

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kinerja karyawan, keterlibatan, dan budaya organisasi Karyawan bagian produksi PT Deesbe Imaji Kreasi menjadi subjek penelitian. Penelitian ini berfokus pada bagaimana budaya organisasi dan *employee engagement* memengaruhi kinerja karyawan bagian produksi PT Deesbe Imaji Kreasi.

3.1.1 Profil PT Deesbe Imaji Kreasi

PT Deesbe Imaji Kreasi adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif, khususnya dalam sektor *fashion* dan pengembangan merek (*brand development*). Perusahaan ini didirikan oleh Febrian Nurviyanti pada tahun 2016 dan beralamat di Jalan Pesona Paris C4 No. 104, Ciangsana, Jl. Boulevard Kota Wisata, Gunung Putri, Bogor Jawa Barat. Sejak awal berdirinya, PT Deesbe Imaji Kreasi hadir sebagai penyedia layanan satu pintu (*one-stop solution*) bagi para pelaku usaha yang ingin membangun, mengembangkan, dan memproduksi *brand fashion* secara profesional.

Awalnya, perusahaan ini dikenal melalui produksi sepatu custom yang didesain secara eksklusif untuk berbagai *brand modest fashion* di Indonesia. Dengan mengutamakan kualitas, keunikan desain, dan ketepatan waktu produksi, PT Deesbe Imaji Kreasi berhasil menarik perhatian pasar dan memperluas jangkauannya di industri *fashion* lokal. Seiring berjalannya waktu, layanan

perusahaan berkembang tidak hanya pada produk sepatu, tetapi juga mencakup produksi pakaian, hijab, tas, aksesoris, hingga layanan pengemasan dan pengembangan konsep merek.

Melalui media sosial resmi seperti *Instagram*, perusahaan aktif membagikan portofolio hasil produksi dan proses kreatif yang menjadi ciri khas pendekatan kerja PT Deesbe Imaji Kreasi. Keaktifan ini sekaligus menjadi strategi *branding* dan komunikasi yang memperkuat posisi perusahaan sebagai mitra strategis bagi UMKM maupun *brand fashion* yang sedang berkembang.

3.1.2 Visi Misi PT Deesbe Imaji Kreasi

Visi:

Menjadi perusahaan kreatif terdepan di Indonesia yang menyediakan solusi menyeluruh dalam pengembangan *brand fashion* lokal yang inovatif, berkualitas, dan berdaya saing global.

Misi:

1. Memberikan layanan *one-stop-solution* untuk pelaku usaha *fashion*, mulai dari konsep hingga produksi.
2. Menghasilkan produk *fashion* seperti sepatu, pakaian, hijab, dan aksesoris dengan standar kualitas tinggi dan desain yang khas.
3. Mendampingi klien dalam proses *branding* dan *visual identity* yang kuat dan profesional.
4. Menggunakan pendekatan kreatif dan teknologi digital yang memperkuat *positioning brand* klien di pasar lokal maupun internasional.

5. Membangun hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis melalui layanan yang terpercaya, tepat waktu, dan inovatif.

3.1.3 Logo PT Deesbe Imaji Kreasi

Logo adalah simbol *visual* yang mewakili identitas dan citra suatu perusahaan. Berikut logo PT Deesbe Imaji Kreasi.

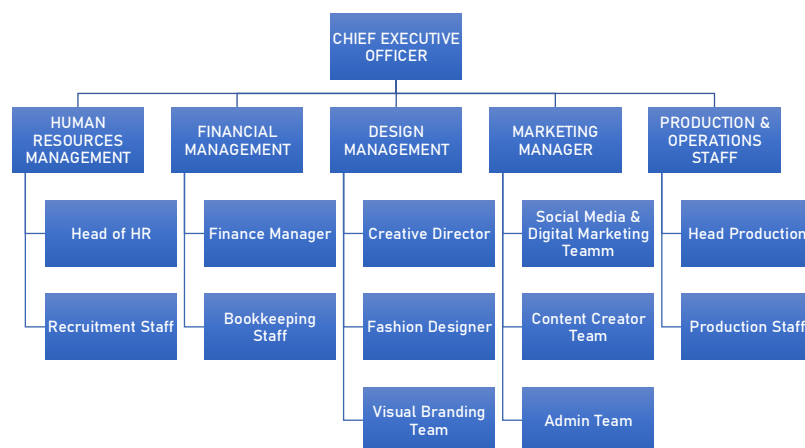


Gambar 3. 1

Logo PT Deesbe Imaji Kreasi

3.1.4 Struktur Organisasi PT Deesbe Imaji Kreasi

Berikut merupakan struktur organisasi PT Deesbe Imaji Kreasi.



