

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini objek penelitian yang akan diteliti adalah karyawan Departemen Pemasaran PT. HNI Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Jakarta yang beralamat di jalan Kelapa Sawit Raya Blok H-11, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 13450, Telp 021-8690 9600, Fax 021-8690 6645, Website: [www. hpaindonesia.net](http://www.hpaindonesia.net). Adapun ruang lingkup penelitian hanya untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh sistem penilaian prestasi kerja dan pelatihan terhadap kinerja karyawan di Departemen Pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta tersebut.

3.1.1 Sejarah Singkat PT. HNI HPAI

PT. HNI Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal *Network* di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI, sesuai dengan akta pendirian Perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi*, serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *enterpreneurship*. Melihat bakul jamu gendong atau bersepeda onthel, terbayangkah kita akan melihat bakul tersebut kelak memiliki sebuah

perusahaan jamu yang besar dan menginternasional? Barangkali tidak. Tetapi, itulah yang dialami oleh seorang pria asal Perlis, Malaysia. Pria ini, Tn. H. Ismail bin H. Ahmad di tahun 1987 adalah seorang bakul jamu bersepeda onthel di kampung kelahirannya.

Resep jamu tradisional warisan orangtuanya terus Ismail kembangkan. Dia pun merintis sebuah usaha kecil rumahan bernama Perubatan Tradisional Al-Wahida. Konsistensi keahliannya yang diperoleh sebagai lulusan fakultas pertanian sebuah universitas di Malaysia, membuat usaha itu terus berkembang.

Rintisan itu berjalan selama tak kurang 8 tahun. Sampai akhirnya, *home industry* ini berkembang menjadi sebuah usaha berskala besar dengan nama HPA *Industries Sdn Bhd* yang berdiri sejak 15 Juli 1995. Kini, HPA *Industries Sdn Bhd* memiliki beberapa buah kilang (pabrik) yang serba moderen dan ladang-ladang herba seluas 500 hektar untuk memastikan ketersediaan bahan herba.

Berasaskan konsep herbalis, yaitu menjadikan obat sebagai makanan dan makanan sebagai obat, perusahaan industri ini optimis akan diterima oleh segenap lapisan masyarakat. Perhatian lebih serius telah diberikan oleh Departemen Kesehatan Malaysia.

HPA masuk ke Indonesia pada tanggal 20 Mei 2000 dengan mitra utamanya PT Wahida Indonesia sebagai pengelola utama manajemen HPA Indonesia dan pendistribusian produk-produk HPA di Indonesia. Selain mendapatkan sertifikat GMP (*Good Manufacturing Practise*), Deperindag, Dirjen POM dan DEPKES RI yang tercantum sebagai obat tradisional impor bukan

sebagai *Food Supplement* (makanan tambahan), Halal Gel Pakistan (sebagai gelatin pembungkus), Sirim ISO juga mendapat pengesahan dari Pusat Konsultasi Syariah sebagai *perusahaan Multi Level Pemasaran Syariah* (MLMS).

Sejak produk unggulan HPA, yakni Kopi Radix diluncurkan bulan Maret 2008 di Yogyakarta, semangat berwirausaha di kalangan distributor HPA makin meninggi. Lonjakan omset sangat terasa terdongkrak oleh penjualan produk minuman berkhasiat obat ini.

HPA memiliki misi besar, yakni menjadi penggerak terciptanya perekonomian dan potensi umat Islam, serta memberikan kemaslahatan bagi masyarakat luas. HPA juga berupaya menumbuhkan insan yang profesional dengan memanfaatkan teknologi yang maju serta bertakwa kepada Allah.

Karena itulah sistem pemasaran berjenjang dengan kontrol Syariah (MLM Syariah) dipilih oleh HPA. Dengan visi dan misi yang luhur itu, jajaran manajemen dan seluruh distributor HPA memiliki komitmen menghasilkan dan memasarkan produk yang halal, suci dan baik (*thoyyib*). Para distributor HPA juga digembleng untuk menjadi usahawan yang herbalis sekaligus herbalis yang usahawan.

Saat ini Jaringan HPA Internasional sudah mendunia. Selain Malaysia dan Indonesia, HPA membuka Jaringan Globalnya di Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Kuwait, Kanada, Japan, Thailand, Singapura, Brunei Darussalam, Iran, Cina dan Mesir.

3.1.2 Visi, Misi, Motto, Manfaat dan Tujuan PT. HNI HPAI

Visi:

“Menjadi pemimpin industri halal kelas dunia (dari Indonesia).”

