

BAB IV

METODA PENELITIAN

4.1. Populasi dan Prosedur Penentuan Sampel

Adapun sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, adapun rumusnya adalah (Slovin, 1960; dalam Husein Umar, 2001).

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

Keterangan :

n = jumlah sample

N = populasi

e = tingkat kesalahan

Di mana penentuan sampel dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$n = \frac{147}{1 + 147(0,1)^2}$$

n = 59,5 dibulatkan jadi 60

Berdasarkan pertimbangan dari populasi kriteria di atas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 60 perusahaan manufaktur di Semarang.

4.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer.

Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi langsung mengenai objeknya. Data ini berupa persepsi atau opini para responden atas berbagai pertanyaan dalam kuesioner mengenai variable terkait.

2. Data sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang berupa buku, referensi, jurnal dan data yang lainnya.

4.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang akan diukur yaitu: Penggunaan Anggaran, Gaya Manajemen, Perubahan Strategi dan Kinerja Perusahaan. Instrumen yang digunakan diadopsi dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan menggunakan skala *likert* yang diharapkan akan memberikan hasil pengukuran yang lebih teliti dan akurat.

1. Perubahan Strategi

Dalam penelitian ini perubahan strategi digunakan sebagai variabel independen. Perubahan strategi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dua topologi yang dikemukakan oleh Miles dan Snow (1978) yaitu strategi *defender* dan *prospectors*, karena kedua tipe strategi ini memiliki karakteristik yang sangat bertolak belakang dan berada pada titik ekstrim. Sedangkan perubahan strategi ini adalah tingkat pergeseran perusahaan di sepanjang jalan *defenders* dan *prospectors*. Di mana *defenders* adalah mempunyai kecenderungan tidak (sedikit, sekali) melakukan pengembangan produk dan market. Sebaliknya *prospectors* terus menerus mencari peluang pasar dan menjadi *reactors of change*.

Variabel perubahan strategi diukur dengan menggunakan instrumen yang di modifikasi dari instrumen (Shortel, dkk, 1990) dan digunakan oleh Albemetty dan Brownell (1990) di mana responden diminta untuk menentukan tipe strategi yang diterapkan dalam perusahaan dengan mengidentifikasi tipe strategi apakah tipe A (*defender*) atau tipe B (*prospectors*) dan selanjutnya memberikan poin pada skala *likert* 1 (satu) adalah sangat stabil sampai 7 (tujuh) adalah penuh perubahan.

2. Penggunaan Anggaran

Penggunaan anggaran dalam penelitian ini adalah sebagai variabel independen. Di mana anggaran menurut Nurafin (2000) adalah rencana tertulis mengenai kegiatan perusahaan atau organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang. Penelitian ini cenderung mencermati

penggunaan anggaran yang dilakukan secara diagnostik oleh manajer, dimana manajer memonitor out comes organisasi dan melakukan tindakan koreksi atas penyimpangan dari standar yang telah ditetapkan. Sementara pengendalian secara interaktif yaitu di mana manajer melibatkan diri secara personal dalam pengambilan keputusan oleh bawahan (Anthony dan Govindarajan, 2001, dalam Simons, 2002)

Pengukuran dalam penggunaan ini menggunakan skala likert 7 point. Dimana nilai 1= sangat tidak setuju sampai nilai 7 = sangat setuju dengan empat pertanyaan mengenai pola perilaku penggunaan anggaran yang di terapkan oleh responden. Skor tertinggi menggambarkan interaktif dan skor terendah menggambarkan anggaran diagnostik. Keandalan tolok ukur ini memiliki *eroanbach alpha* 0,6 selain itu responden diberikan 2 tolok ukur alternatif mengenai uraian penggunaan anggaran interaktif dan diagnostik.

3. Gaya Manajemen

Dalam penelitian ini gaya manajemen adalah sebagai variabel independen. Di mana gaya manajemen dalam penelitian ini menurut peneliti dari Ohio State University menilai bahwa gaya manajemen tercermin dari perilaku pimpinan. Mereka menilai perilaku pimpinan mempunyai dua dimensi yaitu *consideration* dan *Initiating Structure* (Kreitner dan Kinichi, 2001). Dimana tipe *consideration* memandang bahwa perilaku pimpinan mengarah pada saling percaya dan menghargai dan berfokus pada keinginan dan kebutuhan kelompok, sedangkan *Initiating Structure* menunjukkan bahwa perilaku pimpinan mengarah pada mengorganisasikan anggota kelompok untuk memaksimalkan output.

Penelitian ini menggunakan skala likert 7 point. Dimana nilai 1 (satu) menunjukkan gaya *Initiating Structure* dan nilai 7 (tujuh) menunjukkan *consideration*.

4. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini adalah termasuk dalam variabel dependen. Di mana kinerja perusahaan mengarah pada keefektifitasan suatu produk secara keseluruhan. Kinerja Perusahaan ini diukur dengan sistem instrument self rating yang dikembangkan oleh Govindarajan dan Fisher (1990). Dalam pengukuran kinerja sendiri atau self rating, setiap responden diminta untuk mengukur sendiri kinerjanya dengan menggunakan skala likert 7 point di mana nilai 1 (satu) adalah sangat tidak

signifikan dan nilai 7 (tujuh) adalah sangat signifikan. Instrumen tersebut terdiri dari ROI (*Rate of Return on Investment*), *Profit* (Keuntungan), *Cash Flow* (Arus Kas), *Cost Control*, Pengembangan Pasar, Pengembangan Sumber Daya Manusia urusan Kemasyarakatan.

