

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian dapat diartikan sebagai sasaran penelitian (Ferdinand, 2014). Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah salah satu bisnis syariah di Kota Bandung. Penelitian ini akan mengukur tingkat kepatuhan bisnis syariah terhadap prinsip syariah (*Sharia Principle Adherence*) dalam performanya selama tiga tahun melalui 4 dimensi yaitu *finance* (kepatuhan syariah dalam permodalan), *customer* (kepatuhan syariah dalam bertransaksi dengan konsumen), *internal processes* (kepatuhan syariah dalam proses produksi), dan *employee learning and development* (kepatuhan syariah dalam mengelola tenaga kerja).

Adapun bisnis yang akan diteliti adalah Bisnis Hijab Wanoja. Secara astronomis, lokasi perusahaan bisnis Wanoja Hijab terletak di Jl. Guntursari Wetan I No. 04 RT 03 RW 11, Kelurahan Turangga, Kecamatan Buah Batu, Kota Bandung – Jawa Barat, sedangkan secara geografis Wanoja Hijab terletak di 6⁰ 54' 27.83" LS dan 107⁰ 37' 57.60" BT.

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif-kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data jadi yang menyajikan data-data analisis dan interpretasi (Ferdinand, 2014). Lebih lanjut Sudjana (2004:53) menjelaskan bahwa: “Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna.

Ciri-ciri dari metode deskriptif menurut Nasution (2003:61) adalah sebagai berikut:

- a. Memusatkan data pada pemecahan-pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau masalah-masalah yang aktual
- b. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa, oleh karena itu metode ini sering disebut metode analisa

Berdasarkan pendapat di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur dan menganalisis kepatuhan syariah dalam performa bisnis konveksi syariah di Kota Bandung dalam kurun waktu tiga tahun, dan atas dasar tersebut, peneliti menyakini bahwa pendekatan

kuantitatif dengan metode deskriptif akan sangat sesuai untuk menjawab rumusan permasalahan yang dituangkan dalam penelitian ini, serta sangat sesuai dengan tujuan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti.

3.3. Desain Penelitian

Desain Penelitian yaitu garis besar bagi proses pengumpulan data, pengukuran, dan penganalisisan data. Pemilihan desain penelitian dalam suatu penelitian didasarkan pada kondisi penelitian dan kedalaman penelitian, sejauh mana hal yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian tersebut. Desain penelitian disebut juga rancangan pola dasar atau cetak biru, sebagai gambaran pokok dari tiap perosedur dari awal hingga akhir. Desain penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif dengan data primer (Ferdinand, 2014).

Adapun penelitian ini menggunakan metode *balanced scorecard* (BSC). *balanced scorecard* yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan hasil modifikasi antara 2 jenis indikator yaitu *sharia principle adherence* dan *key perfomance index* yang akan meneliti 4 dimensi yaitu *finance* (kepatuhan syariah dalam permodalan), *customer* (kepatuhan syariah dalam bertransaksi dengan konsumen), *internal processes* (kepauhan syariah dalam proses produksi), dan *employee learning and development* (kepatuhan syariah dalam mengelola tenaga kerja).

3.3.1. Definisi Operasional Variabel

Berkenaan dengan desain penelitian, operasionalisasi variabel adalah penjabaran konsep-konsep yang akan diteliti, sehingga dapat dijadikan pedoman guna menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini akan diberikan batasan-batasan pengertian yang dimaksud dari variabel yang akan diteliti.

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kepatuhan pebisnis syariah. Indikator yang digunakan dalam mengukur seberapa jauh peningkatan suatu usaha adalah kenaikan volume penjualan dan laba usaha. Definisi operasionalisasi variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Ukuran	Skala
Financial	BSC	Profitabiliti modal (Harwati, 2017).	Laba bersih	Rasio
	SPA	Kepatuhan syariah dalam konsep modal menghindari maysir gharar, riba (Najeeb, 2014).	Survey kuesioner	Ordinal