Misi:

1. Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggat umat.
2. Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi umat Islam.
3. Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

Motto:

“Halal Is My Way”

Manfaat dan Tujuan Perusahaan:

Dari beberapa penjelasan diatas seperti visi, misi, motto, tentulah HPAI mempunya tujuan dan manfaat dari didirikannya perusahaan ini. Berikut adalah tujuan dan manfaat didirikannya HPAI diantaranya sebagai berikut.

1. Produk Halal Berkualitas

Dalam memasarkan produknya, HPAI hanya menjual produk yang memang sudah terjamin kualitas dan kehalalannya.

2. Kesehatan

HPAI senantiasa turut serta didalam membangun dan meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia melalui produk herbal yang telah

diciptakannya baik itu berupa obat herbal atau berupa suplemen makanan yang bisa menjadi perantara kesembuhan bagi yang mengkonsumsinya secara tepat dosis dan aturannya.

3. Tepat Guna SDA

HPAI juga senantiasa turut serta didalam mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya alam flora dan fauna Indonesia dengan cara bijak, adil serta tepat yang mana hasil dari pengolahan alamnya akan kembali lagi kepada masyarakatnya.

4. Ekonomi Nasional

Dalam mengembangkan produknya, HPAI berusaha merangkul para pengusaha kecil dan menengah untuk menjadi mitra dalam mengembangkan dan memproduksi obat herbal yang berkualitas. HPAI juga selalu siap membantu meningkatkan sistem produksi sehingga bisa terus terpantau dari segi kualitasnya.

