Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi (Y) terdapat 15 pertanyaan, nilai tertinggi variabel Y adalah 5 maka ($5 \times 15 = 75$) dan nilai terendah adalah 1 maka ($1 \times 15 = 15$). Kriteria untuk menilai Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Y) rentang $\frac{75-15}{5} = 12$ maka penulis menentukan pedoman untuk menilai kriteria kualitas sistem informasi akuntansi sebagai berikut:

Tabel 3.8
Pedoman Kriteria Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi

Nilai	Kriteria
15 – 27	Sangat Tidak Efektif
27,1 – 39	Tidak Efektif
39.1 – 51	Cukup Efektif
51.1 – 63	Efektif
63.1 – 75	Sangat Efektif

3. Untuk variabel *Competitive Positioning* (Z) terdapat 16 pertanyaan, nilai tertinggi variabel X adalah 5 sehingga ($5 \times 16 = 80$), sedangkan

nilai terendah adalah 1, maka ($1 \times 16 = 16$). Kriteria untuk menilai *Competitive Positioning* (Z) rentang $\frac{80-16}{5} = 12,8$, maka penulis menentukan pedoman untuk kriteria pengendalian intern sebagai berikut:

Tabel 3.9
Pedoman Kriteria *Competitive Positioning*

Nilai	Kriteria
16 – 28,8	Tidak Unggul
28,9 – 41,7	Kurang Baik
41,8 – 54,6	Cukup Unggul
54,7 – 67,5	Unggul
67,6 – 80,4	Sangat Unggul

3.5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam analisis jalur disyaratkan data yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS.

Menurut Singgih Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3.5.2.2 Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2015:17) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2013:178) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika koefisien korelasi $r > 0,30$ maka item tersebut dinyatakan valid,
- b. Jika koefisien korelasi $r < 0,30$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan korelasi

Pearson Product Moment yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r	=	Koefisien korelasi <i>product moment</i>
X_i	=	Variabel independen (variabel bebas)
Y_i	=	Variabel dependen (variabel terikat)
n	=	Jumlah responden (sampel)
$\sum X_i Y_i$	=	Jumlah perkalian variabel bebas dan variabel terikat

3.5.2.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Menurut Sugiyono (2015:121) reliabilitas adalah sebagai berikut.

“Instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.”

Sebuah alat ukur atau pertanyaan dalam angket dikategorikan reliabel (andal), jika alat ukur yang digunakan dapat mengukur secara konsisten atau stabil meskipun pertanyaan tersebut diajukan dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

Muri Yusuf (2014:242) menyatakan:

“suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen itu dicobakan kepada subjek yang sama secara berulang-ulang namun hasilnya tetap sama atau relatif sama.”

Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, penulis menggunakan koefisien *cronbach alpha* (α) dengan menggunakan fasilitas SPSS versi 20 untuk jenis pengukuran interval. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari batasan yang ditentukan yakni 0,6 atau nilai korelasi hasil perhitungan lebih besar daripada nilai dalam tabel dan dapat digunakan untuk penelitian, yang dirumuskan:

$$a = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right)$$

Keterangan:

a	=	Koefisien reliabilitas
k	=	Jumlah item pertanyaan yang diuji
$\sum s_i$	=	Jumlah varian skor tiap item
s_t	=	Varians total

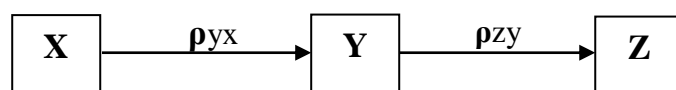
3.5.3 Analisis Verifikatif

Metode analisis verifikatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menganalisa pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat (Riduwan, 2013:2). Selain itu analisis jalur merupakan satu tipe analisis multivariate untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab terhadap variabel lainnya yang disebut variabel akibat. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teori. Data dalam penelitian ini akan diolah menggunakan program *IBM SPSS Statistics.20*. Besarnya pengaruh tidak langsung dapat ditentukan dengan cara mengalikan masing-masing koefisien pengaruh langsung dari persamaan penelitian. Adapun langkah-langkah dalam analisis jalur yaitu sebagai berikut:

1. Merancang Diagram Jalur

Langkah pertama yang harus dikerjakan sebelum melakukan analisis jalur adalah merancang diagram jalur sesuai dengan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian.