	SPA	Kepatuhan syariah dalam keuangan		Penggunaan rekening bank syariah	Ordinal
<i>Customer</i>	BSC	Kepuasan konsumen (Harwati, 2017).		Survey kepuasan konsumen	Ordinal
	SPA	Kepatuhan syariah dalam bertransaksi dengan konsumen menghindari <i>maysir gharar, riba</i> (Najeeb, 2014).		Survey implementasi akad jual beli syariah	Ordinal
<i>Internal Process</i>	BSC	Kualitas Produk		Jumlah produk cacat	Rasio
	BSC	Durasi pembuatan produk (Harwati, 2017).		Durasi pembuatan produk	Ordinal
	BSC	Inovasi produk (Harwati, 2017).		Jumlah produk baru	Rasio
	SPA	Kepatuhan syariah dalam proses produksi menghindari <i>maysir gharar, riba</i> (Najeeb, 2014).		Jumlah produk syariah	Ordinal
<i>Learning and Development</i>	BSC	Pelatihan karyawan (Harwati, 2017).		Pelatihan <i>softskill</i> dan <i>hardskill</i> karyawan	Rasio
	BSC	Lama kerja karyawan (Harwati, 2017).		Lama kerja karyawan	Ordinal
	BSC	Kepuasan karyawan (Harwati, 2017).		Index kepuasan karyawan	Ordinal
	BSC	Kecelakaan Karyawan (Harwati, 2017).		Jumlah kecelakaan karyawan dari tahun ke tahun selama tiga tahun	Rasio
	SPA	Kepatuhan syariah dalam konsep tenaga kerja menghindari <i>maysir gharar, riba</i> (Najeeb, 2014).		Kesyariahan konsep tenaga kerja berdasarkan data kuesioner	Ordinal

Sumber: Analisis Peneliti, 2018

3.3.2. Sumber Data

Dilihat dari jenisnya, data yang digunakan di penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka, dimana 4 dimensi akan diolah menjadi data berupa angka. Kemudian jika dilihat dari cara memperolehnya, data yang digunakan adalah data primer berdasarkan studi dokumentasi dan studi lapangan.

3.3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang berkaitan dengan bisnis Wanoja Hijab, diantaranya pimpinan Wanoja Hijab, karyawan Wanoja Hijab dan konsumen dari Wanoja Hijab. Lebih lanjut pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh, yaitu orang-orang yang menjadi populasi diambil semuanya menjadi sampel penelitian. Berikut merupakan detail populasi dan sampel penelitian yang totalnya berjumlah 42 orang.

Tabel 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

No	Kedudukan	Jumlah
1	Pimpinan Wanoja Hijab	1
2	Karyawan Wanoja Hijab	7
3	Konsumen Wanoja Hijab	34
Jumlah Keseluruhan		42

Sumber: Analisis Peneliti, 2018

Berikut merupakan profil dari populasi dan sampel pada penelitian ini:

1. Pemimpin Perusahaan

Dalam penelitian ini, pemimpin perusahaan yang dimaksud adalah pemilik perusahaan Wanoja Hijab yaitu Ibu Maria Ulfah yang berusia 30 tahun. Dalam menjalankan bisnisnya, beliau dibantu oleh suaminya yang bernama Asep Wahyu Shopiyudin. Akan tetapi suaminya tersebut dalam struktur organisasi perusahaan menjabat sebagai Koordinator Divisi Marketing. Pemilik perusahaan ini merupakan alumni dari Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia Program Magister Linguistik, sedangkan suaminya sedang menempuh pendidikan di Institut Teknologi Bandung pada Program Magister Teknik Elektro. Walaupun bidang bisnis yang ditekuni sekarang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikannya, akan tetapi beliau sudah mampu memimpin perusahaan tersebut selama 2 tahun berjalan. Keahlian dalam berbisnis beliau dapatkan dari rekan-rekan kampus selama kuliah, dari rekan kerja dan dari beberapa seminar bisnis yang pernah beliau ikuti.

2. Karyawan Wanoja Hijab

Dalam penelitian ini, karyawan Wanoja Hijab yang dimaksud adalah karyawan aktif atau masih bekerja di Wanoja Hijab. Karyawan aktif di Wanoja Hijab pada saat ini berjumlah 7 orang. Pada penelitian ini semua karyawan aktif tersebut menjadi responden penelitian.

