BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 OBJEK PENELITIAN

Penjelasan objek penelitian menurut Sugiyono (2010:41) yaitu: “Sebelum peneliti memilih variabel yang akan diteliti perlu melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan diteliti. Jangan sampai terjadi membuat rancangan penelitian dilakukan di belakang meja, dan tanpa mengetahui terlebih dahulu permasalahan yang ada di objek penelitian”.

Adapun pengertian objek penelitian menurut Umar Husein (2005:303) adalahsebagai berikut:

“Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu”.

Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UKM celana Jeans di Kabupaten Bandung.

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti .Adapaun 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 Pasar dan Orientasi Kewirausahaan.

2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung.

3.2 METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian menurut Sugiyono (2009:4) 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”.Sedangkan pengertian metode penelitian menurut Umi Narimawati, (2008:127) adalah cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. 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.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut“Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Menurut Moh. Nazir (2004:54) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Umi Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut : "Metode verifikatif yaitu 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". Metode verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistic yaitu Regresi Berganda.

Menurut Sugiyono (2010:8) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Metode deskriptif dengan verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan yaitu menguji besarnya orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dan terhadap keunggulan bersaing.

3.2.1 DESAIN PENELITIAN

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Desain penelitian menurut Narimawati Umi (2008) adalah sebagai berikut : "Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas".

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut : "Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data".

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

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

Proses penelitian meliputi :

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 proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Membuat identifikasi masalah berdasarkan latar belakang penelitian sehingga mendapatkan judul sesuai dengan masalah yang ditemukan.

2. Merumuskan Masalah

   Merumuskan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui pertanyaan, yang akan diuji dengan cara yang relevan dan penemuan yang relevan.

   3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk 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

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 pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung

5. Metode Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut 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

   Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari Orientasi Pasar (Variabel Independent "X1") dan Orientasi Kewirausahaan (Variabel Independent "X2") terhadap Keunggulan Bersaing (Variabel Dependent "Y") digunakan korelasi Analisis Regresi Berganda, dan untuk menguji Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing (Variabel Dependent "Y") yang dipengaruhi oleh Orientasi Pasar (Variabel Independet "X1") dan Orientasi Kewirausahaan (Variabel Independent "X2") digunakan koefisien determinasi.

7. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah 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.

Di bawah ini adalah desain penelitian "Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung".

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Pegawai UKM celana jeans	*Cross Sectional*
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Pegawai UKM celana jeans	*Cross Sectional*
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Pegawai UKM celana jeans	*Cross Sectional*
T – 4	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Pegawai UKM celana jeans	*Cross Sectional*
T – 5	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Pegawai UKM celana jeans	*Cross Sectional*
T – 6	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Pegawai UKM celana jeans	*Cross Sectional*

Keterangan :

T1 = Orientasi Pasar pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung

T2 = Orientasi Kewirausahaan pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung

T3 = Keunggulan Bersaing pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung

T4 = Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing padaUKM celana jeans di Kabupaten Bandung secara Parsial

T5 = Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keuanggulan Bersaing pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung secara Parsial

T6 = Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung

3.2.2 OPERASIONALISASI VARIABEL

Operasional variabel merupakan proses penguraian variabel penelitian ke dalam subvariabel, dimensi, indikator subvariabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan análisis faktor.

Menurut Sugiyono (2010:38) menyatakan pengertian variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Menurut Umi Narimawati (2007:29) menjelaskan bahwa ”untuk memperoleh data dalam suatu penelitian, maka hendaklah dilakukan penjabaran sejumlah variabel lengkap lainnya dan pengukurannya”.

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan konsep, indikator, ukuran serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga penguji hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar, maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1) Variabel Bebas atau Variabel Independent (X_1, X_2)

   Variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negative (Ferdinand, 2006). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah orientasi Pasar yang dilambangkan dengan X_1 dan Orientasi Pasar yang dilambangkan dengan X_2.