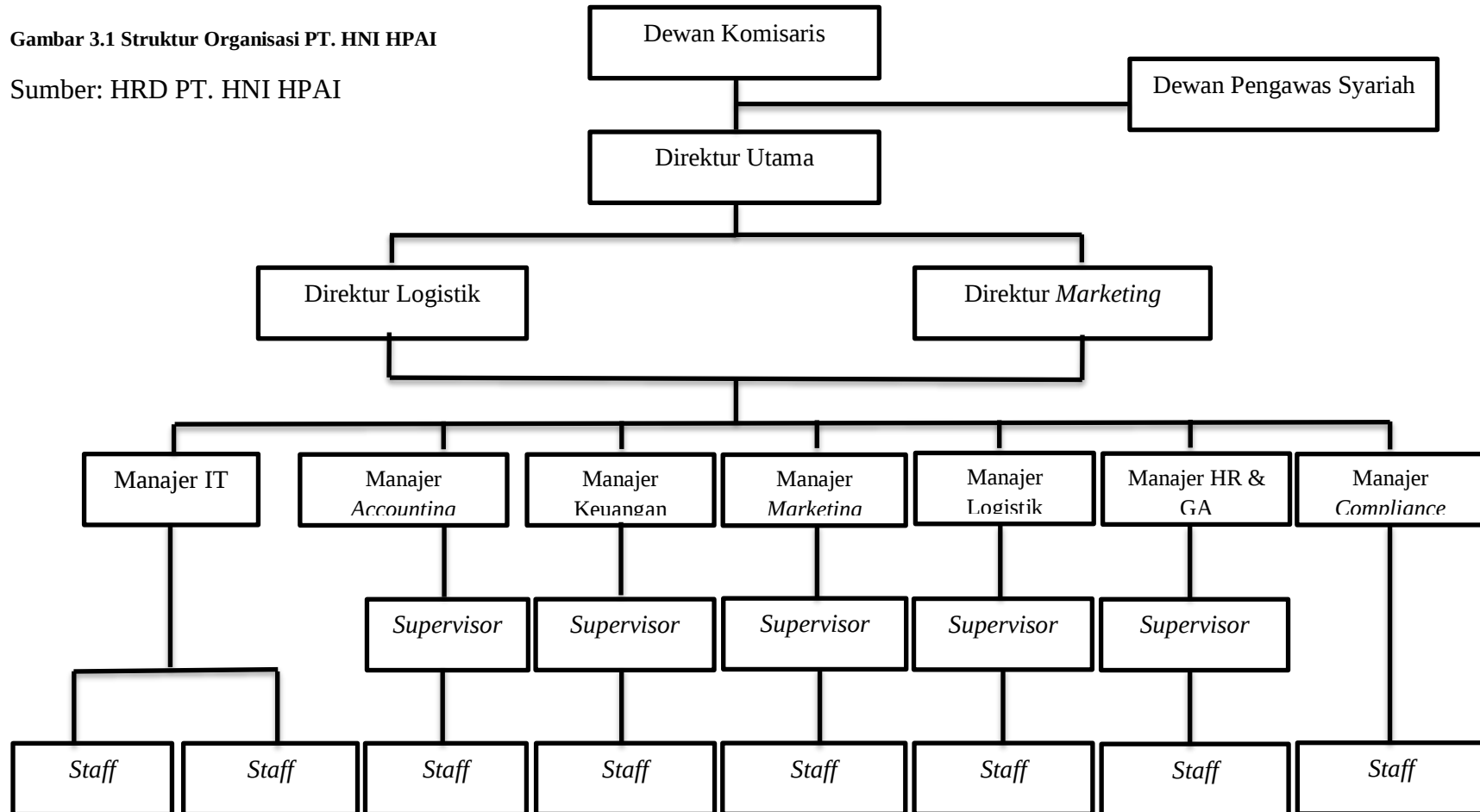
3.1.3 Jenis Usaha PT. HNI HPAI

HPAI atau nama resminya adalah PT. HNI HPAI adalah sebuah perusahaan Bisnis Halal *Network* di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi*, serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui entrepreneurship. HPAI sudah tersebar di beberapa provinsi di Indonesia.

3.1.4 Struktur Organisasi PT. HNI HPAI Jakarta

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. HNI HPAI

Sumber: HRD PT. HNI HPAI



3.1.5 Deskripsi Jabatan

Untuk mewujudkan visi dan misi PT. HNI HPAI Jakarta, setiap pimpinan dan karyawan menjalankan peranannya masing-masing sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Berikut ini adalah deskripsi jabatan/pembagian tugas bagi setiap bagian di kantor PT. HNI HPAI Jakarta.

1. Dewan Direksi

Bertanggungjawab kepada RUPS. Tugas dewan komisaris adalah melakukan pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh direksi serta memberikan nasihat berkenaan dengan kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan. Dewan komisaris secara terus menerus memantau efektivitas kebijakan perusahaan, kinerja dan proses pengambilan keputusan oleh direksi, termasuk pelaksanaan strategi untuk memenuhi harapan para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah adalah ahli syariah yang diangkat oleh RUPS atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia, dengan tugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan perusahaan agar sesuai dengan prinsip syariah.

3. Direktur Utama

Bertugas menjadi koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dan eksekutor, dan direktur utama bertanggungjawab

dalam menjalankan dan memimpin PT. HNI HPAI. Direktur utama juga memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.

4. Direktur Logistik

Yang bertanggungjawab atas segala proses kerja logistik, dan yang menetapkan kebijakan-kebijakan untuk bagian logistik, serta merencanakan strategi-strategi yang dilakukan oleh departemen logistik.

5. Direktur Pemasaran

- a. Membuat, merumuskan, menyusun, menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan/keputusan atas segala rancang bangun dan implementasi manajemen pemasaran, penjualan dan promosi ke arah pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
- b. Mengarahkan karyawan untuk meningkatkan seluruh sumber daya yang ada secara optimal bagi kepentingan perusahaan.
- c. Memberikan kemampuan profesional secara optimal bagi kepentingan perusahaan.
- d. Menyusun, mengatur, menganalisis, mengimplementasi dan mengevaluasi manajemen pemasaran, penjualan dan promosi.
- e. Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan dan promosi.

- f. Menciptakan suasana tenang, damai dan enerjik terhadap seluruh aktivitas perusahaan.
 - g. Mengarahkan seluruh karyawan untuk bekerja secara profesional, efisien, dan efektif.
 - h. Merealisasikan dan melaksanakan rencana-rencana serta prosedur-prosedur yang diterapkan melalui pendelegasian wewenang pada departemen pemasaran, penjualan dan promosi yang berada dibawah tanggungjawabnya.
 - i. Menciptakan konsep dasar, kerangka dan prosedur departemental berdasarkan kebutuhan dan konsep yang diajukan departemen pemasaran, penjualan dan promosi.
 - j. Memastikan dan mengawasi aplikasi dari setiap aspek organisasi, penerima motivasi manajemen pemasaran, penjualan dan promosi, menyatu dengan sasaran strategi perusahaan dan memberikan sumbangan terhadap berhasilnya pencapaian saran-sasaran.
6. Manajer Informasi dan Teknologi (IT)