Berdasarkan judul penelitian, maka model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Diagram Jalur Penelitian

Gambar diagram jalur seperti terlihat pada gambar 3.2 dapat diformulasikan kedalam 2 persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx}X + \rho_y\epsilon_1$$

$$Z = \rho_{zy}Y + \rho_z\epsilon_2$$

Keterangan:

Z = *Competitive Positioning*

Y = Keberhasilan sistem informasi akuntansi

X₁ = *Organizational Learning*

ρ_{yx} = Koefisien jalur variabel *Organizational Learning* terhadap keberhasilan sistem informasi akuntansi.

ρ_{zy} = Koefisien jalur keberhasilan sistem informasi akuntansi terhadap *Competitive positioning*

ϵ = Pengaruh faktor lain.

2. Transformasi Data Ordinal menjadi Interval

Mentrasformasi data ordinal menjadi data interval berguna untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik yang mana data

setidaknya-tidaknya berskala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Langkah-langkah transformasi data ordinal ke data interval sebagai berikut:

- a. Pada setiap butir ditentukan berapa orang yang mendapat skor 1,2,3,4 dan 5 yang disebut sebagai frekuensi;
- b. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi;
- c. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor;
- d. Gunakan tabel distribusi normal, hitung nilai Z setiap proporsi kumulatif yang diperoleh;
- e. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel tinggi densitas);
- f. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

$$\text{Nilai Skala} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Below Upper Limit} - \text{Area Below Lower Limit}}$$

- g. Tentukan nilai transformasi dengan rumus:

$$Y = NS + [1 + |NS_{min}|]$$

3. Menghitung Koefisien Jalur

Selanjutnya untuk memperoleh nilai koefisien jalur dari masing-masing variabel independen, terlebih dahulu dihitung korelasi antar

variabel menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} - \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Korelasi PPM dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; dan $r = 1$ berarti korelasi sangat kuat. Riduwan (2013: 62)

Tabel 3.9
Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,7999	Kuat
0,40 – 0,5999	Cukup Kuat
0,20 – 0,3999	Rendah
0,00 – 0,1999	Sangat Rendah

Setelah koefisien korelasi antar variabel dihitung, selanjutnya dihitung koefisien jalur. Namun karena kerumitan dalam perhitungan koefisien jalur maka peneliti menggunakan bantuan *software* SPSS. Dalam pengolahan menggunakan *software* SPSS, koefisien jalur dapat dilihat pada nilai *standardized coeffi*.

3.9 Hipotesis Statistik

Langkah selanjutnya dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga diambil kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

$H_{01} : \rho = 0$ *Organizational Learning* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan sistem informasi akuntansi.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ *Organizational Learning* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan sistem informasi akuntansi.

$H_{02} : \rho = 0$ keberhasilan sistem informasi akuntansi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *competitive positioning*.

$H_{a2} : \rho \neq 0$ Keberhasilan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *competitive positioning*.

$H_{03} : \rho = 0$ *Organizational Learning* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan sistem informasi akuntansi serta dampaknya terhadap *competitive positioning*.

$H_{a3} : \rho \neq 0$ *Organizational Learning* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan sistem informasi akuntansi serta dampaknya terhadap *competitive positioning*.

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 ($\alpha=0$), yang mempunyai arti kemungkinan tingkat keyakinan 95% atau toleransi kesalahan 5%. Dalam ilmu sosial tingkat signifikan 0,05($\alpha=0$) sudah lazim digunakan karena nilai tersebut cukup tepat untuk mewakili hubungan antar variabel-variabel yang di uji.

Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji dengan menggunakan metode pengujian statistik uji t dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Berdasarkan analisis dan pengujian hipotesis tersebut maka akan ditarik kesimpulan secara simultan. Dalam hal ini ditunjukkan dengan penolakan (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a).

3.10 Analisis Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh X (*Organizational Learning*) terhadap Y (Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi) serta dampaknya terhadap Z (*Competitive Positioning*).

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = R_j^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat.

R_j = Korelasi jalur.

3.11 Rancangan Kuesioner

Sugiyono (2015:199) mengemukakan bahwa:

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau bisa juga melalui internet. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang dibagikan kepada setiap responden dengan pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau responden dapat memilih salah satu jawaban alternatif dari pertanyaan yang telah disediakan.

Berdasarkan judul penelitian, kuesioner akan dibagikan kepada masing-masing karyawan pada bagian-bagian yang menggunakan sistem informasi akuntansi di PT. Amidis Tirta Mulia. Kuesioner ini terdiri dari 41 pertanyaan, yaitu 10 pertanyaan mengenai *Organizational Learning* (X), 15 pertanyaan mengenai Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi (Y), dan 16 pertanyaan mengenai *Competitive Positioning* (Z).

