

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) adalah sebagai berikut : “Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan”

Adapun pengertian Objek penelitian menurut Husein Umar (2009:303) mengemukakan bahwa: “Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian itu dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu”. Objek dalam Penelitian ini adalah Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung.

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut adalah:

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini

adalah Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono,2017:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2017:17) adalah sebagai berikut: “Metode deskriptif adalah sebagai berikut: “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan keadaan atau nilai satu atau lebih variabel secara deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian pada level yang telah terendah. Yang dibutuhkan dalam metode deskriptif adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian. sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”. Tujuan dari metode verifikatif yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, penelitian yang digunakan untuk menguji variabel X1 dan X2 pengaruhnya terhadap Y yang akan diteliti. Sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.

Sedangkan pengertian metode verivikatif menurut Masuhri (2009:45) dalam Narimawati Umi (2010:29) adalah :”Metode verivikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan” Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui

hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun obyek yang di uji dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis”.

3.2.1 Desain Penelitian

Melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis serta efektif. Desain penelitian menurut Umi Narimawati (2010:30) merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti, dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

Sedangkan Moh. Nazir (2010:30), mengemukakan bahwa:“Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”.

Desain penelitian akan berguna akan berguna untuk semua pihak yang terlibat dalam melakukan proses penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Langkah-langkah penelitian menurut Umi Narimawati (2011:30) adalah sebagai berikut:

1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi pada Distro di Plaza Parahyangan dan selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada Distro di Plaza Parahyangan Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam

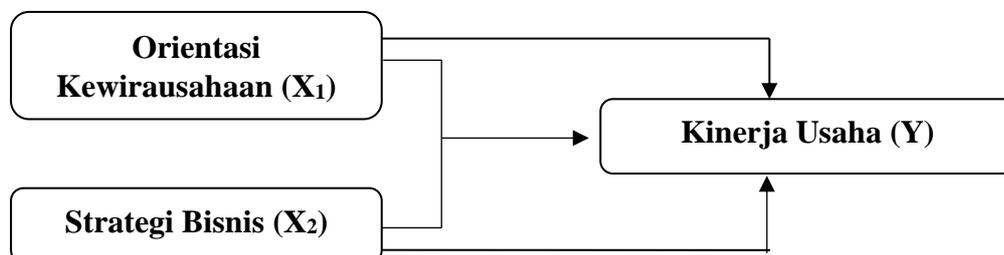
penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan (variabel X_1) dan Strategi Bisnis (variabel X_2) serta Kinerja Usaha (variabel Y).

3. Menetapkan tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Sentra Clothing di Plaza Parahyangan.
4. Menetapkan hipotesis penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi pada Sentra Clothing di Plaza Parahyangan
5. Memilih serta memberi definisi terhadap setiap pengeluaran variabel. Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran dengan skala ordinal karena data yang diukurnya berupa tingkatan. Pada skala ini, urutan simbol atau kode berupa angka yang mempunyai arti urutan jenjang yang dimulai dari yang positif sampai yang paling negatif dan sebaliknya.
6. Menetapkan data-data mengenai Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Distro di Plaza Parahyangan
7. Melakukan analisis mengenai Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Pada Distro di Plaza Parahyangan
8. Menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah dalam penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat di gambarkan desain dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan antara dua variabel bebas secara bersamaan yang mempunyai hubungan dengan satu variabel tergantung.

Desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Keterangan:

X1 : Orientasi Kewirausahaan

X2 : Strategi Bisnis

Y : Kinerja Usaha

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode Yang Digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T-1	Descriptive	Descriptive dan Survey	Pengusaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung	Cross Sectional
T-2	Descriptive	Descriptive dan Survey	Pengusaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung	Cross Sectional
T-3	Descriptive	Descriptive dan Survey	Pengusaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung	Cross Sectional
T-4	Verifikatif	Descriptive dan Survey	Pengusaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2015: 38) adalah: “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulanya.”

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Dari pengertian diatas, maka operasionalisasi variabel merupakan definisi yang dinyatakan dengan cara menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (Variabel X)

Menurut Sugiyono (2015:39) Variabel bebas adalah :

“Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat).”

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Variabel Y)

Sugiyono (2015:39) “Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Untuk lebih jelas akan diuraikan secara jelas mengenai variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Orientasi Kewirausahaan sebagai variabel independen (bebas) dengan notasi X1, Variabel independen adalah suatu variable bebas, dimana keberadaannya tidak dipengaruhi variabel lain, variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lainnya.