2) Variabel Terikat atau Variabel Dependen (Y)

   Menurut Umi Narimawati (2007:55) menjelaskan bahwa ”variabel terikat adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas atau variabel yang variabelnya diamati atau diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas”.Variabel terikat atau dependent variabel (Variabel Y) pada penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing yang dilambangkan dengan Y.

Untuk memperlancar dalam pengumpulan data dan pengukurannya, maka masing-masing variabel dan subvariabel dalam penelitian ini akan didefinisikan secara rinci untuk dijabarkan ke dalam masing-masing indicator serta skala pengukurannya.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Pasar (X2)	Orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku – perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan superior value bagi pembeli dan menghasilkan superior performance bagi perusahaan. Naver dan Slater (2008)	1. Orientasi Pelanggan	• Tingkat kesesuaian design produk dengan trend • Seberapa banyak keluhan dari konsumen • Tingkat partisipasi konsumen melalui kritik dan saran yang diberikan	Ordinal
		2. Orientasi Pesaing	• Memonitor tindakan pesaing • Tanggapan/respon terhadap perubahan yang dilakukan pesaing	
		3. Orientasi Pemasaran	• Tingkat frekuensi melakukan promosi • Tingkat keberagaman segmentasi konsumen • Tingkat kesesuaian segmentasi konsumen	
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.	1. Keinovativan	• Tingkat kemampuan menghasilkan desain produk baru • Tingkat kemampuan mengeksplorasi produk yang sudah ada	

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
	Covin dan Slevin (2008:98)	2. Pengambilan resiko 3. Keproaktivan	• Tingkat *volume* stock bahan baku • Tingkat kepuasan konsumen • Tingkat keaktifanukm dalam mencari konsumen • Tingkat keaktifan ukm dalam mempromosikan produk	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Y)	Competitive advantage is a benefit that exists when a firm has a product or service that is seen by its target market as better than those of competitors Longnecker, Moore, dan Petty (2003:30)	1. Kualitas produk 2. Harga	• Tingkat ketahanan produk • Tingkat kesuaian penetapan harga	Ordinal

3.2.3 SUMBER DAN TEKNIK PENENTUAN DATA

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

Menurut Husein Umar (2008:41) pengertian dari data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram.

Sedangkan menurut Umi Narimawati (2008:12) pengertian data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber yang biasanya melalui pertanyaan tulisan atau lisan dan data sekunder adalah data yang

diperoleh bukan dari sumber pertama yang digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti.

Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data sekunder, karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah lebih lanjut dan data yang disajikan oleh pihak lain.

3.2.4 TEKNIK PENENTUAN DATA (PENENTUAN SAMPEL MINIMAL)

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

1. Populasi

   Menurut Sugiyono (2009:115) populasi didefinisikan sebagai berikut:

   "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". 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.

   Maka dengan jumlah ukuran populasi UKM jeans di Kabupaten Bandung adalah 57 karyawan.

2. Sampel

   Pengertian sampel menurut Umi Narimawati (2007:73) adalah bagian dari populasi yang menjadi unit pengamatan sebuah penelitian.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dari populasi tersebut, dipilih sampel dengan menggunakan Teknik Sampling.

3. Teknik Sampling

   Menurut Sugiyono (2010:118) menjelaskan bahwa "Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel". Untuk menentukan sampel yang akan diteliti terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan.

   Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah Teknik Sampling jenuh, karena kurang dari 100 orang maka Teknik Sampling yang diambil adalah semua karyawan UKM celana jeans sebanyak 57 karyawan. Teknik ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2001:61) Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus, maka jenis penelitian ini disebut sensus.

Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa sampling jenuh atau sensus teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi. Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel, sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus yaitu seluruh karyawan di UKM celana jeans sebanyak 56 karyawan.

3.2.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA (OBSERVASI, KUISIONER, WAWANCARA, DOKUMENTASI)

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 primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

(1) Studi Kepustakaan (*Library Research*) 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, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3

Skala Likert

Jawaban	**Bobot Nilai**	
	Positif	**Negatif**
a. Sangat Setuju (SS)	5	1
b. Setuju (S)	4	2
c. Ragu (R)	3	3
d. Tidak Setuju (TS)	2	4
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Sugiyono 2007, 108

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus di-lakukan tahapan analisis dan pengajuan hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.5.1 UJI VALIDITAS

1. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data, menurut (Sugiyono 2009:121) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut :

“Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur”.