Manajer IT memiliki tanggungjawab untuk memperhatikan keseluruhan proses terkait departemen IT, serta melakukan pengembangan terkait sistem dalam perusahaan. Deskripsi jabatan manajer IT adalah memastikan semua sistem IT dapat berjalan dengan lancar; menyediakan layanan dan pengembangan dalam lingkup IT dan komunikasi; melakukan fungsi manajerial dan pengawasan serta *controlling* dalam pembangunan sistem dan aplikasi; melakukan analisis, *planning* dan desain terhadap

aplikasi dan sistem IT; bertanggungjawab atas pengembangan dan peningkatan sistem IT; melaksanakan strategi dan kebijakan perusahaan; memonitor pelaksanaan strategi dan kebijakan agar sesuai dengan kebijakan perusahaan; melakukan analisis terhadap spesifikasi dan efektifitas aplikasi baru.

7. *Manajer Accounting*

Yang membantu Manajemen Keuangan dalam memimpin, menerapkan pedoman sistem akuntansi yang telah ditetapkan agar menghasilkan informasi yang berguna baik bagi manajemen dalam menjalankan fungsinya maupun diperlukan untuk melaporkan operasi perusahaan kepada pihak luar serta menjamin terciptanya pengawasan intern perusahaan. Deskripsi jabatannya adalah mengkoordinasi perencanaan anggaran; mengembangkan format-format pengajuan dan pertanggungjawaban keuangan; melakukan rekonsiliasi keuangan; mengkoordinasi pelaksanaan audit; melakukan sistem pencatatan keuangan; membuat laporan secara periodik berdasarkan pertanggungjawaban masing-masing bidang kerja; melaksanakan penyimpanan dokumen penting dan dokumen berharga milik perusahaan; dan melakukan rapat koordinasi ditingkat unit kerja atau antar bidang kerja.

8. *Manajer Keuangan*

Yang bertanggungjawab untuk membantu perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan dengan memberi nasihat keuangan yang sesuai serta

merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, dan menyimpan dana yang dimiliki oleh PT. HNI HPAI. Tugas dari manajer keuangan adalah sebagai berikut; bekerjasama dengan manajer lainnya untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam PT. HNI HPAI termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan; menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan se-efisien mungkin dengan menjalin kerjasama dengan manajer lainnya; dan mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.

9. Manajer Pemasaran

Yang bertanggungjawab atas; strategi pemasaran yang telah disusun, efisiensi dan efektivitas kerja di Departemen Pemasaran, dalam membina hubungan baik dengan konsumen, konsistensi pelaksanaan prosedur yang berlaku di bagian Pemasaran dan melakukan analisis atas efisiensi prosedur, kedisiplinan kerja bawahan sesuai dengan ketentuan PT. HNI HPAI yang berlaku. Adapun tugas dari manajer Pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan *trend* pasar dan sumber daya perusahaan; merencanakan Pemasaran *research* yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing; melakukan perencanaan analisis peluang pasar; melakukan perencanaan tindakan antisipatif dalam menghadapi penurunan order; menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran; melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.

b. Memimpin seluruh jajaran Departemen Pemasaran sehingga tercipta tingkat efisiensi, efektivitas, dan produktivitas setinggi mungkin; menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerjasama yang baik dengan konsumen; merumuskan target penjualan; merumuskan standar harga jual dengan koordinasi bersama Direktur Operasional serta Departemen terkait; menanggapi permasalahan terkait keluhan pelanggan jika tidak mampu ditangani oleh bawahan; mengesahkan prosedur dan intruksi kerja di Departemen Pemasaran; melakukan pengendalian terhadap rencana-rencana yang sudah disusun untuk menjamin bahwa sasaran yang ditetapkan dapat terwujud; melakukan langkah antisipatif dalam menghadapi penurunan order; melakukan analisis perilaku pasar/konsumen sebagai dasar dalam menentukan kebijakan pemasaran; memantau potensi bawahan untuk dilakukan pembinaan sehingga menjadi lebih baik; melakukan tugas-tugas lain yang ditetapkan atasan sehubungan dengan fungsi di departemen Pemasaran.

