# BAB III

# OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

## 3.1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:38) pengertian objek penelitian adalah "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Pendapat lain, menurut Made (2006:39), "Objek penelitian (variable penelitian) adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai".

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

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X1 dan X2), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Kinerja Bisnis pada Pengusaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu di Kota Bandung.

Adapun objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini mengenai **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Pengusaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu Di Kota Bandung".**

Peneliti melakukan penelitian di Sentra Tahu Cibuntu di Kota Bandung di jln. Babakan Ciparay, Kecamatan Bandung Kulon, Bandung, dengan memilih responden penelitian adalah pelaku usaha di Sentra Tahu Cibuntu.

## 3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Menurut Sugiyono (2012:2) metode penelitian adalah:

"Metode penelitian 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".

Berdasarkan penjelasan diatas, metode penelitian adalah suatu cara untuk mencari, mendapatkan, 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 dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang siginifikan antara variabel yang diteliti sehingga

kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2012:7) adalah sebagai berikut:

"Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain".

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) adalah sebagai berikut :

"Metode verivikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Metode ini dimaksudkan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik yaitu pengujian pengaruh dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yang diteliti.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survei.*

*Explanatory Survei* adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis, survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

### 3.2.1. Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian, perlu dibuat desain penelitian yang bertujuan agar data dan informasi yang diperoleh lengkap dan akurat. Selain itu

dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Adapun pengertian desain penelitian menurut Moh. Nazir (2011:84) adalah sebagai berikut:

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

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 usaha Sentra Tahu Cibuntu di Kota Bandung.

2. Merumuskan Masalah yang terjadi pada usaha Sentra Tahu Cibuntu di Kota Bandung 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 Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis.
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 survei 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 Kompetensi Wirausaha (Variabel Independen“X1”) dan Orientasi Pasar (Variabel Independen “X2”) terhadap Kinerja Bisnis (Variabel dependen“Y”) digunakan korelasi Analisis Regresi Berganda, dan untuk menguji pengaruh dari Kompetensi Wirausaha (Variabel Independen“X1”) dan Orientasi Pasar (Variabel Independen “X2”) terhadap Kinerja Bisnis (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 *Survei* | Pelaku Usaha Sentra Tahu Cibuntu di Kota Bandung | Cross Sectional |
| T – 2 | *Descriptive* | *Descriptive* dan *Survei* | Pelaku Usaha Sentra Tahu Cibuntu di Kota Bandung | Cross Sectional |
| T – 3 | *Descriptive* | *Descriptive* dan *Survei* | Pelaku Usaha Sentra Tahu Cibuntu di Kota Bandung | Cross Sectional |
| T – 4 | *Descriptive* & *Verifikatif* | *Descriptive* dan *Explanatory Survei* | Pelaku Usaha Sentra Tahu Cibuntu di Kota Bandung | Cross Sectional |

Keterangan :

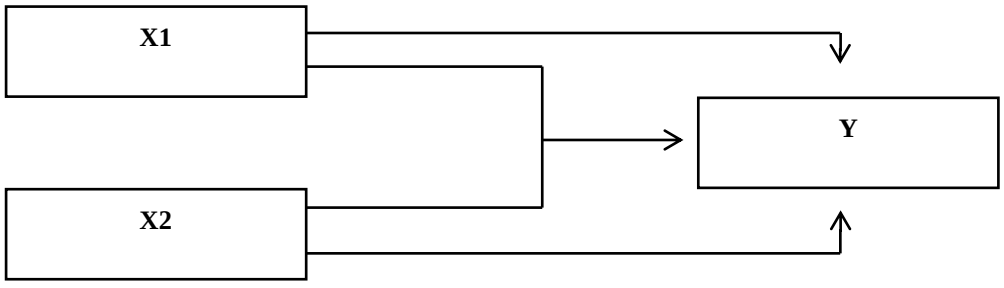
T1 =Kompetensi Wirausaha pada Pengusaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu Di Kota Bandung.

T2 = Orientasi Pasar pada Pengusaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu Di Kota Bandung.

T3 = Kinerja Bisnis pada Pengusaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu Di Kota Bandung.

T4 = Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis pada Pengusaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu di Kota Bandung.