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuisioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel 3.4

Standar Penilaian untuk Validitas

Category	**Validity**
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Sumber: Barker et al, 2002:70

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 dari setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30.

Rumus yang digunakan untuk meguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_1= koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum$ X = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

$\sum$ Y = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

$\sum \mathrm{X}^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum \mathrm{Y}^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = banyaknya responden

Dalam mengadakan interprestasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharmi Arikunto (2009:164) dapat dilihatsebagaiberikut:

Tabel 3.5

Taksiran Korelasi 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

Sumber: Guilford, 1956 dalam Umi Narimawati, 2016.

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

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

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi Pearson

3.2.5.2 UJI RELIABILITAS

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabilitas adalah :

" Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu"

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 *Spit Half Method* (*Spearman-Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek kemudian hasil tes 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 :

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

Sumber : Umi Narimawati (2010:44)

Keterangan :

$\Gamma 1$ = reliabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi product moment antara belahan dan belahan kedua

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

1. Jika t_{hitung} lebih dari satu 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.

Tabel 3.6

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0.50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber : Barker et al, 2002:70

Selain valid, alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulangkali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas.

3.2.5.3 UJI MSI (DATA ORDINAL KE INTERVAL)

Data yang diperoleh sebagai hasil penyebaran dari kuisioner bersifat ordinal, maka agar analisis dapat dilanjutkan maka skala pengukurannya harus dinaikkan ke skala pengukuran yang lebih tinggi, yaitu skala pengukuran interval agar dapat diolah lebih lanjut. Untuk itu maka digunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) dari Thurstone dalam Harun Al Rasyid (1996:33), yang pada

dasarnya adalah suatu prosedur untuk menempatkan setiap objek ke dalam interval.

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
3. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus Method of Succesive Interval.

$$\text{Means of interval} = \frac{Density\ at\ Lower\ Limit - Density\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Density\ Upper\ Limit - Area\ at\ Below\ Lower\ Limit}$$

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 di bawah batas atas

Area Under Lower Limit : daerah di bawah batas bawah

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

3.2.6 RANCANGAN ANALISIS DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

3.2.6.1 RANCANGAN ANALISIS

Menurut Umi Narimawati (2010:41), rancangan analisis dapat didefinisikan 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 kategori, 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".

3.2.6.2 ANALISIS DESKRIPTIF / KUALITATIF

Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Langkah – langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasi dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden.

c. Dihitung skor setiap variabel / subvariabel = rata – rata dari total skor.

d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakam statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.

e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing – masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\%\ skor\ aktual = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal}\ x\ 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

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

Menurut Umi Narimawati (2007:85), selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan sebagai berikut:

Tabel 3.7

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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, 2007:85

3.2.6.3 ANALISIS VERIFIKATIF (KUANTITATIF)

Menurut Sugiyono (2012:8) analisis kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi

atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Method of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan salah satunya adalah:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan peneliti dengan maksud untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Persamaan yang menyatakan bentuk hubungan antara *variable independent* (X) dan *variable dependent* (Y) disebut dengan persamaan regresi.Menurut Jonathan Sarwono (2006:66) pengertian regresi linear sederhana adalah :"regresi linier sedarhana mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier yang melibatkan satu variabel bebas untuk digunakan sebagai alat prediksi besarnya nilai variabel tergantung." Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a+bX$$

Y = Keunggulan Bersaing

a = jumlah Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X= Orientasi Pasar

Adapun formulasi yang digunakan untuk mencari nilai a dan b masing-masingsebagai berikut:

$$\mathbf{a} = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_I{}^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n\sum X_i{}^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$\mathbf{b} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n\sum X_i{}^2 - (\sum X_i)^2}$$

Dimana:

a = Koefisien *Intercept*

b = Koefisien Regresi

2. Analisis Regresi Berganda

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.Menurut Wahid Sulaiman (2004:80), pengertian regresi linear berganda adalah :

"Jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, hubungan kedua variabel disebut analisis regresi berganda (*multiple regression*)".

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 (X_1) dan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

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

Dimana :

Y = Keunggulan Bersaing

X_1 = Orientasi Pasar

X_2 = Orientasi Kewirausahaan

a = Konstanta Intersep

β_1 = Koefisien Regresi Variabel

β2 = Koefisien Regresi Variabel

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

1. Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil lebih akurat pada analisis berganda maka dilakukan pengujian asumi 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 mengumumkan 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 :

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

b) Uji Multikolinieritas

Menuruh Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempuran 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 Ervan Agus Purmanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 20011:198). Jiaka terdapat kolerasi yang kuat diantara sesame 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 sesame variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefesien regresi semakin besra, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoloniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika nilai *VIF* nya kurang dari 10, maka dalam data tersebut tidak terdapat Multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efesien dan hasil 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 mengkolerasikan masing-masing variabel bebas tehadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpilan terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

d) 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 tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik DurbinWatson (D-W). Kriteria uji: bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson :

a. Jika D-W < d_L atau D-W > 4 - d_L, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
b. Jika d_U < D-W < 4 - d_U, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.
c. Tidak ada kesimpulan jika $d_L \leq$ D-W $\leq d_U$ atau 4 - $d_U \leq$ D-W $\leq$ 4- d_L. Apabila hasil uji Durbin-Watson tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test*.

2. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawat, 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 :

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

Dimana : - 1 ≤ *r* ≤ + 1

r = Koefisien Korelasi

x = Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

y = Keunggulan Bersaing

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 (hamper tidah 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

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R2 = SS

reg/Sstot.

$$Kd = r^2 \; x \; 100$$

Sumber : Jonathan Sarwono (2006:42)

Dimana :

d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.2.6.4 Pengajuan Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM jeans di Kabupaten Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistic 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 :

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

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

a. Hipotesis

$H0_1\beta=0$, Tidak terdapat pengaruh Orientasi Pasar (X_1) terhadap

Keunggulan Bersaing (Y).

$H1_1$. β≠0, Terdapat pengaruh Orientasi Pasar (X_1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

$H0_2$ β=0, Tidak terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

$H1_2$.β ≠0, Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

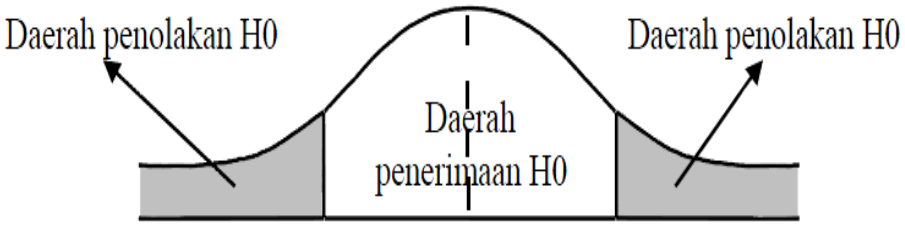
b. Kriteria Pengujian

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

Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria pencerminan 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 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Table of Contents

BAB III Objek Dan Metode Penelitian 28

3.1 Objek Penelitian 28

3.2 Metode Penelitian 29

3.2.1 Desain Penelitian 31

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 35

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data 38

3.2.4 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal) 39

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data (Observasi, Kuisioner, Wawancara, Dokumentasi) 41

3.2.5.1 Uji Validitas 42

3.2.5.2 Uji Reliabilitas 45

3.2.5.3 Uji Msi (Data Ordinal Ke Interval) 47

3.2.6 Rancangan Analisis Dan Pengujian Hipotesis 49

3.2.6.1 Rancangan Analisis 49

3.2.6.2 Analisis Deskriptif / Kualitatif 49

3.2.6.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) 50

3.2.6.4 Pengajuan Hipotesis 59