

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Sejarah Minyak dan Gas Bumi di Dunia**

Negara-negara maju tidak mungkin mencapai tingkat kemajuannya tanpa menggunakan energi secara luas. Menurut Mantle, J (2008:11) bahwa: “Mengenai sejarah industri minyak bumi dan gas bumi (migas) pertama kali dilakukan oleh suatu perusahaan minyak di Amerika Serikat pada tahun 1870 yaitu Standard Oil. Standard Oil, didirikan pada tahun 1870, kelak menjadi salah satu korporasi multinasional yang pertama dan terbesar. Ini akibat dari penaklukan kepentingan yang sukar dikendalikan, dan yang terpenting karena dorongan satu orang, John D. Rockefeller, yang kemudian menjadi orang terkaya di dunia. Perusahaan ini kemudian menjadi simbol praktik-praktik antikompetisi yang merupakan hasil alamiah dari ekonomi pasar-bebas yang tidak diregulasi, menjadikannya subyek gugatan *anti-trust* pertama dan terbesar dalam sejarah industri Amerika”. Pada Gambar 3.1. adalah foto John D. Rockefeller.



Sumber: [https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:John D. Rockefeller 1885.jpg](https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:John_D._Rockefeller_1885.jpg) Diunduh 9 September 2019]

**Gambar 3.1**  
**Foto John D. Rockefeller**

“Pada tahun 1911, Standard Oil dipecah menjadi 38 bagian. Yang paling besar ialah Standard Oil of New Jersey (kemudian menjadi Exxon) dan Standard Oil of New York (menjadi Mobil dan Socal, yang kemudian menjadi Chevron). Anak-cucu perusahaan ini bukan hanya melebihi induknya, tetapi harga minyak pun terus naik. Rockefeller, yang tetap menguasai saham di seluruh perusahaan ini, menjadi orang paling kaya di dunia. Warisan Socal dan Exxon juga termasuk Saudi Arabian Tapline punya Aramco. Sumbangan derma Rockefeller selama masa hidupnya ia menghibahkan \$550 juta, termasuk bantuan untuk Universitas Chicago” (Mantle, J. 2008:11). Pada Gambar 3.2. dan Gambar 3.3. adalah logo Standard Oil Company (Incorporated) dan logo perusahaan-perusahaan minyak dan gas bumi (migas) pemilik jaringan SPBU.

## **Standard Oil Company** (Incorporated)

Sumber: [https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Standard\\_Oil\\_Logo.svg](https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Standard_Oil_Logo.svg) [Diunduh: 9 September 2019].

**Gambar 3.2**  
**Logo Standard Oil Company (Incorporated)**



Sumber: <https://infografik.bisnis.com/read/20190215/547/889356/perusahaan-inggris-jajal-pasar-avtur-dan-niaga-bbm-di-indonesia> [Diunduh: 24 Oktober 2019].

**Gambar 3.3**  
**Logo Perusahaan-Perusahaan Minyak dan Gas Bumi**  
**(Migas) Pemilik Jaringan SPBU**

### **3.1.2 Sejarah Minyak dan Gas Bumi di Indonesia**

#### **3.1.2.1 Pertamina – Laporan Tahun 2017 (2018)**

Di dalam Laporan Pertamina Tahun 2017 (2018:60) bahwa: “Visi dan misi perusahaan telah dibahas dan disetujui oleh Dewan Komisaris, Direksi, dan Pemegang Saham pada tanggal 14 Juni 2011 dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) untuk menetapkan Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) tahun 2011 - 2015. Sementara tujuan perusahaan terbaru telah disahkan bersamaan dengan pengesahaan RJPP 2015 - 2019 pada tanggal 23 Desember 2015. Visi Pertamina yaitu: “Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia”.

Misi Pertamina yaitu: “Menjalankan Usaha Minyak, Gas, serta Energi Baru dan Terbarukan Secara Terintegrasi, berdasarkan Prinsip-Prinsip Komersial yang Kuat”. Tujuan perusahaan yaitu:

1. Melaksanakan dan menunjang kebijakan dan Program Pemerintah di bidang Ekonomi dan Pembangunan Nasional pada umumnya, terutama di bidang Penyelenggaraan Usaha Minyak dan Gas Bumi baik di dalam maupun luar negeri serta kegiatan lain yang terkait atau menunjang kegiatan usaha di bidang minyak dan gas bumi tersebut, serta:
2. Pengembangan optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perseroan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat serta mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai Perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.