- b. Strategi Bisnis sebagai variabel independen (bebas) dengan notasi X_2 ,
Variabel independen adalah suatu variabel bebas, dimana keberadaannya tidak dipengaruhi variabel lain, variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lainnya.
- c. Kinerja Usaha sebagai variabel dependen (terikat) dengan notasi Y .
Variabel dependen adalah suatu variabel terikat, dimana dipengaruhi oleh variabel lain.

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
Orientasi Kewirausahaan (X1)	orientasi kewirausahaan dapat disintesakan sebagai suatu sikap mental, pandangan, wawasan serta pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya dan selalu berorientasi pada pelanggan (Reswanda 2012:70)	<ul style="list-style-type: none"> Inovatif 1. Keinginan mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru	Tingkat Kreativitas produk dalam menjalankan usaha	ORDINAL
		<ul style="list-style-type: none"> Berani Mengambil Resiko 1. Adanya upaya pencarian peluang-peluang baru	Tingkat keberanian mengambil resiko dalam mencari peluang baru	
		<ul style="list-style-type: none"> Proaktif 1. Bertindak aktif mendeteksi para pesaing 2. merespon permintaan pasar pada masa mendatang	Tingkat mengamati para pesaing dalam menjalan usaha Tingkat merespon permintaan pasar	
Strategi Bisnis (X2)	Strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan (Pearch II Robinson dalam Rita dan Irma 2014)	<ul style="list-style-type: none"> Diferensiasi 1. Produk baru 2. Produk berbeda 3. Riset Pasar	Tingkat menciptakan produk baru dalam menjalankan usaha Tingkat menciptakan produk yang berbeda dalam menjalankan usaha	ORDINAL
		<ul style="list-style-type: none"> Biaya Rendah 1. Lebih rendah	Tingkat harga lebih rendah	
			Tingkat melakukan riset pasar dalam menjalankan usaha	

		<ul style="list-style-type: none"> 2. Biaya efisien 3. Perbaikan koordinasi 4. Pengoptimalan alat dan fasilitas 5. Analisis biaya 6. Peningkatan peralatan 	<p>dari para pesaing</p> <p>Tingkat produk yang diciptakan dengan biaya efisien</p> <p>Menekan perbaikan koordinasi berbagai produk</p> <p>Tingkat mengoptimalkan alat dan fasilitas produksi</p> <p>Melakukan analisis biaya dalam menjalankan usaha</p> <p>Melakukan peningkatan ketersediaan peralatan kerja</p>	
		<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Fokus 1. Fokus pada pelanggan 2. Fokus pada produk 3. Fokus pada segmen pasar 	<p>Tingkat fokus pada pelanggan dalam menjalankan usaha</p> <p>Tingkat fokus pada produk dalam menjalankan usaha</p> <p>Tingkat fokus pada segmen pasar tertentu dalam menjalankan usaha</p>	
Kinerja Usaha (Y)	<p>Kinerja usaha digambarkan sebagai capaian yang diperoleh organisasi bisnis dalam usahanya</p> <p>(Musran Munizu 2010)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Penjualan 1. Peningkatan volume penjualan 	<p>Tingkat pertumbuhan penjualan produk dalam kegiatan bisnis</p>	ORDINAL
		<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Tenaga Kerja 1. Penambahan tenaga kerja setiap tahunnya 	<p>Tingkat penambahan karyawan dalam menjalankan usaha</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Laba 1. Peningkatan profitabilitas usaha 	Tingkat profitailitas usaha yang meningkat positif dalam menjalankan usaha	
		<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Modal 1. Peningkatan modal usaha yang semakin meningkat 	Tingkat pertumbuhan modal usaha yang semakin meningkat	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian dibagi dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer dalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian.

Menurut sugiyono (2012:137) data primer sebagai berikut :

“sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulka sendiri data-data yang dibutuhkan yang berumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini data primer yang diambil langsung dari Distro di Plaza Parahyangan dan para pengusaha Distro.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, biasanya dari pihak kedua yang mengolah data keperluan orang lain. Data sekunder dapat diperoleh

dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2012:137) adalah: “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.”Menggunakan data sekunder, karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait dengan Distro di Plaza Parahyangan Bandung, berbagai literatur, situs internet, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2015:80) tentang pengertian populasi yaitu: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Berdasarkan pengujian populasi pengujian populasi diatas, maka yang menjadi anggota populasi adalah para pengusaha distro pada Plaza

Parahyangan yang berjumlah 550 pengusaha.

