BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Husein Umar (2005:303) mengatakan bahwa: "Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain yang dianggap perlu".

Adapun 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".

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti

sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaaan berdasarkan data dan fakta yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis yang selajutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Sedangkan metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan statistik.

Menurut Sugiyono (2005:21), metode deskriptif adalah: "Metode yang dilakukan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Menurut Sugiyono (2012:8) metode verifikatif adalah: "Penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Metode verifikatif juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis, sehingga metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab penelitian poin ketiga, yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh diantara variabel yang sedang diteliti.

Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel *independent* mempengaruhi terhadap varibel *dependent*, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

Berdasarkan arah penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survey*.

Explanatory Survey adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskakn hubungan kausal antara dua varibel melalui pengujian hipotesis, survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebgai alat pengumpulan data.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Moh. Nazir dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:30) adalah: "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian yang telah dibuat.

Menurut Sugiyono (2009:13) penjelasan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian

6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan

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

1. Mengidentifikasi masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan luas jangkauan (scope), dan hipotesis untuk diuji pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
2. Merumuskan Masalah yang terjadi Sentra Batik Paoman Indramayu berupa pertanyaan – pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data.
3. Konsep dan Teori yang relevan dan Penemuan yang Relevan guna menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara Memilih prosedur dan teknik yang digunakan terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.
4. Pengajuan Hipotesis, jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum

ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

5. Metode Penelitian untuk menguji hipotesis, peneliti dapat memilih metode yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan kuantitatif.
6. Menyusun instrument penelitian yang digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari Orientasi Pasar (Variabel Independen "X1") dan Orientasi Kewirausahaan (Variabel Independen "X2") terhadap Keunggulan Bersaing (Variabel dependen "Y") digunakan korelasi Analisis Regresi Berganda, dan untuk menguji pengaruh dari pemanfaatan Orientasi Pasar (Variabel Independen"X1") dan Orientasi Kewirausahaan (Variabel Independen "X2") terhadap Keunggulan Bersaing (Variabel dependen"Y") digunakan koefisien determinasi.
7. Kesimpulan merupakan langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Dari pengertian-pengertian tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan proses keseluruhan penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam pelaksanaan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan dengan cara pemilihan, pengumpulan, dan analisis data. Oleh sebab itu, membuat desain penelitian sangat penting agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Sentra Batik Paoman Indramayu	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Sentra Batik Paoman Indramayu	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Sentra Batik Paoman Indramayu	*Cross Sectional*
T-4,5,6	*Descriptive & Verifikatf*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Sentra Batik Paoman Indramayu	*Cross Sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Definisi Operasionalisasi Variabel menurut Sugiyono (2010:38) adalah: "Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diteteapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini di operasionalisasikan dalam dua variabel utama yaitu Variabel independent (bebas) adalah Orientasi Pasar (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) Sedangkan variable dependent (terikat) yaitu Keunggulan Bersaing (Y). Variabel Keunggulan Bersaing tersebut digunakan untuk mengukur dan menganalisis tingginya pengaruh.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Pasar (X1)	Orientasi pasar didefinisikan sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. **Narver dan Slater (1990) dalam Heri Setiawan (2012:13)**	**1. Orientasi Pelanggan** - Kepuasan pelanggan - Keinginan Pelanggan	- Tingkat kepuasan pelanggan. - Tingkat kesesuaian produk dengan keinginan pelanggan.	O R D I N A L
		2. Orientasi Pesaing - Memahami pesaing - Pengawasan	- Tingkat memahami kekuatan dan kelemahan pesaing. - Tingkat pengawasan langkah- langkah dan aktifitas yang dilakukan oleh pesaing.	
		3. Koordinasi Interfungsional - Koordinasi pemilik dan karyawan	- Tingkat koordinasi pemilik dan karyawan dalam menjalankan usaha.	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		Narver dan Slater (1990) dalam Heri Setiawan (2012:13)		
Orientasi Kewirausahaan (X2)	Kemampuan kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha (owner) untuk menciptakan lingkungan kerja yang kreatif dan inovatif ditengah persaingan yang semakin ketat. **Siti Hajar dan I Putu Gede Sukaatmadja (2016 : 6591)**	**1. Keinovatifan** - Produk baru. - Pengembangan produk	- Tingkat usaha untuk menghasilkan produk baru. - Tingkat pengembangan produk yang sudah ada.	O R D I N A L
		2. Keproaktifan - Bersaing aktif.	- Tingkat bersaing secara aktif dengan penjual lainnya.	
		3. Berani Mengambil Risiko - Berani mengambil risiko	- Tingkat keberanian mengambil risiko guna mengembangkan usaha.	
		4. Keagresifan bersaing - Kecepatan respon	- Tingkat kecepatan respon terhadap perubahan yang dilakukan oleh pesaing.	
		Siti Hajar dan I Putu Gede Sukaatmadja (2016 : 6591)		
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. **Siti Hajar dan I Putu Gede**	**1. Harga Bersaing** - Kesesuaian harga	- Tingkat harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan konsumen.	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	Sukaatmadja (2016 : 6591)	**2. Eksplorasi Peluang** - Mencari peluang	- Tingkat mencari peluang untuk mengembangkan usaha.	ORDINAL
		3. Fleksibilitas - Mengikuti perkembangan pasar	- Tingkat untuk mengikuti perkembangan pasar.	
		4. Pertahanan Ancaman Bersaing - Kesiapan strategi	- Tingkat kesiapan strategi untuk dapat bertahan dalam persaingan.	
		5. Hubungan pelanggan - Pengetahuan kebutuhan	- Tingkat pengetahuan kebutuhan pelanggan.	
		Siti Hajar dan I Putu Gede Sukaatmadja (2016 : 6591-6592)		