3. Konsumen Wanoja Hijab

Dalam penelitian ini, konsumen Wanoja Hijab yang dimaksud adalah 34 responden yang pernah menjadi pelanggan dan menggunakan produk Wanoja Hijab. Responden pada penelitian mengisi kuesioner secara online melalui *google form*. Keseluruhan responden atau pelanggan berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia antara 17 tahun hingga 40 tahun.

Berdasarkan data responden di atas, maka dapat disimpulkan bahwa total keseluruhan responden pada penelitian ini adalah sebanyak 42 orang dengan rincian 1 orang pemimpin perusahaan, 7 orang karyawan dan 34 orang konsumen.

3.3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan studi pada bisnis konveksi syariah di kota Bandung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dengan melalui penyebaran *balanced scorecard* (BSC) yaitu kartu yang berisi pertanyaan dan dapat dijawab oleh pelaku dan konsumen bisnis konveksi syariah menggunakan data atau pernyataan.

1. Observasi

Tujuan observasi dilakukan adalah untuk mengetahui secara langsung suatu kegiatan atau peristiwa yang terjadi, sehingga memberikan informasi yang akurat sesuai fokus penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non terstruktur, dimana observasi dilakukan secara langsung tanpa menggunakan pedoman observasi.

Untuk melakukan observasi kelapangan, peneliti terlebih dahulu melakukan perizinan dengan pihak perusahaan, dalam hal ini yaitu pimpinan perusahaan yaitu Ibu Maria Ulfah. Perizinan dilakukan dengan memberikan surat izin penelitian, hal tersebut dilaksanakan pada tanggal 22 Maret 2018. Observasi dilakukan dengan dilengkapi perekam atau pemotret (kamera) untuk mendokumentasikan bagaimana kegiatan atau aktivitas jual beli ataupun produksi di Wanoja Wijab. Observasi dilakukan terhadap lingkungan kerja dengan fokus pada pelaksanaan bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas bisnis dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi bisnis Wanoja Hijab.

2. Kuisisioner

Salah satu teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Menurut Supranto (2006:23) “Kuisisioner atau daftar isian adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar pertanyaan yang sama dapat diajukan terhadap setiap responden”.

Lembar pertanyaan dan pernyataan secara tertulis diberikan kepada responden, responden disini ialah pimpinan, karyawan dan pelanggan Wanoja Hijab sebanyak 42 responden. Isi pertanyaan kuisisioner pada penelitian ini sesuai dengan variabel penelitian karena untuk menjawab rumusan masalah dan untuk tercapainya tujuan dari penelitian. Untuk tabulasi hasil jawaban dari responden peneliti menggunakan skala Likert, dimana pertanyaan positif diberi skor 5,4,3,2,1 sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1,2,3,4,5.

Berikut merupakan rincian responden serta peran dalam dalam penelitian ini:

- a. Pemimpin perusahaan Wanoja Hijab yaitu Ibu Maria Ulfah, pada penelitian mengisi tabel

Balance Scorecard dan analisa Neraca *Balanced Scorecard*.

- b. Karyawan yang berjumlah 7 orang, pada penelitian ini mengisi kuisioner tentang kepuasan karyawan dan kuisioner kepatuhan syariah dalam konsep tenaga kerja
- c. Konsumen yang berjumlah 34 orang, pada penelitian ini mengisis kuisioner kepuasan konsumen.

Proses pengisian kuisioner yang dilakukan oleh pimpinan, karyawan dan pelanggan mempunyai prosedur dan waktu penelitian yang berbeda. Pimpinan dan karyawan mengisi kuisioner secara langsung dengan kehadiran peneliti di lokasi penelitian dan pengisian kuisioner ini dilakukan sebanyak 2 tahap selama 2 hari yaitu tanggal 04 April 2018 dan 13 April 2018, sedangkan pelanggan mengisi kuisioner melalui *google form* berbasis internet. Durasi waktu pengisian kuisioner berbasis internet ini selama 1 bulan, yang dimulai tanggal 13 April 2018 sampai 11 Mei 2018.