Gambar 3. 2

Struktur Organisasi PT Deesbe Imaji Kreasi

3.2 Metode Penelitian

Untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu, penelitian biasanya menggunakan metodologi penelitian (Sugiyono, 2023: 2). Metode penelitian menggambarkan rencana penelitian yang mencakup antara lain, prosedur dan tahapan yang perlu diikuti, durasi penelitian, sumber data, serta cara-cara untuk memperoleh, mengolah, dan menganalisis data tersebut.

3.2.1 Jenis Penelitian yang digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan instrumen yang terstandardisasi, seperti kuesioner atau survei tertutup, untuk menguji hubungan antara variabel dalam populasi atau sampel tertentu. Untuk mengevaluasi asumsi yang dikembangkan sebelumnya, data numerik dianalisis menggunakan pendekatan statistik deskriptif dan inferensial (Sugiyono, 2020: 16)

Survei digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang kinerja karyawan guna memenuhi tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Kuesioner untuk karyawan bagian produksi PT Deesbe Imaji Kreasi diberikan melalui *Google Form* sebagai bagian dari prosedur pengumpulan data penelitian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Untuk memastikan penelitian dilakukan sesuai rencana, penting untuk memahami unsur-unsur yang membentuk sebuah studi ilmiah dan terlibat dalam operasionalisasi variabel. Proses ini membantu mengubah konsep menjadi indikator terukur. Dua kategori berikut digunakan untuk mengklasifikasikan variabel penelitian.

1. Variabel bebas (X) adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi faktor penyebab terhadap munculnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Dengan kata lain, variabel ini berperan sebagai stimulus atau pemicu yang dapat menimbulkan suatu efek atau respons dalam variabel lain (Sugiyono, 2023: 62). Budaya organisasi (X1) dan *employee engagement* (X2) merupakan variabel tidak bebas dalam penelitian ini.
2. Variabel yang dipengaruhi oleh atau merupakan hasil dari variabel independen disebut variabel dependen (Y). Kinerja karyawan (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan PT Deesbe Imaji Kreasi, maka dapat dilakukan operasionalisasi sebagai berikut.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Budaya Organisasi (X1)	Budaya organisasi adalah sekumpulan nilai, keyakinan, norma, kebiasaan, dan praktik yang diterima dan diterapkan oleh anggota-anggota di perusahaan.	1. <i>Involvement</i>	• Partisipasi aktif • Pengembangan keterampilan	O R
		2. <i>Consistency</i>	• Taat pada aturan perusahaan • Sikap kerja yang konsisten	D I N
		3. <i>Teamwork</i>	• Mampu bekerja sama dalam tim • Saling membantu antar rekan kerja	A L
		4. <i>Respect for People</i>	• Saling menghargai	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			• Menjaga hubungan kerja yang baik	
		5. <i>Result Orientation</i>	• Fokus pada target kerja • Tanggung jawab terhadap pekerjaan	
Employee Engagement (X2)	<i>Employee engagement</i> adalah tingkat motivasi, semangat, dan keterlibatan dengan pekerjaan mereka serta organisasi tempat mereka bekerja.	1. <i>Vigor</i>	• Semangat kerja yang tinggi • Tekun dalam bekerja • Tidak mudah menyerah	O R D I
		2. <i>Dedication</i>	• Kebanggaan atas pekerjaan • Berinisiatif dalam bekerja • Antusias dalam bekerja	N A L
		3. <i>Absorption</i>	• Konsentrasi penuh saat bekerja • Bekerja di luar jam kerja • Mengutamakan pekerjaan	
Kinerja Karyawan (Y)	Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh individu atau kelompok dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan organisasi.	1. Kualitas Kerja	• Ketelitian • Hasil kerja sesuai standar kualitas	O R D
		2. Kuantitas Kerja	• Mampu menyelesaikan beberapa pekerjaan • Mampu bekerja dalam jumlah besar	I N A L

