

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. New Ratna Motor merupakan salah satu dari 5 Founder Dealer utama PT. Toyota Astra Motor yang merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek Toyota di Indonesia dalam memasarkan produk Toyota untuk wilayah Jateng & DIY melalui jaringan Nasmoco Group. Untuk memberikan total pelayanan kepada pelanggan, PT. New Ratna Motor melalui jaringan Nasmoco Group tidak hanya focus pada penjualan unit mobil melainkan juga pada layanan purna jual yaitu jasa bengkel (perbaikan kendaraan) dan spare part (penyediaan suku cadang). *Nasmoco Kredit* dan *Nasmoco Proteksi* akan memberikan kemudahan serta kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi dengan kami untuk memiliki ataupun menikmati kendaraan Toyota. PT. New Ratna Motor melalui jaringan Nasmoco Group telah memiliki 20 cabang/dealer dengan layanan penjualan unit kendaraan, service dan penyediaan spare part (VSP-Vehicle, Service dan Parts) yang tersebar di hampir seluruh kota-kota besar di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (<http://nasmoco.co.id/>). PT. New Ratna Motor dengan sistem informasi akuntansi yang digunakan bernama *Nasmoco Integrated System* (NIS).

Kesamaan visi, cara pandang serta kebulatan tekad dari Bapak AH. Budi (alm), Bapak Hadi Soejanto (alm), Bapak Bambang Budi Hariono (alm) dan Bapak H. Zoebaidi Maksoem (alm) menghasilkan kesepakatan untuk mendirikan PT. Ratna Dewi Motor pada tanggal 15 April 1961 yang merupakan cikal bakal

PT. New Motor. Bisnis PT. Ratna Dewi Motor dimulai saat membeli Toyota Tiara sedan impor di Jakarta dan adanya pesanan 7 unit oleh Pemerintah Tingkat I Jateng (<http://nasmoco.co.id/>).

Respon masyarakat Semarang yang baik memacu PT. Ratna Dewi Motor Company untuk mendatangkan produk Toyota lainnya seperti truck FA-100 dan Jeep Land Cruiser FJ-40. Sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan bagi pelanggan, PT. Ratna Dewi Motor Company menawarkan jasa purna jual (pelayanan bengkel dan suku cadang) disamping penjualan unit. Tekad ini diwujudkan dengan membuka *show room*, bengkel dan penjualan suku cadang di Jl. HM Thamrin 14-16 Semarang pada tahun 1984 (<http://nasmoco.co.id/>).

Seiring dengan berkembangnya usaha, pada tanggal 1 April 1972 PT Ratna Dewi Motor Company menempati gedung baru di Jl. Pemuda 72 Semarang dan pada tanggal 30 Agustus 1972 PT Ratna Dewi Motor ditunjuk sebagai dealer utama PT Toyota Astra Motor untuk wilayah Jawa Tengah-Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk membuat perusahaan lebih responsif serta menciptakan dinamisasi berorganisasi PT Ratna Dewi Motor Company pada tanggal 22 Desember 1973 mengubah nama menjadi PT New Ratna Motor (<http://nasmoco.co.id/>).

### **3.2. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah PT. New Ratna Motor Semarang yang berlokasi di lima tempat yaitu:

1. PT. NASMOCO GOMBEL

Jl. Setiabudi No.22 Semarang 50269Tlp ( 024 ) 7476000

2. PT. NASMOCO MAJAPAHIT

Jl. Brigjen Sudiarto Km 4.3, Pedurungan, Semarang 50199 Tlp ( 024 )  
6722872

3. PT. NASMOCO PEMUDA

Jl. Pemuda No. 72, Semarang 50133Tlp ( 024 ) 3540550

4. PT. NASMOCO KALIGAWA

Jl. Raya Kaligawe Km. 5, Semarang 50112Tlp ( 024 ) 6580100

5. PT. NASMOCO SILIWANGI

Jl. Jendral Sudirman 291, SemarangTlp ( 024 ) 76670101

**3.3. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian akuntansi yang bekerja di PT. New Ratna Motor Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2010) yaitu:

1. Karyawan PT. New Ratna Motor Semarang pengguna sistem informasi akuntansi.
2. Karyawan PT. New Ratna Motor Semarang bersedia mengisi kuesioner.

Berdasarkan kriteria di atas, maka sampel dalam penelitian ini diambil dari tiap kantor Nasmoco Semarang diambil 10 karyawan yang bersedia:

1. PT. Nasmoco Gombel: 10 karyawan

2. PT. Nasmoco Majapahit : 10 karyawan
  3. PT. Nasmoco Pemuda : 10 karyawan
  4. PT. Nasmoco Kaligawe : 10 karyawan
  5. PT. Nasmoco Siliwangi : 10 karyawan
- Total karyawan : 50 karyawan

Dalam penelitian ini juga disebarkan kuesioner terbuka kepada 3 orang responden dari 3 level manajerial (supervisor, kepala cabang, dan manajer) untuk evaluasi yang lebih dalam akan sistm informasi akuntansi yang digunakan oleh PT. New Ratna Motor Semarang.