3. Wawancara Mendalam (*Indept Interview*)

Wawancara secara mendalam digunakan untuk memperoleh informasi lengkap tentang segala hal yang dipikirkan, dirasakan, direncanakan dan dikerjakan terkait dengan aktivitas bisnis di Wanoja Hijab. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, dimana pertanyaan yang akan digunakan dalam pengambilan data sudah disusun. Teknik pengambilan sumber data dalam wawancara menggunakan teknik purposive dan teknik snowball agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan dan efisien.

Sebelum wawancara dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan: 1) menetapkan sumber data, 2) menyiapkan pertanyaan penelitian yang akan menjadi bahan pembicaraan yang sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman sumber data, 3) membuka alur wawancara dengan perbincangan informal, 4) melangsungkan alur wawancara, 5) menyampaikan dan mengonfirmasikan ihtisar hasil wawancara, 6) menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan 7) menjadikan catatan lapangan sebagai instrumen untuk menguji keabsahan data yang ditriangulasikan dengan teknik pengumpulan data seperti observasi dan studi dokumentasi.

Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan pimpinan perusahaan, karyawan dan konsumen Wanoja Hijab. Proses wawancara yang dilakukan dengan pimpinan perusahaan dalam hal ini yaitu Ibu Maria Ulfah. Pimpinan perusahaan Wanoja Hijab tersebut merupakan perempuan kelahiran 1987 dan pada saat ini berumur 30 tahun. Wawancara dilakukan secara langsung di kantor Wanoja Hijab yaitu di jalan Jl. Turangga, Buah Batu, Kota Bandung nomor telepon 08156030650. Proses wawancara berlangsung sebanyak 3 tahap yaitu tahap pertama

pada tanggal 4 April 2018, tahap kedua pada tanggal 13 April 2018 dan tahap ketiga pada tanggal 22 Mei 2018. Pelaksanaan wawancara dengan pimpinan dilakukan sebanyak 3 tahap karena untuk melengkapi data-data yang kurang selama tahap 1 dan tahap 2.

Selanjutnya wawancara dilakukan kepada salah satu karyawan Wanoja Hijab, wawancara dilakukan secara intensif untuk mempertegas hasil kuisioner, hal ini dilakukan pada tanggal 5 April 2018. Terakhir subjek yang menjadi responden wawancara pada penelitian ini adalah salah satu konsumen Wanoja Hijab. Hal ini dilakukan dengan maksud yang sama, yaitu untuk mempertegas hasil kuisioner. Wawancara dilakukan secara langsung pada tanggal 4 April 2018.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data pendukung atau pelengkap dalam penelitian ini. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil foto/dokumentasi dan data profil perusahaan. Daftar dokumen yang diajukan dalam penelitian harus sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, karena studi dokumentasi ini merupakan teknik pengumpulan data pelengkap yang sangat berguna untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Pengambilan data dokumentasi berupa foto dan data profil perusahaan dilaksanakan pada tanggal 3 April 2018. Data yang diperoleh melalui kajian dokumentasi ini dapat dipandang sebagai sumber yang dapat membantu serta menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti pada saat mengolah data.

3.3.5. Pedoman Skoring

Untuk mengukur indikator kepuasan konsumen, kepuasan karyawan, kepatuhan syariah dalam bertransaksi dan kepatuhan syariah dalam konsep tenaga kerja dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisioner. Kuisioner dalam penelitian ini berupa pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan *sharia principle adherence*. Untuk mengukur kinerja perusahaan tersebut digunakan pedoman skala Likert, dengan alternatif pertanyaan atau pernyataan terentang satu sampai lima pilihan. Alternatif respon tersebut diurutkan dari kemungkinan kesesuaian tertinggi sampai dengan kemungkinan terendah. Secara sederhana bobot nilai yang dimiliki dari setiap alternatif jawaban tertera pada tabel 3.3 di bawah ini:

Tabel 3.3. Pola Skor Alternatif Respon Kepuasan Konsumen dan Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Positif	Negatif
1	SP (Sangat Puas)	5	1
2	P (Puas)	4	2
3	N (Netral)	3	3
4	TP (Tidak Puas)	2	4
5	STP (Sangat Tidak Puas)	1	5

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2014)

Selanjutnya untuk mengukur kepatuhan syariah dalam bertransaksi dan kepatuhan syariah dalam konsep tenaga menggunakan alternatif respon konsumen dan karyawan. Secara sederhana bobot nilai yang dimiliki oleh setiap alternatif jawaban tertera pada tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3.4. Pola Skor Alternatif Respon Kepatuhan Syariah dalam Bertransaksi dan Konsep Tenaga Kerja

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Positif	Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	Netral (N)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2014)

Tabel 3.3 dan 3.4 menjelaskan pola skor alternatif respon yang merupakan para pelanggan atau customer terhadap pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan implementasi *sharia principle adherence* oleh Wanoja Hijab. Hasil atas respon atau jawaban pelanggan ini akan sangat membantu dalam pengolahan data dan analisis data untuk menjawab rumusan penelitian.

3.3.6. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk menganalisis tingkat *Sharia Principle Adherence* (SPA) dalam performa sebuah bisnis konveksi syariah adalah sebagai berikut:

1. Mencari objek bisnis konveksi syariah yang akan diteliti.
2. Mengumpulkan data melalui metode *Balanced Scorecard*.
3. Menganalisis data dalam *Balanced Scorecard*.
4. Menentukan persentase *Sharia Principle Adhere* dan presentase performa berdasarkan data yang telah dianalisis.

Selain mencari tingkat *Sharia Principle Adhere* tertinggi dan terendah, peneliti mengolah distribusi frekuensi untuk mengetahui rata-rata indikator yang paling dipatuhi dan faktor yang paling dilanggar.

1. *Finance*

Perspektif keuangan berperan sebagai fokus bagi tujuan strategis dan semua ukuran perspektif dalam *Balanced Scorecard*. Menurut Kaplan dan Norton (1996), pengukuran kinerja keuangan dapat mempertimbangkan adanya tahapan dari siklus kehidupan bisnis suatu perusahaan. Pada penelitian ini, dimensi *finance* yang tergolong dalam *Balanced Scorecard* memiliki satu indikator. Satu indikator *Balanced Scorecard* tersebut dikombinasikan dengan dua indikator *Sharia Principle Adherence*, sehingga dimensi ini memiliki 3 indikator sebagai berikut (Harwati, 2017):

- a. *Return on Equity* (ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

- b. *Kepatuhan Syariah* dalam Segi Finansial

$$\text{Kepatuhan Syariah dalam Segi Finansial} = \frac{\text{Jumlah akun bank syariah}}{\text{Total akun bank}} \times 100\%$$

- c. *Kepatuhan syariah* dalam konsep modal menghindari *maysir gharar, riba* yang diukur melalui kuesioner dan wawancara kepada pemilik perusahaan.

2. *Customer*

Kepuasan konsumen merupakan suatu target atau sasaran yang harus dicapai oleh suatu perusahaan. Dan untuk mencapai kepuasan konsumen, dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberi dan kualitas produk yang ditawarkan (Imawan & Sucento, 2009). Kepuasan konsumen menurut Philip Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang bersumber dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan ekspektasinya (Kotler & Keller, 2015).

Dari beberapa pendapat terkait definisi kepuasan konsumen, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan kecewa atau senang yang merupakan respon dari konsumenterhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya, dimana pada saat sebelum menggunakan konsumen memiliki harapan-harapan, yang akan menimbulkan persepsi terhadap kinerja dari produk tersebut. Kepuasan akan tercapai apabila kinerja produk tersebut memenuhi atau setidaknya melampaui harapan-harapan konsumen (Imawan & Sucento, 2009).

Dalam *Balanced Scorecard*, variabel *customer* memiliki 1 indikator yang diteliti. Setelah dikombinasikan dengan *Sharia Principle Adherence*, 1 indikator syariah tersebut dimasukkan hingga variabel ini memiliki 2 indikator sebagai berikut (Harwati, 2017):

a. Kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*)

Diukur menggunakan data survey yg ditujukan kepada konsumen dengan menggunakan skala likert.

b. Kepatuhan syariah dalam bertransaksi dengan konsumen menghindari *maysir gharar, riba*. Kepatuhan syariah dalam bertransaksi ini diukur menggunakan data survey yg ditujukan kepada konsumen dengan menggunakan skala likert.

3. *Internal Process*

Menurut Kaplan dan Norton (1996), setiap bisnis memiliki seperangkat proses yang unik untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan menghasilkan keuntungan. Pada penelitian ini, dimensi *Internal Process* yang tergolong dalam *Balanced Scorecard* memiliki tiga indikator. Tiga indikator *Balanced Scorecard* tersebut dikombinasikan dengan satu *Sharia Principle Adherence*, sehingga dimensi ini memiliki 4 indikator sebagai berikut (Harwati, 2017):

a. Kualitas Produk

Diukur berdasarkan = $\frac{\text{jumlah produk cacat yang dihasilkan tiap tahun}}{\text{Jumlah seluruh produk tiap tahun}} \times 100\%$.

b. Durasi pembuatan produk

Diukur berdasarkan = $\frac{\text{Realita Durasi Pembuatan}}{\text{Target Durasi Pembuatan}} \times 100\%$.

c. Inovasi produk

Diukur berdasarkan = $\frac{\text{jumlah produk baru yang dihasilkan tiap tahun}}{\text{Jumlah seluruh produk tiap tahun}} \times 100\%$.

d. Kepatuhan syariah dalam produk

Diukur berdasarkan = $\frac{\text{Total produk pakaian yang syariah per tahun}}{\text{Total semua produk per tahun}} \times 100\%$

4. *Employee Learning and Development*

Proses pembelajaran dan pertumbuhan dalam suatu perusahaan bersumber pada faktor sumberdaya manusia dan prosedur organisasi pada perusahaan tersebut.

Pada penelitian ini, dimensi *Employee Learning and Development* yang tergolong dalam *Balanced Scorecard* memiliki empat indikator. Empat indikator *Balanced Scorecard* tersebut dikombinasikan dengan satu indikator *Sharia Principle Adherence*, sehingga dimensi ini memiliki 5 indikator sebagai berikut (Harwati, 2017):

a. Pelatihan karyawan

Diukur berdasarkan = $\frac{\text{Realita pelatihan karyawan per tahun}}{\text{Target pelatihan karyawan per tahun}} \times 100\%$

b. Lama kerja karyawan

$$\text{Diukur berdasarkan} = \frac{\text{Jumlah Jam Kerja Perhari}}{\text{Realita Jam Kerja Perhari}} \times 100\%$$

c. Kepuasan karyawan

Diukur menggunakan data survey yg ditujukan kepada karyawan.

d. Kecelakaan karyawan

Diukur menggunakan data survey yg ditujukan kepada karyawan.

e. Kepatuhan syariah dalam konsep tenaga kerja menghindari *maysir gharar, riba*.

Diukur menggunakan data survey terkait konsep ketenagakerjaan.

Selanjutnya, perhitungan hasil *balance scorecard* dianalisis melalui *key performance index* seperti tabel dibawah ini untuk mendapatkan *score* presentase kepatuhan syariah dalam performa bisnis.

Tabel 3.5. Neraca Kinerja Key Performance Index (KPI) Berdasarkan Data Balance Scorecard

Dimensi	KPI	Ekspektasi	Realita	Score
<i>Financial</i>	Profitabiliti modal			
	Penggunaan rekening bank syariah			
	Kepatuhan dalam permodalan	Syariah konsep		
<i>Customer</i>	Survey kepuasan konsumen			
	Survey implementasi akad jual beli syariah			
<i>Internal Process</i>	Jumlah produk cacat			
	Durasi pembuatan produk			
	Jumlah produk baru			
	Jumlah pakaian kategori syar'i sesuai			
<i>Learning and Development</i>	Pelatihan <i>softskill</i> dan <i>hardskill</i> karyawan			
	Lama kerja karyawan			
	Kepuasan karyawan			
	Kecelakaan Karyawan			
	Kepatuhan syariah dalam konsep tenaga kerja			

Sumber: (Harwati, 2017)