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3. Ketepatan Waktu	• Bekerja tepat waktu • Tidak menunda pekerjaan	
		4. Disiplin Kerja	• Datang tepat waktu ke tempat kerja • Tidak meninggalkan tempat kerja sebelum waktunya	
		5. Efektivitas	• Mengoptimalkan sumber daya untuk mencapai hasil • Tidak melakukan kesalahan kerja	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertulis yang dikirim melalui *Google Form* kepada karyawan PT Deesbe Imaji Kreasi bagian produksi tentang pengaruh budaya organisasi dan *employee engagement* terhadap kinerja mereka.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab atau percakapan antara orang yang diwawancarai dan orang yang

diwawancarai. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang subjek atau masalah.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Komponen informasi mendasar yang digunakan untuk memberikan ringkasan subjek penelitian disebut data. Banyak sumber yang dikumpulkan selama proses penelitian dapat menyediakan data penelitian. Data primer, atau materi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya oleh peneliti, digunakan dalam penelitian ini. Karyawan bagian produksi PT Deesbe Imaji Kreasi diberi kuesioner untuk diisi guna mengumpulkan data. Kuesioner tersebut berisi tentang budaya organisasi, *employee engagement*, dan kinerja karyawan.

3.2.3.2 Populasi Penelitian

Istilah populasi mengacu pada semua objek atau subjek penelitian yang memiliki ciri-ciri tertentu dan menjadi fokus perhatian peneliti untuk menarik kesimpulan (Kasmir, 2022: 177). Populasi dapat terdiri dari individu, kelompok, organisasi, wilayah, atau data lainnya yang relevan dengan tujuan penelitian. Seluruh karyawan bagian produksi PT Deesbe Imaji Kreasi dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini dengan total karyawan pada bagian ini adalah sebanyak 50 orang.

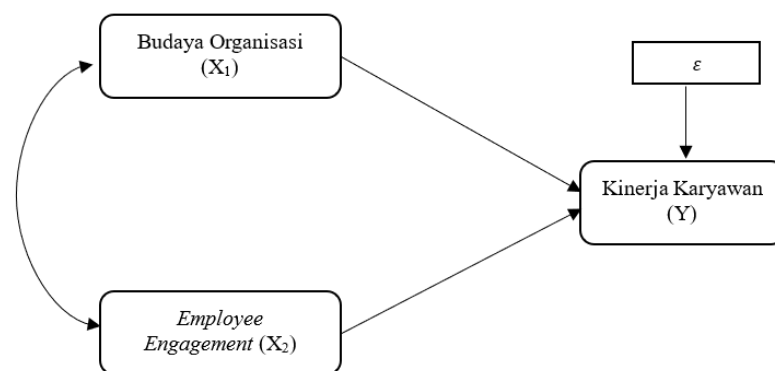
3.2.3.3 Penentuan Sampel

Populasi yang dipilih untuk penelitian dan pengujian data disebut sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling jenuh atau sensus. Teknik sampling ini merupakan proses pemilihan sampel di mana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel (Kasmir, 2022: 190). Sampling jenuh

atau sensus dipilih karena populasi yang ada relatif kecil dan mudah dijangkau selama pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi dan sampel terdiri dari 50 karyawan bagian produksi PT Deesbe Imaji Kreasi.

3.2.4 Model Penelitian

Terdapat 3 (tiga) variabel yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu budaya organisasi (X_1) dan *employee engagement* (X_2) yang merupakan dua variabel bebas, sedangkan kinerja karyawan (Y) merupakan satu variabel terikat. Berdasarkan keterangan tersebut, akan digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3. 3
Model Penelitian

Keterangan:

X_1 = Budaya Organisasi

X_2 = *Employee Engagement*

Y = Kinerja Karyawan

ϵ = Koefisien Residu

3.2.5 Teknik Analisis Data

Untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh budaya organisasi dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan, dilakukan analisis statistik terhadap data yang dikumpulkan untuk penelitian ini. Berikut ini adalah alat analisis yang digunakan.

3.2.5.1 Uji Analisis Data

Uji analisis data merupakan prosedur yang digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian memiliki tingkat validitas yang memadai. Tujuan dari pengujian ini adalah memastikan bahwa instrumen mampu menghasilkan data yang akurat, andal, dan konsisten, sehingga temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan demikian, proses ini menjadi langkah penting untuk menjamin kualitas data serta kredibilitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Untuk menilai validitas kuesioner, dilakukan uji validitas yang mengukur sejauh mana instrumen tersebut sesuai dengan tujuan yang dimaksud. Salah satu cara untuk mengecek apakah kuesioner dalam penelitian standar kriteria adalah dengan menggunakan korelasi Pearson. Jika hasil nilai signifikansi pada uji Pearson menunjukkan angka kurang dari 0,05, maka data dapat dianggap valid. Koefisien korelasi setiap nilai pada setiap nomor pertanyaan dan nilai total pertanyaan diukur untuk memeriksanya.