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2009:137) data primer sebgai berikut: “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data”.

Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2009:137) adalah : “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. 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.

Berdasarkan definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa data primer merupakan data pendukung dari suatu persoalan yang diteliti, sebagai alat untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, untuk mengetahui kondisi-kondisi yang terjadi selama kurun waktu tertentu dan data primer diperoleh dengan mengadakan penelitian dan kuesioner, tidak jarang juga dapat dijadikan solusi dalam penanganan permasalahan yang diteliti. Sedangkan data sekunder dapat digunakan apabila peneliti mengumpulkna informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan ke dalam dua golongan, yaitu:

1. **Populasi**

   Pengertian populasi menurut Sugiyono (2014 : 115), adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristiktertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

   Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah

24 pelaku usaha pada Sentra Batik Paoman Indramayu. Pemilihan jumlah populasi ini untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik sampling merupakan teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2014:116), teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus menurut Sugiyono (2014:122), adalah: "Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel." Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa sampling jenuh atau sensus yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi. Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) yaitu sebanyak 24 pelaku bisnis sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi yaitu seluruh pelaku bisnis pada Sentra Batik Paoman Indramayu sebanyak 24 responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan *(field research)*, dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :
   a. Observasi (pengamatan langsung)

      Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2014:203) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

   b. Wawancara *(interview)*

      Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak–pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab secara *face to face* kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data–data mengenai lingkungan bisnis dan strategi operasi bisnis terhadap kinerja perusahaan pada Industri Kerajinan di kota Bandung.

Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Orientasi Pasar (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2) dan Keunggulan Bersaing (Y), karena data ini bersifat ordinal maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden. Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.3

Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Cukup Setuju (CS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2007 : 108)

2. Data sekunder ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

   a. Dokumentasi

      Dokumentasi adalah cara yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

   b. Studi Literatur

      Studi literatur adalah mengumpulkan data-data yang ada pada setiap variabel yang akan diteliti. Termasuk didalamnya mengumpulkan jurnal dan berbagai teori dari berbagai ahli dalam bidangnya serta penelitian terdahulu sebagai pedoman yang akan dilakukan penelitian berikutnya yang sejenis atau serupa.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar 2007:89).

Menurut Arikunto (2013: 211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sedangkan menurut (Sugiono, 2013: 173) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Untuk mengukur validitas instrument menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dengan rumus:

$$r = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left(n\sum (X)^2 - (\sum X)^2\right)\left(n\sum (Y)^2 - (\sum Y)^2\right)}}$$

Keterangan :

r1 = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

∑X = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

∑Y = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

∑X2 = jumlah kuadrat masing-masing skor

X ∑Y2 = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = banyaknya responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut (Arikunto, 2009: 164) dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4
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 0,200 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sunber: Suharsimi Arikunto (2009:164)

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikansi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi person

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5 % satu sisi adalah :

1. Item instrument dikatakan valid jika t hitung lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ = 1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika t hitung lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ = 1,9744 maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

Berikut ini merupakan rangkuman hasil pengujian validitas yang disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	No.P	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Orientasi Pasar	1	0,734	0,300	Valid
	2	0,590	0,300	Valid
	3	0,761	0,300	Valid
	4	0,624	0,300	Valid
	5	0,701	0,300	Valid
Orientasi Kewirausahaan	6	0,827	0,300	Valid
	7	0,533	0,300	Valid
	8	0,429	0,300	Valid
	9	0,861	0,300	Valid
	10	0,837	0,300	Valid
Keunggulan Bersaing	11	0,415	0,300	Valid
	12	0,367	0,300	Valid
	13	0,450	0,300	Valid
	14	0,657	0,300	Valid
	15	0,817	0,300	Valid

Sumber: Olah data terlampir, 2017

Pada tabel 3.5 diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien validitas dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0,30. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk kedua variabel sudah valid dan layak dijadikan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:184) suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6. Reliabilitas juga mengukur sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran terhadap karakteristik tertentu. Berdasarkan definisi tersebut, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Borwn 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:

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II.

2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Γ1 = Realiabilitas internal seluruh item.

Γ*b* = Korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua.

Keputusan pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikasn 5% satu sisi adalah :

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% maka instrument dinyatakan reliable dan dapat digunakan.
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat digunakan.

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefesien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel).

Adapun hasil perhitungan reliabilitas menggunakan *SPSS 21 for windows* yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Split Half*	Titik Kritis	Kesimpulan
1	Orientasi Pasar	0,718	0,700	Reliabel
2	Orientasi Kewirausahaan	0,726		Reliabel
3	Keunggulan Bersaing	0,717		Reliabel

Sumber: Olah data terlampir, 2017

Pada tabel 3.6 di atas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner masing-masing variabel sebesar 0,718, 0,726 dan 0,717 (*Split Half*) dan lebih besar dari nilai kritis 0,700. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel sudah memberikan hasil yang konsisten.

3.2.4.3 Uji MSI (*Methode of Successive Interval*)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. 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 interval melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner.
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$Means\ of\ Interval = \frac{Density\ at\ Lower\ limit - Density\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Density\ Upper\ Limit - Area\ at\ Below\ LowerLimit}$$

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval
Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah
Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang deskriptif, digunakan dalam penelitian ini dengan maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum. Penilaian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju dalam bukunya komunikasi bisnis, yang menyatakan bahwa:"Untuk menentukan kategori tinggi, sedang, dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimal, dan intervalnya serta jarak intervalnya sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimal adalah skor maksimal dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antaranilai indeks maksimal dengan nilai indek minimum.

4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor minimum dalam persentase $= \frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor maksimum dalam persentase $= \frac{\text{skor maksimum}}{\text{skor minimum}} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

= 100% - 80%

= 20%

Panjang Interval dalam persentase $= \frac{\text{Interval}}{\text{Jenjang}}$

= 16%

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 3.7

Pengkategorian Skor Jawaban

No	Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
1	20% – < 36%	Sangat Tidak Baik, Sangat Rendah
2	36% – < 52%	Tidak Baik, Rendah
3	52% – < 68%	Cukup Baik, Cukup
4	68% – < 84%	Baik, Tinggi
5	84% – < 100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2014 : 133)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. 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 interval melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel peneliti menggunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

1. **Analisis Regresi dan Asumsi Klasik**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

X_1, X_2 = Variabel independen

A = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Orientasi Pasar (X_1) dan Orientasi Kewirausahaan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Keunggulan Bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = variabel dependen

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi dari variable X_1,

β_2 = Koefisien regresi dari variable X_2,

X_1 = variabel independen

X_2 = variabel independen

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

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:

a. 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 garfik. 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 :

1. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
2. Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas 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 :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. 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 multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003: 362), jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), 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).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Korelasi

a. Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X1 (Orientasi Pasar) dan X2 (Orientasi Kewirausahaan) dengan variabel Y (Keunggulan Bersaing) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$\mathbf{RX1X2Y} = \sqrt{\frac{\boldsymbol{b1}\sum \boldsymbol{x1y} + \boldsymbol{b2}\sum \boldsymbol{x2y}}{\sum \boldsymbol{y2}}}$$

Dimana:

RX1X2Y = Korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 dengan Y

X1 = Variabel X1 (Orientasi Pasar)

X2 = Variabel X2 (Orientasi Kewirausahaan)

Y = Variabel Y (Keunggulan Bersaing)

b1, b2 = Koefisien regresi masing-masing variable

b. Analisis Korelasi Parsial

Pengertian analisis korelasi menurut Jonathan Sarwono (2006:37) adalah: "Analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variable bebas dengan tergantung." Selain pengertian diatas analisis korelasi juga digunakan untuk mengetahui derajat korelasi antara kedua variabel, sehingga digunakan analisis korelasi *product moment* yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, analisis korelasi ini dapat pula dihitung dengan menggunakan program *SPSS for Windows* sehingga diperoleh rumus sebagai berikut:

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

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

r = koefisien korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

n = jumlah responden

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

Tabel 3.8

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak 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, 2003 : 157

3. **Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap. Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (r2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang

dilakukan, yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Orientasi Pasar) dan variabel X2 (Orientasi Kewirausahaan) terhadap variabel Y (Keunggulan Bersaing) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi
r = Koefisien korelasi Product Moment

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Orientasi Pasar) dan variabel X2 (Orientasi Kewirausahaan) terhadap variabel Y (Keunggulan Bersaing) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)
Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

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

Menurut Sugiyono (2014 : 221) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar Pengaruh Orientasi Pasar (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) tehadap Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Batik Paoman Indramayu. 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:

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

H01 : $\beta 1 = 0$, Orientasi Pasar tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

H11 : $\beta 1 \neq 0$, Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

H02 : $\beta 2 = 0$, Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

H12 : $\beta 2 \neq 0$, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

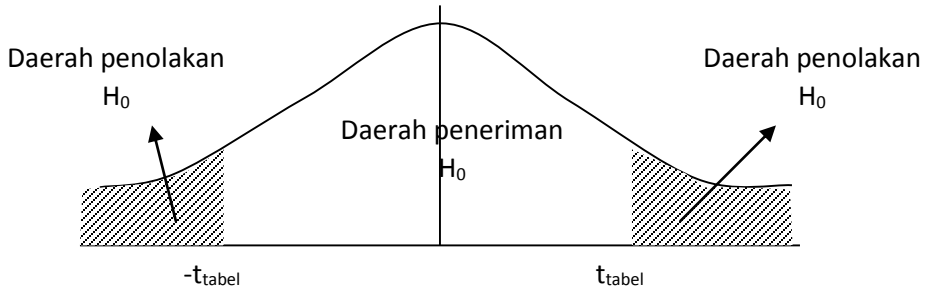
c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Sumber: Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.1

Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dengan Uji T

2. Pengujian Secara Simultan

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

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$Fhitung = \frac{JK\text{regresi/k}}{JK\text{residu}/\{\text{n} - (\text{k} + 1)\}}$$

Dimana:

JKresidu = koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan

menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan F–test yang terdapat pada *analisis of variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan Microsoft. Jika nilai F hitung > F kritis maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keunggulan Bersaing) ditolak dan sebaliknnya.

b. Hipotesis

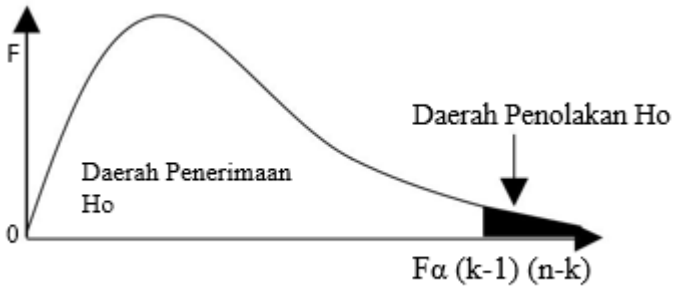
H0 : $\rho = 0$ berarti ditolak, secara simultan pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

H1 : $\rho \neq 0$; H1 diterima, berarti secara simultan pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel ($\alpha = 0{,}05$)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah pyxi tidak sama dengan 0 untuk mengetahui pyxi tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian parsial.



Sumber : Wirawan (2002)

Gambar 3.2

Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dengan Uji F