10. *Supervisor* Departemen Pemasaran

Bertanggungjawab dalam memastikan semua pekerjaan dilaksanakan dengan baik sehingga semua proses produksi berjalan lancar seperti monitoring produksi, pengawasan rekan kerja, melakukan intruksi kerja. Deskripsi jabatan *supervisor* departemen Pemasaran ini adalah menulis dan menyajikan siaran pers untuk meningkatkan promosi, sponsor acara eksternal dan kemitraan strategis; mengembangkan dan memelihara hubungan promosi dengan sekolah, organisasi maupun masyarakat; meneliti dan

mengembangkan informasi yang tersimpan untuk standar grafis dan program pemasaran regional; menyiapkan strategi pemasaran dan merencana aksi untuk mencapai tujuan pemasaran yang spesifik; mengukur, menganalisis dan mengevaluasi program sesuai kebutuhan.

11. Staf Departemen Pemasaran

Bertugas sebagai bagian yang memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat melalui produk yang dibuat oleh PT. HNI HPAI, bertugas dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal, dan bertugas untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk serta melaksanakan tugas-tugas yang diintruksikan oleh atasan.

12. Manajer Logistik

Bertugas mengkoordinasikan penyimpanan, transportasi dan pengiriman barang, serta memastikan stok dikelola dan dipindahkan secara efisien. Deskripsi jabatannya diantaranya membuat kebijakan atau prosedur untuk kegiatan logistik, merencanakan atau melaksanakan manajemen sistem arus barang, berpartisipasi dalam proses manajemen operasional, seperti seleksi, kualifikasi, dan evaluasi kinerja.

13. Manajer *Human Resource* dan *General Affair*

Bertugas untuk memimpin dan menuntun departemen ini untuk bisa memberikan kemampuan maksimal dari sumber daya manusia yang ada

untuk PT. HNI HPAI, seperti mempertahankan struktur kerja yang sudah ada dengan melakukan proses rekrutmen, wawancara, promosi, demosi, transferring terhadap karyawan, mengurus tingkat kedisiplinan, tingkat kehadiran karyawan, gaji, tunjangan dan bonus bagi karyawan; menyusun, merencanakan, mengawasi dan mengevaluasi anggaran biaya kegiatan secara efektif dan efisien serta bertanggungjawab terhadap setiap pengeluaran hasil kegiatan; melakukan evaluasi kerja, merencanakan pelaksanaan training sesuai dengan hasil evaluasi yang telah dilakukan, melakukan analisis atas segala kebijakan dan prosedur yang sesuai dengan hukum ketenagakerjaan yang berlaku,

General Affair bertugas untuk mendukung seluruh kegiatan operasional produksi dan kantor dengan melakukan proses pengadaan seluruh peralatan & seluruh bahan baku (seperti; ATK, komputer, meja/kursi, AC, telepon, listrik, air, dll), mendukung sarana atau fasilitas penunjang lain, melakukan aktivitas pemeliharaan atas seluruh fasilitas dan sarana penunjang serta melakukan proses penggantian atas fasilitas/sarana penunjang yang rusak, membina hubungan dengan para vendor atau *supplier* barang dan jasa, *building management*, *asset management*, mengurus berbagai perijinan kehumasan dan operasional, mengurus jaminan kesehatan para karyawan di PT. HNI HPAI, pemeliharaan kesehatan dan melaksanakan K3 bagi seluruh karyawan, menyiapkan laporan bulanan untuk keperluan rapat anggaran, laporan keuangan atas aset dan beban biaya kantor.

14. Manajer *Compliance*

Bertugas untuk memastikan bahwa keberjalanan perusahaan telah mematuhi standar hukum, serta memberi pengarahan dan bimbingan dalam hal kepatuhan hukum. Deskripsi jabatan manajer *compliance* adalah sebagai berikut; mengembangkan dan merevisi kebijakan dan prosedur untuk mencegah perilaku ilegal dan tidak etis; berkonsultasi dengan pengacara perusahaan yang ditunjuk untuk menyelesaikan masalah kepatuhan hukum; mengembangkan dan mengawasi sistem untuk penanganan yang seragam dari pelanggaran yang terjadi; bertindak sebagai pemerhati independen untuk memastikan bahwa masalah kepatuhan dalam organisasi dievaluasi, diselidiki, dan diselesaikan dengan tepat; mengidentifikasi potensi kerentanan dan risiko kepatuhan; bekerja dengan Departemen *Human Resource* dan *General Affair* untuk mengembangkan program pelatihan kepatuhan yang efektif; memonitor kinerja Program Kepatuhan dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan efektivitas.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem penilaian prestasi kerja dan pelatihan terhadap kinerja karyawan Departemen Pemasaran di PT. HNI HPAI yang ada di Jakarta adalah menggunakan metode penelitian survei.

Metode penelitian survei yaitu 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, distributif, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sujarweni, 2014: 64).