Anggapan tambahan yang digunakan untuk menilai validitas meliputi:

a. $r_{hitung} > r_{tabel}$, menunjukkan valid.

b. $r_{hitung} < r_{tabel}$, menunjukkan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji keandalan mengacu pada sejauh mana sebuah instrumen dapat diandalkan dan dipercaya untuk digunakan dalam mengumpulkan data. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk memastikan bahwa instrumen tersebut konsisten dalam mengukur gejala-gejala yang sama dan menghasilkan hasil yang dapat diandalkan. Teknik Cronbach digunakan dalam uji reliabilitas penelitian ini. Perangkat lunak SPSS versi 26 untuk *Windows* akan digunakan untuk penyelidikan ini guna mengefisienkan prosedur perhitungan reliabilitas. Berdasarkan hasil perhitungan ini, aturan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut reliabel

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak reliabel

3.2.5.2 Analisis Deskriptif Kuesioner

Daftar pernyataan ini digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data yang akan dianalisis pada dua variabel dalam penelitian ini. Setiap pernyataan disertai pilihan jawaban yang diberi notasi SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TAP (Tidak Berpendapat), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Untuk pernyataan positif, penilaian diberikan dengan skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk pernyataan negatif, penilaian dibalik menjadi 1-2-3-4-5. Sistem penilaian ini bertujuan memastikan interpretasi skor yang konsisten sesuai arah pernyataan.

Dengan menggunakan skala Likert yang terstruktur untuk skor, semakin sesuai jawaban dengan harapan, semakin tinggi nilai skornya (Sugiyono, 2023: 146).

Tabel 3. 2
Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif

Nilai	Notasi	Predikat
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	TAP	Tidak Ada Pendapat
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Selanjutnya, untuk skala skor dengan pernyataan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Negatif

Nilai	Notasi	Predikat
1	SS	Sangat Setuju
2	S	Setuju
3	TAP	Tidak Ada Pendapat
4	TS	Tidak Setuju
5	STS	Sangat Tidak Setuju

Selanjutnya pengukuran dilakukan dengan menggunakan persentase dan pemberian skor, yang dihitung menggunakan formula (Sugiyono, 2020: 152) sebagai berikut.

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

Keterangan:

X = jumlah presentase jawaban

F = jumlah jawaban frekuensi

N = jumlah responden

Setelah semua ini diketahui, nilai total indikator dapat dihitung dalam interval, yang diuraikan di bawah ini.

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Keterangan:

NJI = Interval untuk menentukan tinggi sekali, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Kriteria pertanyaan = untuk mengidentifikasi kategori penilaian.

3.2.5.3 Metode *Succesive Interval*

Skala ordinal dalam penelitian ini diubah menjadi skala interval menggunakan Metode *Succesive Interval*. Karena skala ordinal likert hanya menunjukkan peringkatnya, maka variabel dengan skala ordinal harus diubah terlebih dahulu menjadi data dengan skala interval. Berikut ini adalah tindakan yang dilakukan oleh Metode *Succesive Interval* atau MSI.

1. Catat nilai respons untuk setiap pernyataan atau pertanyaan dalam survei.
2. Hitung berapa banyak responden untuk setiap pertanyaan yang memberikan skor 1, 2, 3, 4, atau 5, yang dikenal sebagai frekuensi (f).
3. Hitung hasil dari setiap frekuensi dengan jumlah total responden (n), dan
4. Kemudian hitung proporsi kumulatif (Pk).
5. Hitung nilai Z berdasarkan proporsi kumulatif yang didapat dengan menggunakan tabel normal.
6. Tentukan nilai densitas normal (fd) yang sesuai dengan nilai Z.
7. Gunakan rumus berikut untuk menentukan nilai interval (scale value) untuk setiap skor jawaban.

$$SV = \text{Scale Value} = \frac{(\text{Density At Lower Limit})(\text{Density At Upper Limit})}{\text{Area Under Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