### **3.4. Sumber dan Jenis Data**

#### **3.4.1. Sumber Data**

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

##### **3.4.1.1. Data Primer**

Pengertian data primer menurut Sugiyono (2014) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebarkan kuesioner ke seluruh responden dan wawancara ke 3 orang responden PT. New Ratna Motor yaitu supervisor, kepala cabang, dan manajer.

### **3.4.1.2. Data Sekunder**

Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2014) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder diperoleh dari website PT.New Ratna Motor <http://nasmoco.co.id/> berupa gambaran umum objek penelitian.

### **3.4.2. Jenis Data**

#### **3.4.2.1. Data Kualitatif**

Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2014) adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa gambaran umum objek penelitian.

#### **3.4.2.2. Data Kuantitatif**

Pengertian data kuantitatif menurut Sugiyono (2014) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif penelitian ini berupa kuesioner ke PT.New Ratna Motor.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner ke PT. New Ratna Motor. Menurut Sugiyono (2014), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu juga berupa wawancara ke tiga orang responden PT. New Ratna Motor.

### 3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut.

#### 1. Penggunaan teknologi informasi

Penggunaan teknologi informasi adalah sebagai seberapa optimalnya penggunaan teknologi komputer dalam penyusunan laporan keuangan. Pengukuran variabel penggunaan teknologi informasi menggunakan 8 pertanyaan kuesioner dari Rahmi (2013) dengan Skala Likert 5 Point: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju.

#### 2. Keahlian pemakai teknologi informasi

Keahlian pemakai teknologi informasi adalah kombinasi antara pengetahuan, pelatihan, dan pengalaman seorang pengguna komputer tentang komputer secara keseluruhan, baik *hardware* maupun *software* yang ada di dalamnya. Pengukuran variabel keahlian pemakai teknologi informasi menggunakan 8 pertanyaan kuesioner dari Rahmi (2013) dengan Skala Likert 5 Point: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju.

#### 3. Intensitas pemakaian teknologi informasi

Intensitas pemakaian teknologi informasi adalah tingkat penggunaan teknologi komputer untuk menghasilkan informasi. Pengukuran variabel intensitas pemakaian teknologi informasi menggunakan 3 pertanyaan

kuesioner dari Fitriyani (2014) dengan Skala Likert 5 Point: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju.

#### 4. Kualitas informasi akuntansi

Kualitas informasi akuntansi adalah informasi akuntansi yang bisa memenuhi kebutuhan tujuan pengembangan sistem itu sendiri. Pengukuran variabel kualitas informasi akuntansi menggunakan 7 pertanyaan kuesioner dari Rahmi (2013) dengan Skala Likert 5 Point: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu analisis data yang bersifat memberikan keterangan dan penjelasan dari hasil kuesioner yang diperoleh dan dapat digunakan sebagai pedoman dalam memberikan saran. Data yang merupakan hasil jawaban kuesioner yang bersifat *skoring* harus diolah terlebih dahulu melalui teknik rentang skala penelitian. Perhitungan rentang skala untuk menentukan kategori persepsi dari tiap item pernyataan adalah sebagai berikut (Jogiyanto, 2010).

$$RS = \frac{n (\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{m}$$

$$\begin{aligned} RS &= \frac{50 \times 5 - 50 \times 1}{3} \\ &= \frac{250 - 50}{3} = 66,67 \end{aligned}$$

Di mana:

RS = Rentang skala

m = Jumlah kategori jawaban item

n = Jumlah responden

**Tabel 3.1. Rentang Skala**

| Rentang Skala | Variabel                       |                                      |  |                              |
|---------------|--------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------|
|               | Penggunaan Teknologi Informasi | Keahlian Pemakai Teknologi Informasi | Intensitas Pemakaian Teknologi Informasi | Kualitas Informasi Akuntansi |
| 50,0-116.67   | Rendah                         | Rendah                               | Rendah                                   | Rendah                       |
| 116.68-183.33 | Sedang                         | Sedang                               | Sedang                                   | Sedang                       |
| 183.34-250,0  | Tinggi                         | Tinggi                               | Tinggi                                   | Tinggi                       |

Langkah-langkah proses analisis adalah sebagai berikut.

1. Perhitungan skor menurut kategori adalah dengan cara mengalikan kriteria dengan jumlah responden yang memilih.
2. Menentukan rentang skor terendah dan skor tertinggi dengan mengalikan jumlah responden (n) dengan bobot paling tinggi dikurangi dengan bobot rendah, kemudian dibagi dengan jumlah kategori jawaban item (m).