Neraca kinerja *Key Performance Index* (KPI) berdasarkan data *Balance Scorecard* akan menjadi pedoman penilaian kinerja perusahaan dilihat dari 4 perspektif atau dimensi, yaitu *financial*, *costumer*, *internal process* dan *learning and development*. Setiap perspektif atau dimensi tersebut kan diteliti lebih rinci dengan cara mengukur *Key Performance Index* (KPI) berdasarkan data *Balance Scorecard*. Tujuan dari penilaian ini adalah untuk melakukan evaluasi kinerja perusahaan dilihat dari sisi *financial* dan *non financial*, agar perusahaan dapat berkembang lebih maju.

3.3.7. Mengukur 4 Dimensi Key Performance Index

Tolak ukur yang digunakan dalam menganalisis 4 dimensi ini diantaranya adalah teori Kaplan dan Norton (1996), *Customer Satisfaction Indeks* (Bhote, 1996) dan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor: 35.3/Per/M.KUKM/X/2007 Tentang Pedoman Pelaksanaan Penilaian Kesehatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi. Berikut merupakan kriteria tolak ukur yang digunakan pada penelitian ini:

1. Teori Kaplan dan Norton (1996)

Indikator yang menggunakan tolak ukur Kaplan dan Norton (1996) diantaranya jumlah produk cacat, durasi pembuatan produk, jumlah produk baru dalam satu tahun, jumlah produk pakaian sesuai syar'i, pelatihan *softskill* dan *hardskill* karyawan, lama kerja karyawan dan terakhir adalah kecalekanaan karyawan. Berikut merupakan kriteria penilaian berdasarkan teori Kaplan dan Norton (1996):



Gambar 4.1. Tolak Ukur Berdasar Teori Kaplan dan Norton (1996)

Sumber: (Kaplan dan Norton, 1996)

2. *Customer Satisfaction Indeks*

Indikator yang menggunakan tolak ukur *Customer Satisfaction Indeks* (Bhote, 1996) ialah kepuasan konsumen dan kepuasan karywan. Berikut merupakan kriteria penilaian berdasarkan *Customer Satisfaction Indeks* (Bhote, 1996):

Tabel 3.1. Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100	Sangat Tinggi
2	66% - 80,9	Tinggi

3	51% - 65,9%	Sedang
4	35% - 50,9%	Rendah
5	0% - 34,9%	Sangat Rendah

Sumber: Bhoté (1996)

3. Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor: 35.3/Per/M.KUKM/X/2007 Tentang Pedoman Pelaksanaan Penilaian Kesehatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi

Indikator yang menggunakan tolak ukur yang berdasar pada Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor: 35.3/Per/M.KUKM/X/2007 diantaranya kepatuhan syariah dalam segi finansial, kepatuhan syariah dalam konsep permodalan, survey implemementasi akad jual beli syariah dan kepatuhan syariah dalam konsep tenaga kerja. Berikut merupakan kriteria penilaian berdasarkan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah:

Tabel 3.2. Kriteria Tingkat Kepatuhan Prinsip Syariah

No	Nilai	Kriteria
1	0,0%-25,0%	Sangat Rendah
2	25,1%-50,0%	Rendah
3	50,1%-75,0%	Sedang
4	75,1%-100,0%	Tinggi

Sumber: Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor: 35.3/Per/M.KUKM/X/2007

4. Return On Equity

Menurut Walsh, terdapat 3 kategori *Return on Equity* (ROE). Jika persentase ROE adalah negatif, maka termasuk dalam kategori rendah karna perusahaan rugi. Jika persentase ROE berada di antara 1% hingga 49% maka perusahaan dalam kategori sedang karena perusahaan mengalami laba. Dan jika persentase ROE lebih dari 49% maka perusahaan dikategorikan tinggi karena mengalami keuntungan lebih dari setengah modal yang dikeluarkan. *Return in equity* (ROE) yang baik dan tinggi akan membawa keberhasilan suatu perusahaan didalam meningkatkan harga saham, serta memungkinkan perusahaan untuk berkembang, menciptakan kondisi pasar yang sesuai dan pada gilirannya akan memberikan laba yang lebih besar (Walsh, 2003).