Sumber: Pertamina - Laporan Tahunan 2017 (2018:62).

**Gambar 3.4**  
**Logo Pertamina**

Makna Logo Pertamina seperti pada Gambar 3.4. adalah sebagai berikut:

1. Warna biru memiliki arti andal, dapat dipercaya dan bertanggung jawab.
2. Warna hijau memiliki arti sumber daya energi yang berwawasan lingkungan.
3. Warna merah memiliki arti keuletan dan ketegasan serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam kesulitan.

Arti Simbol grafis seperti pada Gambar 3.4. adalah sebagai berikut:

1. Bentuk anak panah menggambarkan aspirasi organisasi Pertamina untuk senantiasa bergerak ke depan, maju dan progresif. Simbol ini juga mengisyaratkan huruf "P" yakni huruf pertama dari Pertamina.
2. Untuk 3 (tiga) elemen berwarna melambangkan pulau-pulau dengan berbagai skala yang merupakan bentuk negara Indonesia.

3.1.2.1.1 Strategi Utama Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP)  
2015 - 2019: Strategi *Aggressive Upstream, Profitable Downstream*

Untuk mewujudkan visi “Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia” yang dijabarkan dalam Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) 2015-2019, Pertamina telah menetapkan tema strategi *Aggressive Upstream, Profitable Downstream* yang diarahkan kepada pencapaian sasaran perusahaan semaksimal mungkin, yang meliputi:

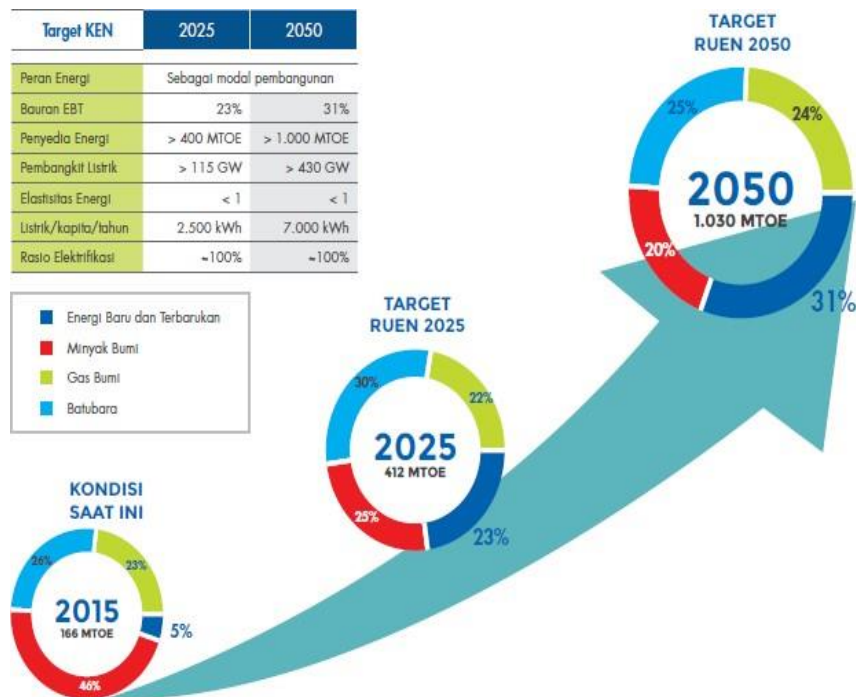
Selain 3 (tiga) strategi utama, RJPP didukung oleh strategi-strategi penunjang yang meliputi:

1. Menerapkan prinsip-prinsip HSE *excellence* dalam setiap kegiatan perusahaan.
2. Menerapkan strategi *Integrated Supply Chain* (ISC) untuk menjamin pengadaan stok nasional.
3. Menyusun *risk appetite* dan *risk tolerance* dalam *Corporate Top Risk Profile*.
4. Meningkatkan kinerja korporasi, unit bisnis dan Anak Perusahaan melalui penerapan *performance management system* yang lebih baik.
5. Menyusun *corporate portfolio optimization* secara terintegrasi dan komprehensif.
6. Mengoptimalkan Sistem Informasi Sumber Daya Manusia (HRIS) berbasis ERP untuk seluruh siklus pengelolaan SDM.
7. Mengembangkan *Corporate University* sebagai *vehicle* dalam menyiapkan sumber daya manusia pada jenjang teknis, operasional, strategik dan visioner.
8. Mengimplementasikan modul *business planning and consolidation*

(BPC) - MySAP di PT Pertamina (Persero).