8. Gunakan transformasi berikut untuk mengubah nilai skala terkecil (nilai negatif terbesar) agar sesuai dengan respons responden terkecil, dengan menyesuaikan nilai skala ordinal ke interval.

$$\text{Transformasi scale value: } SV = SV + (SV \text{ min}) + 1$$

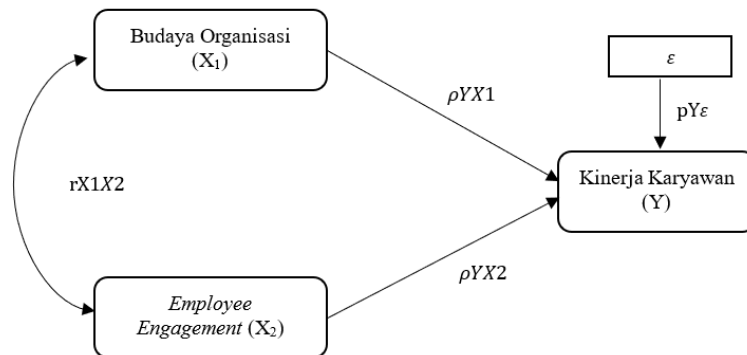
3.2.5.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Salah satu teknik untuk memeriksa hubungan kausal antara variabel dalam suatu model adalah analisis jalur. Menentukan sejauh mana suatu variabel secara langsung atau tidak langsung memengaruhi variabel lain adalah tujuan utamanya. Dalam metode ini, digunakan model jalur yang memuat variabel-variabel serta jalur-jalur yang menunjukkan keterkaitan antar variabel tersebut (Sofwatillah et al., 2024).

Berikut ini adalah tahapan analisis jalur:

6. Buatlah diagram jalur, lalu bagi menjadi struktur yang lebih kecil.;
7. Menemukan matriks korelasi antar variabel;
8. Menentukan matriks invers variabel independen;
9. Untuk memastikan sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, hitung koefisien jalur;
10. Menentukan nilai koefisien determinasi total, $R_y (xx \dots k)$
11. Menentukan koefisien jalur variabel residual;
12. Menggunakan uji F untuk menilai signifikansi model keseluruhan;
13. Menggunakan uji t untuk menilai signifikansi koefisien jalur untuk setiap variabel secara terpisah.

Formulasi analisis jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3. 4
Diagram Jalur

Keterangan:

X_1 = Budaya Organisasi

X_2 = *Employee Engagement*

Y = Kinerja Karyawan

$r_{X_1X_2}$ = Menunjukkan keterkaitan antara X_1 dan X_2

ρ_{YX_1} = Menunjukkan keterkaitan Jalur Variabel X_1 terhadap Y

ρ_{YX_2} = Menunjukkan keterkaitan Jalur Variabel X_2 terhadap Y

ε = Faktor Lain (residu) yang tidak diteliti

Setelah diagram jalur dibuat, diperlukan analisis pengaruh langsung atau tidak langsung untuk mengetahui sejauh mana variabel X_1 (Budaya Organisasi) dan X_2 (*Employee Engagement*) secara langsung atau tidak langsung memengaruhi Y (Kinerja Karyawan). Hal ini dilakukan agar variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 4
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X1 dan X2 terhadap Y

No	Nama Variabel	Formulasi
(1)	(2)	(3)
1	Budaya Organisasi	
	a. Pengaruh Langsung X ₁ Terhadap Y	$(pYX_1)(pYX_1)$
	b. Pengaruh Tidak Langsung X ₁ Terhadap Y melalui X ₂	$(pYX_1)(rX_1X_2)(pYX_2)$
	Pengaruh X₁ Total Terhadap Y	a+b.....(1)
2	<i>Employee Engagement</i>	
	c. Pengaruh Langsung X ₂ Terhadap Y	$(pYX_2)(pYX_2)$
	d. Pengaruh Tidak Langsung X ₂ Terhadap Y melalui X ₁	$(pYX_2)(rX_1X_2)((pYX_1)$
	Pengaruh X₁ Total Terhadap Y	c+d.....(2)
3	Pengaruh Total X₁ dan X₂ Terhadap Y	(1)+(2) = kd
4	Pengaruh Lain Yang Tidak Diteliti	1-kd = knd

SPSS Versi 26 untuk *Windows* akan digunakan untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini.