

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

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 Kinerja Usaha Dibentuk Berdasarkan Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajemen.

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 Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajemen.
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 Sentra Industri Roti di Kopo Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu (Umi Narimawati, 2008:127).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2009:21):

“Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisa suatu hasil penelitian tetapi tidak di gunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2009:45):

“Metode verifikatif adalah memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”.

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. 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 “Kinerja Usaha Dibentuk Berdasarkan Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajemen Pada Sentra Roti di Kopo Bandung”.

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 (2003:84), mengemukakan bahwa:

“Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”.

Menurut Jonathan Sarwono (2006:27), desain penelitian khususnya dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan alat dalam penelitian dimana seorang peneliti tergantung dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian yang sedang dilakukan. Dalam ilmu-ilmu sosial, penelitian terdiri dari penelitian penjajakan, penelitian penjelasan (*explanatory*), dan penelitian deskriptif verifikatif (*descriptif verificative*).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang akan dilakukan mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

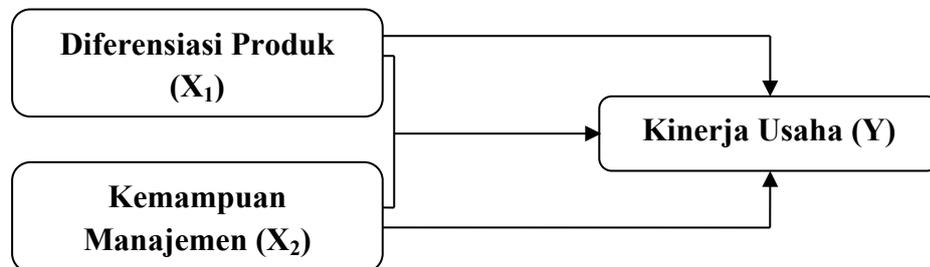
1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi pada Sentra Roti di Kopo dan selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada Sentra Roti di Leuwisari merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah Diferensiasi Produk (variabel X_1) dan Kemampuan Manajemen (variabel X_2) serta Kinerja Usaha (variabel Y).

3. Menetapkan tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Sentra Roti Kopo Bandung.
4. Menetapkan hipotesis penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi pada Sentra Roti Kopo Bandung.
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 Kinerja Usaha Dibentuk Berdasarkan Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajemen Pada Sentra Roti di Kopo Bandung.
7. Melakukan analisis mengenai Kinerja Usaha Dibentuk Berdasarkan Diferensiasi Produk dan Kemampuan Manajemen Pada Sentra Roti di Kopo Bandung.
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

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 kesimpulannya.”

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 Umi Narimawati (2008:40) : “Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain yang variabelitasnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.”

Sedangkan menurut Sugiyono (2015:39) : “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)

Umi Narimawati (2008:40), menyatakan bahwa: “Variabel dependen (variabel tergantung) adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas yang variabelitasnya diamati dan diukur untuk menentukan arah untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.”

Sedangkan menurut Sugiyono (2015:39) “Variabel dependen (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 Diferensiasi Produk 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 Kemampuan Manajemen sebagai variabel independen (bebas) dengan notasi X2, 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 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Parafrase	Indikator	Satuan Ukuran	Skala Ukur
Diferensiasi Produk (X1) Keterampilan dan keunikan yang digunakan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk membedakan produk mereka dengan pesaingnya, namun hanya sampai batas-batas tertentu saja suatu produk dapat	1. Rancangan (Design) - Untuk mempromosikan produk dengan mengikuti sesuai keinginan konsumen.	- Tingkat diferensiasi produk sesuai keinginan konsumen.	O R D I

Parafrase	Indikator	Satuan Ukuran	Skala Ukur
didiferensiasikan karena tidak semua perbedaan itu bermakna dan berharga.	2. Mutu Kesesuaian - Kesesuaian dimana produk identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan.	- Tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi yang dijanjikan.	N A L
Kemampuan Manajemen (X2) Kemampuan atau keterampilan seorang manajer dalam mengolah sumber daya manusia dalam suatu perusahaan menggunakan beberapa keahlian tertentu.	1. Komunikasi verbal - Kemampuan seorang manajer dalam berkomunikasi dengan karyawannya dalam lingkup kerja.	- Tingkat kedekatan hubungan antara manajer dan karyawan.	O R D I N A L
	2. Mengatur keputusan individu - Kemampuan seorang manajer dalam mengambil keputusan sendiri untuk kebaikan perusahaan	- Tingkat keputusan manajer untuk kepentingan perusahaan.	
	3. Memotivasi dan mempengaruhi orang lain - Kemampuan seorang manajer dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada karyawan dalam hal pekerjaan.	- Tingkat pengaruh motivasi pada karyawan.	

Parafrase	Indikator	Satuan Ukuran	Skala Ukur
Kinerja Usaha (Y) Merupakan penilaian terhadap suatu operasional perusahaan yang dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan laba.	1. Pertumbuhan Tenaga Kerja - Efisiensi biaya tenaga kerja yang dikeluarkan dan kecepatan dalam mengerjakan sesuatu.	- Tingkat efisiensi dalam kegiatan produksi.	O R D I N A L
	2. Pertumbuhan Penjualan - Pertumbuhan volume penjualan yang semakin stabil dan meningkat.	- Tingkat volume penjualan setiap tahunnya.	
	3. Pertumbuhan Laba - Profitabilitas perusahaan selama 1 periode.	- Tingkat laba yang dihasilkan setelah penjualan.	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.2.1 Sumber Data

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

1. Data Primer

Menurut Trustorini Handayani (2018) data primer diperoleh langsung dari objek yang diteliti seperti responden dan data dari wawancara langsung dengan produsen tahu. Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri

data-data yang dibutuhkan yang berumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini data primer yang diambil langsung dari pelaku usaha pada Sentra Roti di Kopo Bandung.

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 Sentra Roti Kopo Bandung, berbagai literatur, situs internet, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2.2.2 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.