Sejalan dengan meningkatnya laju pembangunan dan pola hidup masyarakat, konsumsi energi di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan ini terjadi hampir pada semua sektor yaitu sektor industri, transportasi, komersial, rumah tangga, pembangkit listrik dan sektor lainnya. Konsumsi energi di Indonesia selama ini masih bertumpu pada energi fosil terutama bahan bakar minyak (BBM). Sejak tahun 2015, permintaan minyak dan gas (migas) domestik terus meningkat berbanding terbalik dengan kemampuan pasokan domestik yang terus menurun akibat minimnya kegiatan eksplorasi. Dampaknya, Indonesia bergantung pada impor untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2014 tentang: “Kebijakan Energi Nasional (KEN), pemerintah telah menetapkan target bauran energi primer tahun 2015, 2025 dan 2050 dimana proporsi EBT secara bertahap terus ditingkatkan dari 5% pada 2015 menjadi 23% pada tahun 2025 dan 31% pada tahun 2050. Sebaliknya, proporsi pemanfaatan minyak bumi dan batubara semakin dikurangi seperti terlihat pada Gambar 3.5.



Sumber: Laporan Pertamina Tahun 2017 (2018:162).

**Gambar 3.5**  
**Peta Jalan (*Road Map*) Pertamina**



### **3.1.3 Perusahaan-perusahaan Minyak dan Gas Bumi (Migas) Milik Swasta atau Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)**

Badan usaha menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No.146 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Pembangunan dan Pengembangan Kilang Minyak di Dalam Negeri dalam pasal 1 No. 5 menyatakan bahwa: “Perusahaan berbentuk badan hukum yang menjalankan jenis usaha yang bersifat tetap, terus-menerus, dan didirikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta bekerja dan berkedudukan dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dalam pasal 8 menyatakan bahwa Badan Usaha Pelaksana KPBU yang selanjutnya disebut Badan Usaha Pelaksana adalah Perseroan Terbatas yang didirikan oleh Badan Usaha pemenang lelang atau ditunjuk langsung”.

Berdasarkan data dari organisasi minyak dan gas bumi (migas) hilir *Extractive Industries Transparency Indonesia* (EITI) – ESDM tahun 2013 terdapat 44 (empat puluh empat) perusahaan yang kemudian dilakukan penelusuran perusahaan dengan menggunakan website perusahaan di Bulan Mei 2021 hingga Juli 2021, yang didapatkan informasi terbaru sebagai berikut:

1. Perusahaan milik swasta atau BUMS sebanyak 26 (dua puluh enam) perusahaan.

2. Perusahaan milik swasta yang beralih usaha dari minyak dan gas bumi (migas) ke energi panas bumi atau *geothermal* sebanyak 1 (satu) perusahaan.
3. Perusahaan milik negeri baik Persero maupun BUMN, terdiri dari:
  - 3.1 Perusahaan milik PT Pertamina (Persero) sebanyak 13 (tiga belas) perusahaan.
  - 3.2 Perusahaan milik PT PGN (Persero) sebanyak 2 (dua) perusahaan.
4. Perusahaan milik Kadin dan milik BUMN sebanyak 2 (dua) perusahaan.

Selain itu terdapat perusahaan minyak dan gas bumi swasta yang bukan termasuk keanggotaan organisasi EITI-ESDM atau memiliki *Joint Venture* (JV) dengan *foreign-based* sebanyak 10 (sepuluh) perusahaan migas swasta atau BUMS. Untuk tesis ini didapatkan populasi penelitian sebanyak 12 (dua belas) perwakilan perusahaan migas swasta atau BUMS yang terdiri 2 (dua) perwakilan perusahaan migas swasta atau BUMS anggota organisasi EITI-ESDM, dan 10 (sepuluh) perwakilan perusahaan migas swasta atau BUMS bukan anggota organisasi EITI-ESDM atau memiliki *Joint Venture* (JV).

Perwakilan perusahaan migas swasta atau BUMS yang bersedia menjadi responden pada tesis ini seperti pada Tabel 3.1 dan Tabel 3.2, sehingga jumlah objek penelitian untuk tesis ini sebanyak 12 (dua belas)

perwakilan perusahaan migas milik swasta atau BUMS dengan ruang lingkup mengenai “Pengaruh *Customer Focus, Operational Excellence - Cost Leadership, Strategic Partnership, dan Capability Building* Terhadap Kinerja (*Performance*) Perusahaan Minyak dan Gas Bumi (Migas) Milik Swasta atau Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) (*Survey Pada Perusahaan-perusahaan Minyak dan Gas Bumi/Migas Milik Swasta Atau Badan Usaha Milik Swasta/BUMS*)”.

**Tabel 3.1**  
**Perusahaan Minyak dan Gas Bumi (Migas) Milik Swasta atau BUMS dan Anggota Organisasi EITI-ESDM**

No.	Nama Perusahaan	Alamat
(1)	(2)	(3)
1.	PT. Dover Chemical	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Head Office: Jl. Kapuk Kamal No. 19 Jakarta 14470. Telephone: (021) 5551314, 5551386; Fax: (021) 5551632.</li> <li>• Factory &amp; Terminal: Jl. Raya Merak KM 117 Desa Gerem. Kec. Grogol Kota Cilegon 42438. Telephone: (0254) 571064; Fax: (0254) 571224.</li> </ul>
2.	PT. Sadikun Niagamas Raya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jl. Pinangsia Timur No. 4A Jakarta 11110. Telephone: (021) 6900929, 6297880; Fax: (021) 6598508.</li> <li>• Perkantoran Menara Era Lantai 10 Room 03 Jakarta 10410. Telephone: (021) 3862426; Fax: (021) 3863448.</li> </ul>

**Tabel 3.2**  
**Perusahaan Minyak dan Gas Bumi (Migas) Milik Swasta atau BUMS dan Bukan Anggota EITI-ESDM (Non EITI) atau Termasuk *Joint Venture* (JV)**

No.	Nama Perusahaan	Alamat
(1)	(2)	(3)
1.	AIPC <i>Exploration Services and Specialist Team</i>	• Sovereign plaza, 21 st Floor. Jl. TB. Simatupang, Kav.36. Jakarta 12430. Website: www.aipcons.com.
2.	PT Elbugas Energi	• Jl. Ir. H. Juanda no.559 Kota Tasikmalaya (0265) 322349.
3.	PT Geoservices	• Jl. Minangkabau Barat No. 34, Jakarta. Phone: (021) 8305555 dan 8318989. Website: www.geoservices.co.id.
4.	PT Intertek Utama Services	• Jl. Raya Jakarta-Bogor No.17. Jakarta Timur 13710. www.intertek.com.
5.	PT Mu'min Sejahtera	• Jl. Cihideung Balong. Tasikmalaya.
6.	PT Nina Herlina Utama	• Jalan Ahmad yani No.7 Telepon: (0265) 336731 Handphone: 0812 9778 8899. Tasikmalaya.

**Tabel 3.2**  
**Perusahaan Minyak dan Gas Bumi (Migas) Milik Swasta atau BUMS dan Bukan Anggota EITI-ESDM (Non EITI) atau Termasuk *Joint Venture* (JV)**

(1)	(2)	(3)
7.	PT Nuti Putri Jaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jalan Tentara Pelajar No.42 RT.01/RW.02 Tasikmalaya 46124 Telp. (0265) 33287.</li> </ul>
8.	PT Prometric (Prometric LLC - API Representatives)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jakarta <a href="http://www.prometric.com">www.prometric.com</a>.</li> </ul>
9.	PT Rizkya Andina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jl. Siliwangi - Tasikmalaya</li> </ul>
10.	PT Terra Explorasi and Exploitasi Teknologi Indonesia (TERT).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talavera Office, 28<sup>th</sup> floor. Jl. TB Simatupang Kav. 22-26, Jakarta 12430. Website: <a href="http://www.iiesp.com">www.iiesp.com</a> atau <a href="http://www.terrainsight.com">www.terrainsight.com</a>.</li> </ul>

## **3.2 Metode Penelitian**

### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Menurut Sumarwan, U (2015:29) bahwa: “*Theoretical framework* dapat dibuat dengan menjelaskan keyakinan tentang kaitan antarsatu variabel dengan yang lainnya. Peneliti diharapkan mampu mengidentifikasi tabel, memberikan label kepada variabel, menggambarkan hubungan antarvariabel kemudian mampu memahami hubungan antarvariabel tersebut disebut juga dengan konsep yang mudah untuk terukur”. Pada tesis ini, operasionalisasi variabel bebas dan variabel terikat seperti terlihat pada Tabel 3.3.

**Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel-variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	<i>Customer Focus</i> sebagai Variabel X1	<i>Customer focus</i> atau fokus pada pelanggan yang berorientasi pada kepentingan pelanggan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan (Laporan Pertamina Tahun 2017, 2018:61).	1.1. Pelayanan <i>customer</i> .	Ordinal
			1.2. Kualitas perencanaan.	Ordinal
			1.3. <i>Training atau pelatihan</i> .	Ordinal
			1.4. Teknik umpan balik <i>customer</i> .	Ordinal
			1.5. Teknik kepuasan <i>customer</i> .	Ordinal
			1.6. Dukungan keuangan.	Ordinal
2.	<i>Operational Excellence - Cost Leadership</i> sebagai Variabel X2	Menjalankan operasi dan layanan bisnis secara efektif dan <i>excellent</i> (Laporan Pertamina Tahun 2017, 2018:159).	2.1. Efisien pada pasokan.	Ordinal
			2.2. Efisien dan Efektif pada <i>Corporate Center</i> .	Ordinal
			2.3. Efisien di pasar. <i>Excellent profit</i> .	Ordinal



(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3.	<i>Strategic Partnership</i> sebagai Variabel X3	Menjalin kerja sama dengan mitra bisnis strategis untuk mengisi kekurangan dalam menghadapi persaingan (Laporan Pertamina Tahun 2017, 2018:159).	3.1. Mitra bisnis strategis. 3.2. Kualitas hubungan. 3.3. Tingkat fleksibilitas. 3.4. Faktor penyebaran informasi.	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
4.	<i>Capability Building</i> sebagai Variabel X4	Membangun kapabilitas organisasi kelas dunia dari sisi fisik (berupa pembangunan infrastruktur), sumber daya manusia maupun kesisteman. (Laporan Pertamina Tahun 2017, 2018:159).	4.1. Kapabilitas organisasi dari sisi fisik. 4.2. Kapabilitas organisasi dari sisi SDM. 4.3. Kapabilitas organisasi dari sisi kesisteman. 4.4. Proses bisnis dievaluasi.	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5.	Kinerja ( <i>Performance</i> ) Sebagai Variabel Y	Prestasi kerja yang merupakan hasil dari implementasi rencana kerja yang dibuat oleh suatu institusi yang dilaksanakan oleh pimpinan dan karyawan sumber daya manusia yang bekerja di institusi itu baik pemerintah maupun perusahaan (bisnis) untuk mencapai tujuan organisasi (Abdullah, 2015:3).	5.1. Efisiensi pemberian jasa.  5.2. Efektifitas pemberian jasa.  5.3. Adaptabilitas budaya perusahaan.	Ordinal  Ordinal  Ordinal

### 3.2.2 Populasi

“Populasi menggambarkan keseluruhan kelompok yang diteliti yang mungkin kelompok tersebut berasal dari orang, kejadian, atau hal lain yang menjadi fokus penelitian. Elemen atau unsur merupakan anggota dari populasi. Elemen merupakan bagian populasi yang belum tentu menjadi bagian dari contoh atau sampel karena belum terpilih menjadi contoh. Istilah elemen sering disimbolkan dengan huruf X yang umumnya terdiri dari X1, X2, dan seterusnya” (Sumarwan, U. 2015:168).

Untuk tesis ini populasinya adalah perusahaan minyak dan gas bumi (migas) yang terdiri dari anggota EITI-ESDM, bukan anggota EITI-ESDM, dan *Joint Venture* (JV). Untuk keanggotaan EITI-ESDM sebanyak 2 (dua) perusahaan migas swasta atau BUMS, dan perusahaan swasta yang bukan anggota EITI-ESDM atau memiliki *Joint Venture* (JV) sebanyak 10 (sepuluh) perusahaan migas swasta atau BUMS. Sehingga total populasi pada penelitian ini sebanyak 12 (dua belas) perusahaan migas milik swasta atau BUMS dengan tingkat pengembalian dan pemanfaatan data survey pada tesis ini sebesar 100% atau 12 (dua belas) perusahaan migas milik swasta atau BUMS.