2. Sampel

Menurut Sugiyono(2010:81), menjelaskan definisi sampel adalah sebagai berikut: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka Dengan demikian dapat diketahui bahwa sampel merupakan bagian dari populasi dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Umi Narimawati (2010:38), yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran tidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini di ambil nilai e = 0.1 (10%).

$$N = 550$$

$$550$$

$$n = \frac{550}{1 + 550(0,1)^2}$$

$$n = \frac{550}{1 + 550(0,01)}$$

$$n = \frac{550}{1 + 5,50}$$

$$n = \frac{550}{6,50}$$

$$n = 84,61$$

n = 90 hasil pembulatan

Berdasarkan perhitungan diatas maka penulis menetapkan anggota sampel yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah 90 sampel, Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode "Random Sampling", karena tidak semua populasi di jadikan sampel maka, sampel yang digunakan ialah sampel acak.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (data yang diambil langsung dari perusahaan Distro Kawasan Plaza Parahyangan Bandung).

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

- 1) Studi Kepustakaan (*LibraryResearch*) yaitu untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.
- 2) Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan mencari dan memperoleh data dari perusahaan yang penulis teliti dengan cara :
 - a) Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dilapangan.
 - b) Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab pihak-pihak yang mempunyai kaitan langsung dengan objek yang diteliti.
 - c) Kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Surgiyono (2015:142). Penulis melakukan survei awal dengan menggunakan kuesioner kepada 20 responden atau pengusaha Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

3.2.4.1 Uji Validitas

Cooper dalam Umi Narimawati (2010:42) mengemukakan definisi mengenai validitas: *“Validity is a characteristic of measurement concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure.”*

Berdasarkan definisi diatas, validitas adalah suatu karakteristik dari ukuran yang terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

r hitung < r kritis maka tidak valid

r hitung > r kritis maka valid

Berdasarkan definisi diatas, maka validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin di ukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur maka alat pengukur tersebut semakin mengena sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N(\sum X^2) - (\sum X)^2)(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = nilai koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji (taraf signifikan 5%)

Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}; db = n - 2$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

Dengan ketentuan apabila r lebih besar atau sama dengan 0,300, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Tetapi apabila r lebih kecil dari 0,300, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009: 164)

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien

korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment* (r).

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment*

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Sugiyono (2009:3)**, reliabilitas adalah : “Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu”. Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

- a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
- b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
- c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.

- d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:44)

Dimana:

r_1 = reliabilitas internal seluruh item

rb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.4

Standar Penilaian Untuk Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber : Barker *et al*, 2002:70

Selain valid instrument penelitian juga harus memiliki keandalan, keandalan instrument penelitian menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

3.2.4.3 Uji MSI

Untuk langkah-langkah untuk melakukan transformasi data dari skala ordinal menjadi interval melalui Metode Successive Interval (MSI), adalah sebagai berikut

- a. Ambil data ordinal hasil kuesioner
- b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
- c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e. Menghitung nilai skala dengan rumus Method Of Successive Interval

$$\text{means of interval} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - (\text{Density at upper Limit})}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Dimana :

means of interval : rata-rata Interval

Density at Lower Limit : Kepadatan atas bawah

Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : daerah di bawah atas

Area under lower limit : daerah di bawah atas bawah

- f. menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + | Nilai Skala minimum | +1

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41), rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut : “Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti”.

3.2.5.1.1 Analisis Depskritif (Kualitatif)

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan Distro di kawasan Plaza Parahyangan Bandung berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh **Umi Narimawati (2011:45)** adalah sebagai berikut:

- 1) Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat jawaban setiap indikator diberi skor antara 1 sampai dengan 5.
- 2) Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.
- 3) Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
- 4) Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
- 5) Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

$$\% \text{ Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Keterangan:

- a. Skor actual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
- b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Responden

No.	%Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat buruk/Sangat Rendah
2	36.01% - 52.00%	Buruk/rendah
3	52.01% - 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% - 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% - 100%	Sangat Baik/Tinggi

(Umi Narimawati, 2007:85)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data dan menganalisisnya. Analisis verifikatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif pada penelitian ini terdiri dari uji MSI, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis korelasi Pearson Product Moment, dan analisis koefisien determinasi

3.2.5.1.3 Analisis Regresi

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Asep Suryana natawiria dan Riduwan (2010:88) analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana, kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal 2 atau lebih. Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y= Variabel Kinerja Perusahaan

X1= Variabel Orientasi Kewirausahaan

X2= Variabel Strategi Bisnis

A= Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah (X1) dan (X2), sedangkan variabel dependen adalah (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya

2) Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (multiple linear regression) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas

(*Asymtotic Significance*), yaitu :

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala, 2001:268-270 dalam Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

- a Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir
- b Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan Variance.

3. Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (error) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang

sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi titik stabil.

Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik DurbinWatson (D-W).