Ada dua alasan dipilih *self rating* sebagai instrumen dalam mengukur kinerja, Pertama *self rating* memberikan penilaian yang lebih ananimity dan tidak lebih dapat dijamin dibandingkan menggunakan superior rating. Instrumen *self rating* ini akan memberikan secara khusus informasi yang baik dan lebih bersifat subjektif pada bawahan. Kedua responden diminta mengukur tingkat kinerja perusahaan dengan skala likert mulai signifikan di bawah standar sampai signifikan diatas standar, diawali dengan sangat tidak signifikan sampai dengan sangat signifikan dengan maksud agar mudah dalam menguji responden.

4.4. Teknik Analisis

Dalam suatu penelitian data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembuktian hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan kualitas hasilnya penelitian ini. Ada dua konsep yang digunakan untuk mengukur kualitas data yaitu :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2001), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, uji validitas tersebut digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang dibuat betul-betul dapat menjadi tolok ukur obyek yang hendak diukur. Uji validitas dapat dilakukan dengan dengan uji homogenitas data yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing- masing butir pertanyaan dengan skor total (*Pearson Corellation*). Uji validitas seperti ini bertujuan untuk memastikan bahwa masing-masing pertanyaan memang mewakili keberadaan variable tersebut.

b. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Atau dengan kata lain, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung cronbuch alpha dari masing-masing instrument. Dalam suatu variable suatu instrumen dikatakan andal (reliabel) apabila memiliki cronbuch alpha 0,60 (Nunally, 1978 dalam Ghozali, 2001).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2001).

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF), dengan dasar pengambilan keputusan : (1) Jika nilai tolerance mendekati angka 1 dan nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolinieritas, (2) Jika nilai tolerance tidak mendekati angka 1 dan nilai VIF di atas 10, maka terjadi masalah multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (RESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scattenplot antara SRESID dan ZPRED di

mana sumbu Y adalah \hat{Y} yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya) yang telah di studentized (Ghozali, 2001).

Dasar pengambilan keputusan : (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, (2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas di mana data akan berpencar dan tidak membuat suatu pola atau tren garis tertentu.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001).

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, namun demikian hanya dengan melihat histogram-histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sample kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan. : (1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, (2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

4.5. Pengujian Hipotesis

1. Metode Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis pertama menggunakan model regresi berganda dengan Moderated Regression Analysis (MRA) sebagai berikut :

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_4X_1X_2 + \varepsilon \dots \dots \dots \text{Persamaan (1)}$$

Dimana:

- Y : Kinerja Perusahaan
- α : Konstanta
- B_1, B_2 dan B_3 : Koefisiensi Regresi
- X_1 : Perubahan strategik
- X_2 : Penggunaan anggaran
- X_1X_2 : Interaksi antara perubahan strategi dan gaya penggunaan Anggaran.

2. Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah variabel bebas (anggaran partisipatif, gaya kepemimpinan dan pelimpahan wewenang) secara parsial berpengaruh terhadap variable terikat (kinerja manajerial). Djarwanto Ps dan Pangestu S, 1998).

a. Pengujian menggunakan rumus (Djarwanto Ps dan Pangestu S, 1998)

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{Se_i}$$

dimana :

- b_i = koefisien regresi
- se_i = standard error

b. Perumusan Hipotesis

$H_0 : \beta \leq 0$; Tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara variabel bebas (perubahan strategik, penggunaan anggaran dan gaya manajemen) secara parsial terhadap kinerja perusahaan.

$H_a : \beta > 0$; Ada pengaruh positif yang signifikan antara variabel bebas (perubahan strategik, penggunaan anggaran dan gaya manajemen) secara parsial terhadap kinerja perusahaan.

c. Taraf nyata (α) yang digunakan adalah : 5 %

Distribusi t dengan derajat kebebasan ($\alpha ; n - k$). Uji satu sisi.

d. Kriteria pengujian

H_0 diterima apabila t hitung $\leq t$ tabel

H_0 ditolak apabila t hitung $\geq t$ tabel

Tabel 5.1
Deskripsi Variabel Penelitian

	Frekuensi absolut (f)	Frekuensi relatif (f _r)	Rata-rata	Standar deviasi (s)	Skor standar (z)
...
...
...
...
...
...
...
...
...

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 5.1 di atas memberikan gambaran tentang distribusi yang diperoleh dari 60 responden terhadap variabel penelitian strategi adaptasi 5.55 dengan standar deviasi (persentase) sebesar 1,334. Untuk variabel yang kedua digunakan adalah strategi adaptasi sebesar 2,55 dengan standar deviasi sebesar 2,251. Sedangkan variabel yang ketiga digunakan adalah strategi adaptasi sebesar 2,29 dengan standar deviasi sebesar 2,237. Dan untuk variabel yang keempat digunakan nilai rata-rata dengan standar deviasi sebesar 2,57 dengan standar deviasi sebesar 2,230.

5.1.3. Strategi Adaptasi

Salah satu strategi adaptasi yang digunakan oleh para responden adalah strategi adaptasi yang berkaitan dengan standar dan kualitas yang tidak dapat