Adapun populasi sasaran dalam tesis ini adalah perusahaan minyak dan gas bumi (migas) milik swasta atau Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dengan perincian seperti pada Tabel 3.4 dan Tabel 3.5 sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Perusahaan Minyak dan Gas Bumi (Migas) Milik Swasta atau BUMS dan Anggota Organisasi EITI-ESDM**

No.	Nama Perusahaan	Jumlah
(1)	(2)	(3)
1.	PT Dover Chemical	1
2.	PT Sadikun Niagamas Raya	1
<b>Jumlah</b>		<b>2</b>

Sumber: EITI-ESDM (2021)

**Tabel 3.5**  
**Perusahaan Minyak dan Gas Bumi/Migas Milik Swasta atau BUMS dan Bukan Anggota EITI-ESDM atau Termasuk *Joint Venture* (JV)**

No.	Nama Perusahaan	Jumlah
(1)	(2)	(3)
1.	AIPC (Exploration Services and Specialist Team)	1
2.	PT Elbugas Energi	1
3.	PT Geoservices	1
4.	PT Intertek Utama Services	1
5.	PT Mu'min Sejahtera	1
6.	PT Nina Herlina Utama	1
7.	PT Nuti Putri Jaya	1
8.	PT Prometric (Prometric LLC – API Representatives)	1
9.	PT Rizkya Andina	1
10.	PT Terra Eksplorasi dan Exploitation Technology Exploitasi Indonesia (TERT)	1
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>

Sumber: Non EITI-ESDM (2021)

Sehubungan populasi pada Tabel 3.4 dan Tabel 3.5 mencapai 12 (dua belas) perusahaan minyak dan gas bumi (migas) milik swasta atau Badan Usaha Milik Swasta sehingga  $N = 12$ . Menurut Arikunto mengatakan (2012:104) bahwa: “Jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15%

atau 20-25% dari jumlah populasinya”. Sedangkan menurut Sumarwan, U. (2015:178) bahwa: “Presentase sampel menggambarkan persentase populasi”.

### **3.2.3 Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen utama yang digunakan untuk pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Interview yaitu dengan cara wawancara yang dilakukan dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
2. Kuesioner yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada konsumen.

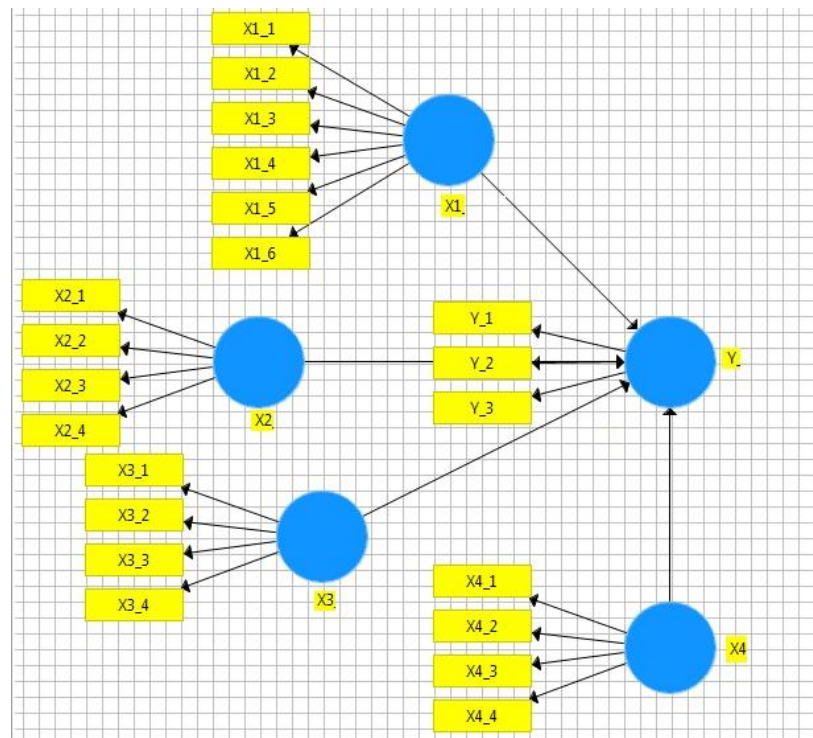
Menurut Sumawan, U. (2015:82) bahwa: “Survei merupakan salah satu bentuk tipe dari penelitian deskriptif. Survei juga merupakan suatu metode penelitian atau suatu desain penelitian untuk mengetahui mengenai alasan, proses yang dilakukan suatu subjek penelitian. Survei sering diistilahkan dengan pencarian informasi berdasarkan pesanan tertentu yang mengukur suatu populasi dan dirancang secara spesifik dan responden. Jadi, survei mengamati sesuatu atau fenomena yang nampak dan tidak melakukan usaha mengubah atau melakukan perubahan pada fenomena tersebut. Oleh karena itu, survei memiliki tujuan untuk mendeskripsikan atau

mengungkapkan, menjelaskan, mendiskusikan, dan menjelaskan lebih dalam. Survei sering sekali dipakai untuk mengamati dan menganalisis dampak sebuah program atau sebuah prosedur maupun sebuah kebijaksanaan”. Kemudian, “Dalam sebuah penelitian, instrumen digunakan sebagai alat untuk pengambilan data. Pada desain penelitian *survey*, instrumen yang digunakan adalah kuesioner” (Sumarwan, U. 2015:155).

5. Studi dokumentasi, teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang ada di objek penelitian serta bahan-bahan bacaan berupa buku-buku manajemen serta sumber lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

#### **3.2.4 Model/Paradigma Penelitian**

Untuk lebih menjelaskan pengaruh *customer focus* (X1), *operational excellence - cost leadership* (X2), *strategic partnership* (X3), dan *capability building* (X4) terhadap kinerja/*Performance* (Y), maka dibuat paradigma penelitian seperti Gambar 3.6. sebagai berikut:



**Gambar 3.6**  
**Diagram Model/Paradigma Penelitian**

- **Y** : Variabel terikat (*dependent variable*) untuk kinerja/*performance*.
- **X1** : Variabel tidak terikat (*independent variable*) untuk *customer focus*.
- **X2** : Variabel tidak terikat (*independent variable*) untuk *operational excellence - cost leadership*.
- **X3** : Variabel tidak terikat (*independent variable*) untuk *strategic partnership*.
- **X4** : Variabel tidak terikat (*independent variable*) untuk *capability building*.
- **X1\_1; X2\_1; X3\_1; X4\_1; Y\_1**, dan seterusnya : Item indikator setiap variabel.

### **3.2.5 Pengujian Instrumen Penelitian**

Uji validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian. 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 disebarakan.

#### **3.2.5.1 Uji Validitas**

“Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Suliyanto, 2009:47). “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut” (Ghozali, 2013:52).

“Uji validitas adalah untuk mengetahui sah tidaknya instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti” (Imam Ghozali, 2006). “Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi pula



menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula” (Sugiyono, 2013:124). “Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitasnya. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program PLS-SEM, 2009.

### 3.2.5.2 Uji Reliabilitas

“Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu” (Ghozali, 2013:47).

“Reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama” (Sugiyono, 2013:121). Cara menguji reliabilitas yaitu jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel. Sebaliknya, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Pengujian reabilitas dengan Cronbach's Alpha bisa dilihat dari nilai Alpha, jika nilai Alpha > dari nilai r-tabel yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel.

### **3.2.6 Teknik Analisis Data**

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan” (Sugiyono, 2013:147).

Menurut Sugiyono (2013:132) bahwa: “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Jawaban setiap item menggunakan skala Likert”. Terdapat 5 (lima) pilihan dalam skala Likert sebagai berikut:

Tabel 3.6  
Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Ketika data tersebut terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis. Penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. Penskoran dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan interval skor 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 5 (Sangat Setuju)”).

### 3.2.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Menurut Sugiyono (2013:53) bahwa “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang

dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Variabel penelitian ini yaitu variabel bebas atau tidak terikat (independen) yaitu *customer focus*, *operational excellence – cost leadership*, *strategic partnership*, dan *capability building*, sedangkan variabel tidak bebas atau terikat (dependen) yaitu kinerja perusahaan minyak dan gas bumi (migas) milik swasta atau BUMS.

Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (2011:130) sebagai berikut:

$$\text{Nilai rata-rata} = \frac{\sum (\text{frekuensi} * \text{bobot})}{\sum \text{Populasi } (n)}$$

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan dan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skor minimum} &= 1 \\ \text{Skor maksimum} &= 5 \\ \text{Lebar Skala} &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

**Tabel 3.7**  
**Tafsiran Nilai Rata-rata**

Inteval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat tidak baik/sangat rendah
1,81 - 2,60	Tidak baik/rendah
2,61 - 3,40	Cukup/sedang
3,41 - 4,20	Baik/tinggi
4,21 - 5,00	Sangat baik/sangat tinggi

Sumber: Husein Umar (2011:130)

Perhitungan hasil kuesioner dengan prosentasi dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

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

(Sudjana, 2014:79)

Dimana:

X = Jumlah prosentase jawaban.

