BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang menjadi fokus penulis dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja bisnis Sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut" dengan uraian variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen (variable bebas/variabel X), merupakan variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen penelitian ini adalah Kompetensi Wirausaha dan Kinerja Bisnis.
2. Variabel Dependen (Variabel terikat/variabel Y), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Bisnis pada sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut.

Penelitian dilakukan di Sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut dengan memilih responden penelitian adalah para manajer / pemilik usaha sepatu yang ada di Sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut, Jl. Raya Cibaduyut Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara penulis dalam menganalisis data. Pengertian dari metode penelitian adalah sebagai berikut:

Metode penelitan menurut Sugiyono (2010:4) adalah sebagai berikut :

> “Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

Menurut Umi Narimawati (2008:127) mengemukakan bahwa :

“Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu.”

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data, baik primer maupun sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh

Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya. (Sugiyono dalam Umi Narimawati Dkk, 2010:29). Sedangkan metode verifikatif 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. (Mashuri dalam Umi Narimawati Dkk. 2010:29).

Untuk menjelaskan hubungan variabel yang ada dalam penelitian ini diterangkan dalam bentuk pola pikir yang dianggap mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian dan teori.

Paradigma ini menganggap bahwa komponen-komponen kompetensi dan komponen-komponen orientasi pasar memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kinerja bisnis. Dimana kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha dalam menjalankan bisnis dan kemampuan berorientasi pasar akan mengubah kinerja bisnis menjadi baik atau buruk.

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan Analisis Jalur *(Path Analysis)*

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian.

Menurut Moh. Nazir dalam Umi Narimawati Dkk. (2010:30), pengertian desain penelitian yaitu:

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

Demikian halnya, menurut Umi Narimawati (2010:30) langkah-langkah desain penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan yaitu difokuskan pada kompetensi wirausaha dan orientasi pasar. Dengan itu ditarik judul: "Pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut.

2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini identifikasi masalahnya merupakan dampak dari kurang responnya para pengusaha yang berada di Sentra UKM sepatu cibaduyut terhadap program pemerintah seperti pelatihan dan seminra mengakibatkan kurangnya kompetensi wirausaha dan kemampuan dalam berorientasi pasar sehingga terjadi penurunan pendapatan dan jumlah pengrajin/produsen di Sentra UKM sepatu cibaduyut dan berdampak pada kinerja UKM secara keseluruhan.
3. Menetapkan rumusan masalah. Merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya dengan pengumpulan data. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis sentra UKM sepatu cibaduyut baik secara parsial maupun simultan.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui dan menganalisis kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan hipotesis dalam penelitian ini ialah: Kompetensi wirausaha dalam *tehnical competence* cukup baik pada Sentra UKM sepatu cibaduyut. Orientasi pasar dalam hal kemampuan merespon cukup baik pada Sentra UKM sepatu cibaduyut. Kinerja bisnis dalam hal kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan cukup baik pada Sentra UKM sepatu cibaduyut. Kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap orientasi pasar pada Sentra UKM sepatu cibaduyut. Kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja

bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut.

6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini konsep kompetensi wirausaha mengacu pada pendapat Suryana (2006:91), konsep orientasi pasar mengacu pendapat Ali Hasan (2008:17) sedangkangkan konsep kinerja bisnis mengacu pada pada pendapat dalam jurnal penelitian Wayan Gede Suparta (2009:77).
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Teknik *nonprobability* sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *sample random sampling.* Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, wawancara, studi literature, dan dokumentasi.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini ialah menggunakan metode analisis statistik inferensial. Metode deskriptif dan verifikatif, dan analisis jalur (*Path Analysis*).
9. Melaporkan pelaporan hasil penelitian. Akan disajikan dalam tabel 3.1 dibawah.

Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, bahwa penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Untuk penelitian yang bersifat deskriptif maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan survei, sementara data yang bersifat verifikatif maka menggunakan metode *explanatory survey.*

Dibawah ini adalah desain penelitian Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis Sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
Tujuan-1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di UKM Sepatu Cibaduyut	*Cross Sectional*
Tujuan-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di UKM Sepatu Cibaduyut	*Cross Sectional*
Tujuan-3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Manajer/Pengusaha di UKM Sepatu Cibaduyut	*Cross Sectional*
Tujuan-4	*Descrptive dan Verificatif*	*Descriptive dan Explanatory Plan*	Manajer/Pengusaha di UKM Sepatu Cibaduyut	*Cross Sectional*
Tujuan-5	*Descriptive dan Verificatif*	*Descriptive dan Explanatory Survey*	Manajer/Pengusaha di UKM Sepatu Cibaduyut	*Cross Sectional*

Sumber : Umi Narimawati Dkk. (2010:31)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Jonathan Sarwono (2006:67), mengemukakan bahwa:

"Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya".

Menurut Nur Indriantoro & Bambang Supomo (2002:69) mengemukakan bahwa :

> "Penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definsi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalisasikan *construct,* sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik".

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa operasionalisasi 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 yang diambil penulis yaitu; "Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis Sentra UKM Sepatu Cibaduyut", maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari : Kompetensi Wirausaha (X) dan Orientasi Pasar (Y). Kedua variabel ini adalah variabel bebas (Independen), sedangkan variabel terikat (dependen) adalah Kinerja Bisnis (variabel Z).

Adapun definisi operasionalisasi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Variabel Independen 1 / Variabel X (Kompetensi Wirausaha)	Kompetensi diartikan sebagai karakteristik dasar personal yang menjadi faktor penentu sukses atau tidaknya seseorang dalam	- *Technical Competence*	- Tingkat kemampuan mengetahui teknik produksi - Tingkat kemampuan mengetahui desain	

	mengerjakan suatu pekerjaan atau pada situasi tertentu. Moeheriono (2009:4)	- *Markeing Competence*	produksi - Tingkat kemampuan menemukan pasar - Tingkat Kemampuan mengidentifikasi pelanggan - Tingkat kemampuan menjaga kelangsungan hidup perusahaan	Ordinal
		- *Financial Competence*	- Tingkat kemampuan mengatur pembelian - Tingkat kemampuan mengatur penjualan - Tingkat kemampuan penghitungan laba/rugi	Ordinal
		- *Human Relation Competence* Suryana(2006:91)	- Tingkat kemampuan berelasi - Tingkat kemampuan menjalin kerjasama antarperusahaan	
Variabel Independen 2 / Variabel Y (Orientasi Pasar)	Orientasi pasar *(Market Orientation=MO)* merupakan ukuran perilaku dan	- Intelejensi pasar/informasi pemasaran	- Tingkat komitmen kepada kepuasan pelanggan - Tingkat	

	aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Fandy Dkk. (2008:85)		usaha memberikan nilai lebih kepada pelanggan - Tingkat perhatian kepada kepuasan pelanggan - Tingkat Pengembangan produk yang sesuai dengan pelanggan	Ordinal
		- Pendistribusian /Penyebaran informasi	- Tingkat kemampuan Mendiskusikan pengembangan pasar - Tingkat kemampuan membuat produk yang lebih unggul dibanding pesaing - Tingkat kemampuan melakukan pertukaran informasi mengenai pelanggan - Tingkat kecermatan memperhatikan pesaing dan bertindak lebih cepat dari pesaing	
		- Kemampuan merespon	- Tingkat kerjasama	

		Ali Hasan (2008:17)	antarbagian perusahaan - Tingkat keterlibatan semua bagian dalam perumusan strategi - Tingkat keterlibatan semua bagian dalam merespon perubahan pasar	Ordinal
Variabel Dependen / Variabel Z (Kinerja Bisnis)	Kinerja bisnis sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan / kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu. Moh. Pandu Tika (2005:121)	- Perubahan Volume Penjualan - Kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan - Pangsa Pasar - Keuntungan Jurnal Penelitian Wayan Gede Supartha (2009:77)	- Tingkat Penjualan Tahun tertentu - Tingkat Kepuasan pelanggan terhadap produk - Tingkat pangsa pasar ditahun tertentu - Tingkat Keuntungan perusahaan ditahun tertentu	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari objek yang dilakukan pada para manajer / pemilik perusahaan di Sentra UKM Sepatu Cibaduyut. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder.

"Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data". (Sugiyono 2009:137).

Dalam hal ini data dari manajer / pemilik perusahaan yang merupakan sampel. Selain itu penelitian ini juga mengambil sumber pustaka dari buku-buku yang berkaitan dengan teori dan konsep yang sesuai dengan variabel yang diteliti.

Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu. "Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data". (Sugiyono 2009:137).

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui :

1. Populasi adalah objek atau subjek informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis peneliti. (Umi Narimawati, 2008:161). Populasi dalam penelitian ini adalah seluru manager / pemilik usaha sepatu yang berada di daerah Sentra UKM Sepatu Cibaduyut periode empat tahun (2007-2011) berjumlah 828 pengusaha.

2. Sampel merupakan sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari. (Jonathan Sarwono, 2006:111). Sampel juga bisa diartikan sebagai elemen-elemen (bagian) populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *sample random sampling* yaitu berdasarkan data manajer / pemilik usaha sepatu di Sentra UKM Sepatu Cibaduyut. *Sample random sampling* dikatakan karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, cara demikian bila anggota populasi dianggap homogen.

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu pada pendekatan *slovin*, pendekatan ini menggunakan rumus:

$$\mathbf{n = \frac{N}{1+Ne^2}}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N= Ukuran Populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Sampel diambil secara random, jumlah sampel yang diperoleh adalah jumlah minimum. (Umar, 2002:133-134). Maka dengan jumlah ukuran populasi Sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut adalah 828 orang (sumber wawancara pada tanggal 9 maret 2012 dengan Koordinator UPT Persepatuan Cibaduyut, Wawan Darmawan) dengan batas kesalahan yang ditoleransi 10% maka sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{828}{1+828\ (0.1)^2}$$

$$n = 89{,}23 \approx 100$$

Dari hasil perhitungan diatas dengan tingkat kesalahan 10 %. Namun demikian, agar ukuran sampel yang diperlukan lebih representative maka ukuran sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data (Observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi)

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Studi Lapangan / *Field Reseach,* yaitu suatu studi pengumpulan data yang bertujuan untuk memperolaeh informasi data dari objek lapangan. Antara lain:
    a. *Observasi* (pengamatan langsung), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.
    b. Kuesioner, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden terutama yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.
    c. Wawancara, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulan data melalui Tanya jawab secar langsung dengan semua

pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan.

2. Studi kepustakaan *(Library Reseach),* yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang terdapat dalam buku, majalah, internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

   a. Dokumentasi

      Teknik pengumpulan data sekunder (yang dilakukan dengan mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian). Penelitian dilakukan dengan mencari dan mengumpulan data yang diperlukan dari berbagai buku, jurnal, catatan-catatan, gambar-gambar dan literatur yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini. Adapun tujuan dari metodologi ini adalah untuk deskripsi, gambaran secara sistematis akurat, faktual mengenai hal-hal yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrumen penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:173) tentang validitas adalah :

> "Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti".

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor total item lainnya $\geq$ 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Adapun dalam penelitian ini menggunakan korelasi person dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum \mathrm{xy} - \frac{(\sum \mathrm{x})(\sum y)}{\mathrm{N}}}{\sqrt{[\sum \mathrm{x}^2 - \frac{(\sum \mathrm{x})2}{\mathrm{N}}]\,[\sum \mathrm{y}^2 - \frac{(\sum \mathrm{x})2}{\mathrm{N}}]}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi person

x = skor item pertanyaan

y = skor total item pertanyaan

N = jumlah responden dalam pelaksnaan uji coba instrument

Untuk mengetahui keberartian r (koefisien korelasi person) dilakukan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$x = \frac{r\sqrt{(\mathrm{n}-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana:

n = urutan sampel

r = koefisien korelasi person

Apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30, 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 rs lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan korelasi *product momet* (indeks validitas) diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Kuesioner Kompetensi Wirausaha