- a. Jika D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Jika D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3) Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{n \sum Xi^2 - \sum Xi^2} \sqrt{n \sum yi^2 - \sum yi^2}}$$

Dimana : $-1 \leq r \leq +1$

r = Koefisien Korelasi

x = Variabel Orientasi Kewirausahaan dan Variabel Strategi Bisnis

y = Variabel Kinerja Usaha

n = Jumlah Franchisor

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel dibawah ini.:

Tabel 3.6
Tingkat keeratan korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0 - 0,20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0,21 - 0,40	Korelasi yang lemah
0,41 - 0,60	Korelasi sedang
0,61 - 0,80	Cukup tinggi
0,81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber : Syahri alhusin dalam Umi narimawati (2010: 50)

4) Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan analisis jalur yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/ SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$. Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien determinasi parsial.

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variable X1 dan variable X2 terhadap Y (Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Dimana: Kd = Koefisien

r^2 = Kuadrat koefisien

Dimana apabila :

Kd = 0, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah

Kd = 1, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

3.2.6 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan/ jawaban) itu dapat diterima atau tidak.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian secara Parsial

Melakukan Uji – t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus Uji T yang digunakan adalah :

$$t_i = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{XY \dots Xk}) CR_{ii}}{(n - k - 1)}}} \quad I = 1, 2, 3, \dots, 5$$

b. Hipotesis

$H_0. \beta_1 = 0$, Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung

$H_1. \beta_1 \neq 0$, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

$H_0. \beta_2 = 0$, Strategi Bisnis tidak berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung

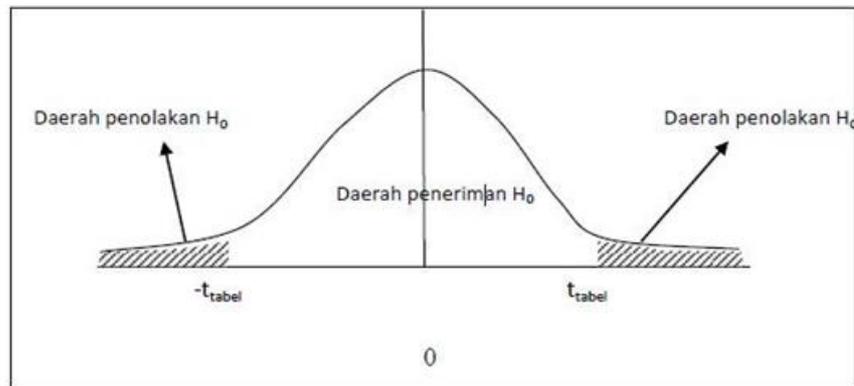
$H_1. \beta_2 \neq 0$, Strategi Bisnis berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

Kriteria Pengujian H_0 di tolak apabila t hitung $<$ dari t tabel ($\alpha = 0,05$)

c. Kriteria Penarikan Pengujian

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk di uji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variabel X dan Y ada hubungannya.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya



Gambar 3.2

Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

Sumber : Sugiyono (2015: 185)

2. Pengujian Secara Simultan/Total

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - 1)R_y^2 \cdot X \dots\dots\dots}{K (1 - R_y^2 \cdot X \dots\dots\dots)}$$

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F – test yang terdapat pada tabel *Analysis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (kinerja usaha) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sudjana (2001: 369) dalam Umi Narimawati, Sri dewi anggadini, dan Linna ismawati (2010: 51-52) perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien produk moment (*pearson*).

b. Hipotesis

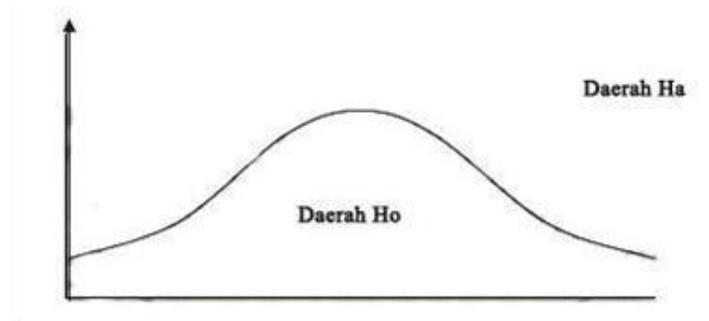
$H_0 ; \rho = 0$, Tidak Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis terhadap kinerja usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

$H_1 ; \rho \neq 0$, Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Srategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol, maka H_0 ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol, maka H_0 diterima. H_0 ditolak apabila $F_{hitung} >$ dari $F_{tabel} (\alpha = 0,05)$

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$. Untuk mengetahui ρ_{YX_i} yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Gambar 3.3

Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

Sumber : Sugiyono, 2008, Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D. Bandung Alfabeta.