Oleh karena itu, pemahaman akan kesimpulan dari penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data untuk menjelaskan pengaruh Sistem Penilaian Prestasi Kerja dan Pelatihan terhadap Kinerja karyawan departemen pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta, sehingga penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif survei.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul “**Pengaruh Sistem Penilaian Prestasi Kerja dan Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan**”, maka terdapat dua variabel independen/bebas dan variabel dependen/terikat. Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan indikator dan skala pengukuran dari masing-masing variabel yang terkait dengan penelitian ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Sistem Penilaian Prestasi Kerja (X_1)	Suatu proses penilaian prestasi kerja pegawai yang dilakukan pemimpin perusahaan secara sistematis berdasarkan pekerjaan yang	1. Adil	- Tidak membedakan apapun dalam proses penilaian	Ordinal
		2. Objektif	- Penilaian berdasarkan prestasi kerja	
		3. Transparan	- Karyawan mengetahui	

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
	ditugaskan kepada pegawai.	4. Konsisten	prosedur/tata cara penilaian - Hasil penilaian dapat dipercaya semua pihak dan dapat dipertanggungjawabkan	
		5. Sensitif	- Terdapat perbedaan antara karyawan yang produktif dan tidak produktif	
Pelatihan (X ₂)	Sebuah upaya sistematis dan terencana untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan mengubah sikap dan tingkah laku karyawan dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan.	1. Instruktur/pelatih 2. Peserta 3. Metode 4. Materi	- Kualifikasi/kompetensi yang memadai - Dapat memotivasi peserta - Semangat mengikuti pelatihan - Keinginan untuk memperhatikan instruktur - Kesesuaian metode dengan jenis pelatihan - Kesesuaian metode dengan materi pelatihan - Menambah kemampuan peserta - Kesesuaian materi dengan tujuan pelatihan	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
Kinerja (Y)	Hasil yang dicapai melalui kemampuan, keahlian dan keinginan karyawan dari pelaksanaan tugas & tanggungjawab nya.	5. Tujuan	- Keterampilan peserta - Pemahaman etika kerja peserta	Ordinal
		1. Kualitas	- Ketelitian karyawan - Kerapian dalam menyelesaikan pekerjaan/tugas - Kelengkapan pekerjaan yang dikerjakan sesuai dengan yang telah ditetapkan.	
		2. Kuantitas	- Kemampuan mencapai target/hasil atas pekerjaan	
		3. Pelaksanaan tugas	- Produk yang dihasilkan sesuai prosedur atau standar dan/tidak cacat	
		4. Tanggung jawab	- Pekerjaan selesai	

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Sumber data yang dikumpulkan dan dikelompokkan menjadi dua, sesuai sumber-sumber data penelitian. Sumber data tersebut antara lain:

1. Data Primer

Menurut Syofian (2015: 37) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan perwakilan karyawan dan jawaban kuesioner yang akan diisi langsung oleh objek yang diteliti yaitu karyawan Departemen Pemasaran di PT. HNI HPAI Jakarta.

2. Data Sekunder

Menurut Syofian (2015: 37) data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen kantor PT. HNI HPAI Jakarta.

3.2.2.2 Alat Pengumpulan Data

Dalam memperoleh hasil penelitian yang diharapkan, maka dibutuhkan data dan informasi yang akan mendukung penelitian ini. Maka dari itu penulis mengumpulkan melalui metode:

1. Wawancara

Menurut Abdurachman et. al. (2011: 40) “Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung, secara bertatap muka (*personal face to face interview*) dengan sumber data (responden)”.

2. Kuesioner

Menurut Abdurachman et, al. (2011: 44) “Kuesioner atau yang juga dikenal sebagai angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diharus diisi oleh responden”. Kuesioner dalam penelitian ini berhubungan dengan sistem penilain prestasi kerja, pelatihan, dan kinerja karyawan yaitu dengan memberikan pernyataan secara tertulis dan terstruktur kepada karyawan di PT. HNI HPAI Jakarta.

3. Studi Dokumentasi

Menurut Abdurachman et, al. (2011: 47) “Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyelidiki benda-benda tertulis”. Dalam penelitian ini yaitu artikel dan dokumen.

3.2.2.3 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2015: 167) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Departemen Pemasaran di PT. HNI HPAI Jakarta, dalam penelitian ini seluruh populasi yang akan diteliti sebanyak 30 orang. Berikut sebaran karyawan Departemen Pemasaran di PT. HNI HPAI Jakarta:

Tabel 3.2 Data Karyawan Departemen Pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta

No	Jabatan	Jumlah
1	Manajer Departemen Pemasaran	1
2	<i>Supervisor</i> Departemen Pemasaran	1

3	Staff Departemen Pemasaran	28
	Jumlah	30

3.2.2.4 Penentuan Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2015: 168) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Pada penelitian ini akan menggunakan teknik sensus. Menurut Arikunto (2012: 104) “Jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan”. Oleh karena itu, dalam penelitian ini populasi yang digunakan seluruhnya akan dijadikan objek yang akan diteliti, yang terdiri dari 30 orang karyawan Departemen Pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta.

3.2.2.5 Pengujian Instrumen

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan.

1. Uji Validitas

Menunjukan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya, Sugiyono (2009: 47)

Kriteria pengujian validitas:

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

Jika $\text{sig.} \leq \alpha (0.1)$, maka pernyataan valid.

Jika $\text{sig.} > \alpha$ (0.1), maka pernyataan gugur (tidak valid).

Husein Umar (2002: 180)

2. Uji Reliabilitas

Merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya, Sugiyono (2009: 47). Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap *reliable*, dapat dilakukan dengan cara:

Jika $r\text{-alpha}$ positif dan $r\text{-alpha} > r\text{-tabel}$ (α ; $n-2$) n = jumlah sampel (Sugiyono, 2009: 50)

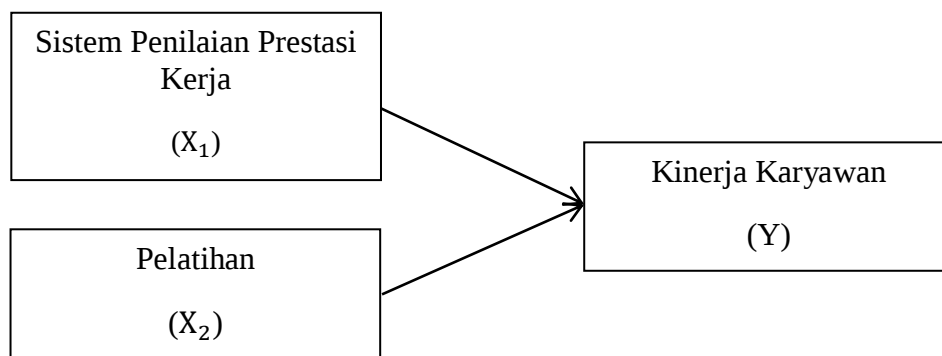
Adapun tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No.	Interval	Kriteria
1.	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2.	0,20 – 0,399	Rendah
3.	0,40 – 0,599	Cukup
4.	0,60 – 0,799	Tinggi
5.	0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

3.3 Model Penelitian

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja dan Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan, maka disajikan model penelitian berdasarkan kerangka pemikiran yaitu pada gambar 3.2 sebagai berikut:



Gambar 3.2 Model Penelitian

Keterangan:

X_1 = Sistem Penilaian Prestasi Kerja

X_2 = Pelatihan

Y = Kinerja Karyawan

3.4 Teknik Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Analisis Deskriptif

Teknik pertimbangan data dengan menggunakan analisis deskriptif, dimana data yang dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut seperti: frekuensi, mean, standar deviasi maupun rankingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan **Skala Likert** untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif. Perhitungan hasil kuesioner dengan presentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

dimana:

X = jumlah presentase jawaban

F = jumlah jawaban/ frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel dari hasil perhitungan yang dilakukan maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu dengan cara sebagai berikut:

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

3.4.2 Metode Successive Interval

Data yang diperoleh merupakan data ordinal, sehingga untuk menaikkan tingkat pengukuran dari ordinal ke interval dapat digunakan metode successive interval. Pengolahan data dengan menggunakan alat bantu *software Microsoft Excel 2016*.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka

model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Selain itu dapat digunakan uji asumsi *kolmogorov- Smirnov* (K-S), yang dijelaskan oleh Imam (2009: 115). Bila nilai signifikan $<0,1$ berarti distribusi data tidak normal, sebaliknya bila nilai signifikan $>0,1$ berarti distribusi data normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Duwi, 2010: 83). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam pengamatan yang satu dengan yang lainnya. Jika ada perbedaan yang besar berarti telah terjadi Heteroskedastis. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastis. Sedangkan adanya gejala residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut homokedasits. Heteroskedastis pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Tetapi tidak berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastis. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastis pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. tidak terdapat heteroskedastis jika:

- Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka nol
- Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan *linier* diantara *independent variable* dalam model regresi. Syarat berlakunya model regresi ganda adalah antar variabel bebasnya tidak memiliki hubungan sempurna atau mengandung multikolinearitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antarsesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

3. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari *variance inflation factor* (VIF). Ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Bila didapat multikolinearitas maka nilai *t* bagi koefisien variabel akan menjadi kecil. Metode untuk mendiagnosa adanya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) yang diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{tolerance} \quad tolerance = \frac{1}{VIF}$$

- Jika nilai *tolerance* > 0,01 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

4. Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi menurut Imam (2009: 95) bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pengganggu pada periode *t-1* (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan

pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data *cross section* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena “gangguan” pada observasi yang berbeda berasal dari individu kelompok yang berbeda. Dengan menggunakan program SPSS, deteksi adanya problem autokorelasi adalah dengan melihat besaran *Durbin-Watson*, yaitu panduan mengenai angka D-W (*Durbin-Watson*) pada tabel D-X. Keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

Autokorelasi bisa datasi dengan berbagai cara, misalnya dengan melakukan transformasi data dan menambah data observasi.

3.4.4 Analisis Regresi Berganda

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda karena terdapatnya asumsi tidak terdapatnya pengaruh antara variabel independen. Analisis regresi ganda adalah alat yang digunakan untuk meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktornya dimanipulasi (Sugiyono, 2016: 275).

Pada penelitian ini digunakan alat analisis regresi berganda tiga prediktor dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kinerja

α = *Intercept*

β_1 = Koefisien Reegresi

X_1 = Sistem Penilaian Prestasi Kerja

X_2 = Pelatihan

e = nilai residu

Untuk mengukur derajat pengaruh Sistem Penilaian Prestasi Kerja dan Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan, penulis menggunakan analisis regresi berganda, yaitu analisis yang mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, untuk mengetahui derajat pengaruh dari variabel yang satu terhadap variabel lain. Adapun formula untuk mencari koefisien korelasi berganda adalah sebagai berikut:

Untuk menghitung koefisien determinasi rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Sugiyono (2003: 216)

Kd = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi dikuadratkan

Dan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh ke faktor lain diluar variabel yang diteliti dapat dipergunakan koefisien non determinasi yang dapat diari dengan menggunakan rumus:

$$Knd = (1 - r^2) \times 100\%$$

Sugiyono (2003: 216)

3.4.5 Korelasi

Yakni suatu nilai koefisien yang dapat menyebabkan keeratan hubungan diantara dua variabel, kenyataan kuat/erat atau tidak kuat/tidak erat hubungan tersebut tidak akan digunakan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi dan tafsiran korelasi.

3.4.6 Koefisien Determinan dan Non-Determinan (r^2 dan $1-r^2$)

Yakni koefisien determinasi ini digunakan untuk menetapkan berapa besar dalam satuan persen pengaruh perubahan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Sedangkan variabel koefisien non determinasi digunakan untuk menyatakan pengaruh faktor lainnya selain dari variabel X terhadap variabel Y.

3.4.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikan, uji signifikansi, kriteria dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$ Sistem Penilaian Prestasi Kerja dan Pelatihan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan departemen pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta.

$H_a : \rho \neq 0$ Sistem Penilaian Prestasi Kerja dan Pelatihan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan departemen pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta.

b. Secara Parsial

$H_{01} : \rho = 0$ Sistem Penilaian Prestasi Kerja secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan departemen pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ Sistem Penilaian Prestasi Kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan departemen pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta.

$H_{02} : \rho = 0$ Pelatihan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan departemen pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta.

$H_{a2} : \rho \neq 0$ Pelatihan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan departemen pemasaran PT. HNI HPAI Jakarta.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 90% ($\alpha = 0,1$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi

- a. Secara simultan menggunakan uji F
- b. Secara parsial menggunakan uji t

4. Kriteria Keputusan

- a. Secara Simultan (uji f)

Jika signifikansi $F < (\alpha = 0,05)$ H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika signifikansi $F \geq (\alpha = 0,05)$ H_0 diterima, H_a ditolak.

b. Secara Parsial (uji t)

Jika signifikansi $t < (\alpha = 0,05)$ H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika signifikansi $t \geq (\alpha = 0,05)$ H_0 diterima, H_a ditolak.

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS Ver. 24 dan *Microsoft Office Excel* 2016.