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,807	0,30	Valid
Item 2	0,670	0,30	Valid
Item 3	0,668	0,30	Valid
Item 4	0,757	0,30	Valid
Item 5	0,699	0,30	Valid
Item 6	0,692	0,30	Valid
Item 7	0,714	0,30	Valid
Item 8	0,717	0,30	Valid
Item 9	0,729	0,30	Valid

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Kuesioner Orientasi Pasar

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,750	0,30	Valid
Item 2	0,698	0,30	Valid
Item 3	0,718	0,30	Valid
Item 4	0,769	0,30	Valid
Item 5	0,696	0,30	Valid
Item 6	0,787	0,30	Valid
Item 7	0,685	0,30	Valid
Item 8	0,635	0,30	Valid
Item 9	0,751	0,30	Valid
Item 10	0,763	0,30	Valid
Item 11	0,796	0,30	Valid

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Kuesioner Kinerja Bisnis

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,761	0,30	Valid
Item 2	0,797	0,30	Valid
Item 3	0,779	0,30	Valid
Item 4	0,793	0,30	Valid

Pada ketiga tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien korelasi setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai 0,30, hasil uji ini mengindikasikan bahwa semua butir pertanyaan yang diajukan pada ketiga variabel valid dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian dan dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur, alat ukur itu mempunyai reabilitas tinggi jika alat ukur dapat dipercaya dan stabil. Adapun metode yang digunakan untuk menguji reabilitas dalam penelitian ini adalah *split half method*.

Yaitu menghitung reabilitas dengan cara memberikan test pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap ganjil). Adapun prosedur kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Membagi item kedalam dua kelompok secara acak.
2. Menjumlahkan skor masing-masing kelompok sehinga terdapat skor total untuk masing-masing kelompok.
3. Mengkorelasikan skor total kelompok I dan kelompok II dengan rumus sebagai berikut:

$$\Gamma'1 = \frac{2\Gamma b}{1+\Gamma b}$$

Dimana:

$\Gamma 1$ = reabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel). Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *split-half* diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Nilai kritis	Keterangan
Kompetensi wirausaha	0,909	0,70	reliabel
Orientasi Pasar	0,873	0,70	reliabel

Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Nilai kritis	Keterangan
Kinerja bisnis	0,828	0,70	reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan pada ketiga variabel sudah andal karena memiliki koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70.

Pendekatan statistik dilakukan untuk melihat keandalan alat ukur ini, yaitu melauli koefisien reabilitas. Apabila reabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyakan andal.

3.2.4.3 MSI (*Method of Successive Interval)*

Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval "***Method of Successive Interval"*** Hays dalam Umi Narimawati Dkk. (2010:47), dengan rumus sebagai berikut:

1. Mengelola data ordinal menjadi interval dengan interval yang berurutan untuk variabel bebas terikat. Adapaun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:
   a. Mengambil data ordinal hasil kuesioner.
   b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk dihitung 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 setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Successive Interval* 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:

Mean of Interval : Rata-rata interval

Density at Lower Limit : Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit : kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : Daerah dibawah batas atas

Area Under Lower Limit : Daerah dibawahbatas bawah.

f. Menentukan nilai transformasi (nilai skala untuk interval) dengan menggunakan rumus :

$$\text{Nilai transformasi} = \text{Nilai Skala} + \text{Nilai Skala}_{\text{minimum}} + 1$$

2. Menentukan struktur hubungan antar variabel berdasarkan pada diagram pemikiran.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyususun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyususn kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan. Rancangan analisis ini menggunakan analisis data deskriptif dan verifikatif.

Pada penelitian ini digunakan melalui metoda deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang kompetensi wirausaha dan orientasi pasar, serta kinerja perusahaan itu sendiri. Rancangan analisis penelitian ini terdiri:

1. Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis ini menggambarkan skor aktual yaitu jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Rumus yang digunakan:

$$\frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ x100\%}$$

Keterangan:

a. Skor aktual 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.