F = Jumlah jawaban/frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya yaitu sebagai berikut:

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

(Sudjana, 2014:79)

### 3.2.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2013:55) bahwa “Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih”. Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

### 3.2.7 Alat Analisis PLS-SEM

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghozali (2006), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Ghozali, 2006), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi terdistribusi normal, sampel tidak harus besar.

#### 3.2.7.1 Evaluasi *Outer Model*

Model pengukuran atau *Outer Model* dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* untuk blok indikator (Chin dalam Ghozali, 2011). Model awal dari penelitian ini adalah sebagai berikut konstruk

*Customer Focus* atau variabel X1 diukur dengan 6 (enam) indikator reflektif yaitu pelayanan *customer*, kualitas perencanaan, *training*, teknik umpan balik *customer*, teknik kepuasan *customer*, dan dukungan keuangan.

*Operational excellence - cost leadership* atau variabel X2 diukur dengan 4 (empat) indikator reflektif yaitu efisien pada pasokan, efisien dan efektif pada *corporate center*, efisien di pasar, dan *excellent profit*.

*Strategic partnership* atau variabel X3 diukur dengan 4 (empat) indikator reflektif yaitu mitra bisnis strategis, kualitas hubungan, tingkat fleksibilitas, dan faktor penyebaran informasi. *Capability building* atau variabel X4 diukur dengan 4 (empat) indikator reflektif yaitu kapabilitas organisasi dari sisi fisik, sisi SDM, sisi kesisteman, dan proses bisnis dievaluasi. Kinerja atau Y diukur dengan 3 (tiga) indikator reflektif yaitu efisiensi pemberian jasa, efektifitas pemberian jasa, dan adaptabilitas budaya.

### **3.2.7.2 Cross Loading**

*Cross Loading* merupakan korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka hal itu menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik dari pada ukuran blok lainnya (Fornell dan Larcker, dalam Ghozali, 2011).



### **3.2.7.3 Convergent Validity**

Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan construct yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, dalam Ghozali, 2011).

### **3.2.7.4 Average Variance Extracted (AVE) dan Corelation Laten**

Metode lain untuk menilai *discriminat validity* adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminat validity* yang baik (Forwell dan Lacker, dalam Ghazali, 2011).

### **3.2.7.5 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

Pemeriksaan selanjutnya dari *convergent validity* adalah *reliability* konstruk dengan melihat *output composite reliability* atau cronbach's Alpha. Kriteria dikatakan reliabel adalah nilai *composite reliability* atau cronbach's Alpha lebih dari 0,70 (Yamin dan Heri Kurniawan dalam Ghozali, 2011).

### 3.2.7.6 Evaluasi *Inner Model* dan *Outer Loading*

*Inner model* adalah pengujian dengan cara mengevaluasi antar konstruk laten yang telah dihipotesiskan dalam penelitian. *Bootstrapping* adalah prosedur atau teknik statistik *resampling*. *Resampling* berarti bahwa responden ditarik secara random dengan *replacement*, dari sampel *original* berkali-kali hingga diperoleh observasi (Diaconis dan Efron dalam Hengki Latan (2012).

Sebelum menguji Hipotesis penelitian salah satu pengujian yang juga perlu dilakukan adalah *Predictive Relavance* (Nilai *Q Square*) yang berfungsi untuk menilai besaran keragaman atau variasi data penelitian terhadap fenomena yang sedang dikaji dan juga estimasi parameternya. Suatu model dianggap mempunyai nilai *predictive* yang relevan jika nilai  $Q^2$  lebih besar dari 0 (nol). Besaran  $Q^2$  memiliki nilai dengan rentang  $0 < Q^2 < 1$ . Melalui rumus  $Q^2 = 1 - (1-R1^2) (1-R2^2) (1-R3^2)$ .

### 3.2.7.7 Pengujian Hipotesis Penelitian

Untuk mengetahui keajegan model pada suatu populasi dilihat nilai hubungan antara satu variabel dengan lainnya atau nilai koefisien *path* ( $\rho$ ) nya dengan melihat besarnya nilai *O* (*original sample*) serta nilai *T* statistiknya sebagai suatu pernyataan nilai tingkat signifikansi hubungan antara satu variabel dengan lainnya (tingkat signifikansi diambil pada level kesalahan 5% atau berada pada *T* diatas 1,96).