Penjelasan bobot nilai skor aktual sebagai berikut:

Tabel 3.7
Kategori Skor

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Tidak Baik
2	36.01% - 52.00%	Kurang Baik
3	52.01% - 68.00%	Cukup
4	68.01% - 84.00%	Baik
5	84.01% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati Dkk. (2010:46)

2. **Analisa verifikatif (Kuantitatif)**

Untuk menganalisis verifikatif digunakan skala Likert, dengan memberikan nilai 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif dikuesioner. Penilaian terhadap skor yang didapat dihitung dengan cara:

a. Mengolah data dan menghitung frekuensi dan persentasinya.

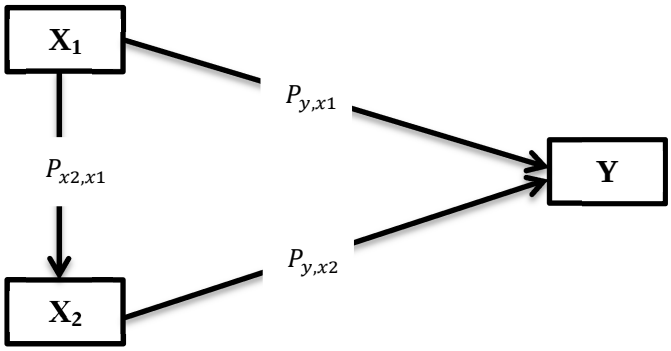
b. Persentasi yang didapat merupakan indikator pasangan variabel X1, X2 dan Y.

c. Menentukan bobot dari masing-masing alternatif.

Selanjutnya untuk mengolah data-data tersebut peneliti menggunakan beberapa metode antara lain :

a. Analisis Jalur *(Path Analysis)*

Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat structural dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangan keterkaitan antar variabel independen. Model analisis jalur adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Analisis Jalur

Keterangan :

X_1 : Kompetensi Wirausaha

X_2 : Orientasi Pasar

Y : Kinerja Bisnis

$P_{x2,x1}$: Koefisien jalur kompetensi wirausaha terhadap orientasi pasar.

$P_{y,x1}$: Koefisien jalur kompetensi wirausaha terhadap kinerja bisnis.

$P_{y,x2}$: Koefisien jalur orientasi pasar terhadap kinerja kinerja bisnis.

b. Analisa Korelasi *(Pearson)*

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati Dkk. (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus:

$$r = \frac{\mathrm{n}\sum x_1 \mathrm{y} - \sum x_1 \sum \mathrm{y}}{\sqrt{\{\mathrm{n}\sum x_1 2 - (\sum x_1)^2\}\{\mathrm{n}\sum y^2) - (\sum \mathrm{y})^2)\}}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

x = kompetensi wirausaha

y_1 = orientasi pasar

y_2 = kinerja bisnis

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

0,00 - 00,2	Sangat Rendah (hampir tak 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 Dkk. (2010:50)

c. Analisa Determinasi

Besarnya peranan semua variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien dterminasi (R^2). Semakin besar nilai determinasi maka semakin besar menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil perhitungan dapat dilihat dengan menggunakan media / alat

bantu SPSS atau secara manual (R2 = SS reg / SStot) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \text{ x } 100\%$$

Dimana:

d = Koefisien determinasi

r = Koefisien Korelasi

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase.

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik penghitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan hipotesis alternatif (H_1) menunjukan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Dalam penelitian ini hipotesis deskriptif yang diajukan sebagai berikut :

H1 : Kompetensi Wirausaha sudah kompeten pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut

dimana :

$H_{01} : \mu(KK) \leq 68\%$, *Kompetensi Wirausaha belum kompeten pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut*

H_{11} : μ (KK) > 68%, *Kompetensi Wirausaha sudah kompeten pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut*

H2 : Orientasi pasar sudah tinggi pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut

dimana :

H_{02} : μ (OP) $\leq$ 68%, *Orientasi Pasar belum tinggi pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut*

H_{12} : μ (OP) > 68%, *Orientasi Pasar sudah tinggi pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut*

H3: Kinerja Bisnis sudah tinggi pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut

dimana :

H_{03} : μ (KB) $\leq$ 68%, *Kinerja Bisnis belum tinggi pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut*

H_{13} : μ (KB) > 68%, *Kinerja Bisnis sudah tinggi pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut*

Pengujian hipotesis verifikatif digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji F dan uji t untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat :

1. Uji F

Digunakan secara simultan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{(n-k-1)R^2_{Y(X_1X_2)}}{k(1-R^2_{Y(X_1X_2)})} =$$

Menurut Umi Narimawati Dkk. (2010:51), 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-testyang terdapat pada tabel *Analisis Of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{Kritis}$ maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (kompetensi wirausaha dan orientasi pasar) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (kinerja bisnis) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sudjana dalam Umi Narimawati (2010:51-52) perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien korelasi produk moment *(Pearson).*

b. Hipotesis

H_0 ; $\beta = 0$, secara simultan kompetensi wirausaha dan orientasi pasara tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut.

H_1 ; $\beta \neq 0$, secara simultan kompetensi wirausaha dan orientasi pasara berpengaruh terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut.

c. Kriteria Pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel} (α = 0,05) menurut Guilford dalam Umi Narimawati (2010:52), bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut :

a. Taksiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut mtode Guilford dalam Umi Narimawati (2010:52) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.9
Kategori Korelasi Metode Guilford

Besarnya Pengaruh	Bentuk Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat Longgar, dapat diabaikan
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Moderat / Cukup
0,61 – 0,80	Erat
0,81 – 1,00	Sangat Erat

Suber : Umi Narimawati (2010:52)

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya skurang-kurangnya ada sebuah $Px_1x_2 \neq 0$. Untuk mengetahui Px_1x_2 yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Uji t

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah

$$t_1 = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1-R2_{Y.X1X2})\times C_{11}}{(n-k-1)}}}$$

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; β = 0, Kompetensi wirausaha tidak berpengaruh terhadap Orientasi pasar

H_{11} ; $\beta \neq 0$, Kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap Orientasi pasar

H_{02} ; β = 0, Kompetensi wirausaha tidak berpengaruh terhadap Kinerja bisnis.

H_{12} ; $\beta \neq 0$, Kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

H_{03}; β = 0, Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

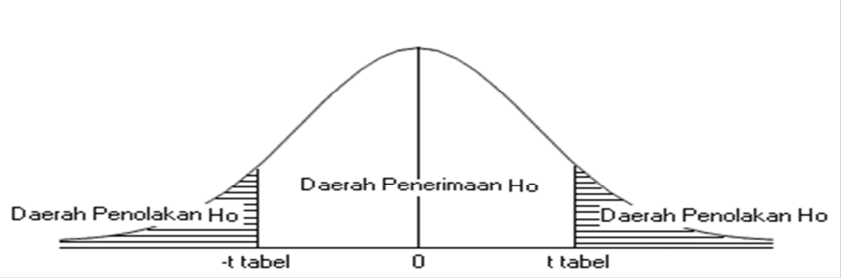
H_{13}; $\beta \neq 0$, Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$) . Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

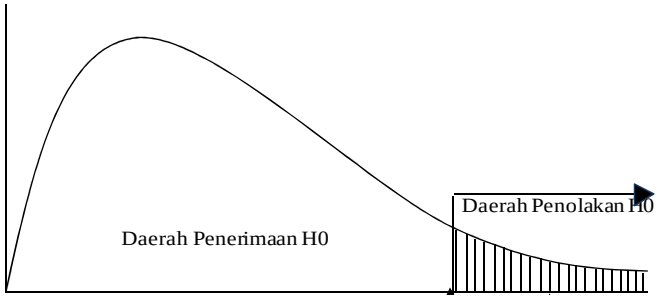
a. Jika $t_{hitung} \geq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_1 diterima artinya antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_1 ditolak artinya antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Berikut ini gambar yang memperlihatkan daerah penerimaan dan penolakan H_0 secara parsial.



Gambar 3.2
Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Secara Parsial

Berikut ini gambar yang memperlihatkan daerah penerimaan dan penolakan H_0 secara simultan:



Gambar 3.3
Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Secara Simultan

3.2.5.3 Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t_{hitung} dan F_{hitung} jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan). Kesimpulannya, kompetensi wirausaha dan orientasi pasar berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95 %, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya) pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.