Desain Penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :




**Gambar 3.1**
**Desain Penelitian**

### 3.2.2. Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstrak atau variabel tersebut. (Moh**.** Nazir; 2003:126).

Menurut **Sugiyono** (2009) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun kedua definisi dari variabel tersebut yaitu :

1. Variabel Independen

   Menurut Ferdinand (2006) variabel independen atau variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi variabel dependen baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif.Dalam penelitian ini variabel independennya adalah :

   X1 : Kompetensi Wirausaha

   X2 : Orientasi Pasar

2. Variabel Dependen

   Menurut Ferdinand (2006) variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Variabel dependen dilambangkan dengan ( Y ). Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Kinerja Bisnis.

**Tabel 3.2**
**Operasional Variabel**

| Variabel | Konsep variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|---|---|---|---|---|
| **Kompetensi Kewirausahaan (Variabel X1)** | Kompetensi diartikan sebagai karakteristik dasar personal yang menjadi faktor penentu sukses atau tidaknya seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan atau pada situasi tertentu. Moeheriono (2009:4) | 1. *Self Knowledge*<br>- Pengembangan usaha<br>2. *Practical Knowledge*<br>- Proses usaha<br>3. *Communication Skill*<br>- Kemampuan berkomunikasi<br>**Yuyun Wirasamita dalam Ishak Hasan (2011:42)** | - Tingkat kemampuan pengusaha mengambangkan usaha<br>- Tingkat kemampuan pengusaha melakukan pembukuan pada usaha secara terstruktur<br>- Tingkat kemampuan berkomunikasi secara baik dengan semua orang | Ordinal |
| **Orientasi Pasar (Variabel X2)** | Orientasi pasar *(Market Orientation=MO)* merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Fandy Dkk. (2008:85) | 1. Intelejensi pasar/Informasi pemasaran.<br>- Mencari informasi<br>- Informasi pasar yang luas<br>- Pendistribusian produk<br>2. Pendistribusian/Penyebaran Informasi<br>- Karyawan<br>3. Kemampuan Merespon<br>- Pesanan<br>**Ali Hasan (2008:17)** | - Tingkat Kemampuan memprediksi kenaikan harga bahan baku<br>- Tingkat kemampuan jangkauan pasar usaha<br>- Tingkat kemampuan melakukan perubah berkala pada perusahaan<br>- Tingkat kemapuan karyawan dalam mendistribusikan produk<br>- Tingkat kemampuan memenuhi request pesanan pelanggan | Ordinal |

| Variabel | Konsep variabel | Indikator | Urutan | Skala |
|---|---|---|---|---|
| **Kinerja Bisnis (Variabel Y)** | 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 | 1. Perubahan Volume Penjualan<br>- Volume penjualan<br>2. Kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan<br>- Kepuasan atas produk<br>3. Pangsa Pasar<br>- Keluasan pangsa pasar<br>4. Keuntungan<br>- Keuntungan<br>**Wayan Gede Suparta (2009:77)** | - Tingkat produksi disesuaikan dengan volume penjualan<br>- Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang di produksi<br>- Tingkat menguasai pangsa pasar<br>- Tingkat keuntungan yang diterima meningkat | Ordinal |

### 3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

#### 3.2.3.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2009:137) dalam Umi Narimawati**,** Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:37) data primer sebagai berikut:

"Sumber Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Data primer diperoleh dengan cara:

1. Kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden
2. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap obyek yang diteliti guna melengkapi data yang diperlukan.
3. Wawancara, yaitu mengadakan wawancara dengan pimpinan dan pegawai untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan dalam.

Sedangkan Data sekunder menurut Sugiyono (2009:137) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:37) adalah: “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Yaitu dengan dokumentasi, literatur, situs internet, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

**3.2.3.2. Teknik Penentuan Data**

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 Pelaku Usaha Sentra Tahu Cibuntu adalah 152 orang.

2. Sampel

   Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan objek dalam melakukan penelitian dan pengujian data.

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah mengacu pada sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus menurut Sugiyono (2008:122), adalah :

> "Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel".

Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi. Sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus yaitu seluruh pelaku usaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu di Kota Bandung sebanyak 60 pelaku usaha.

### 3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berasal dari sumber-sumber sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan ( *Field Research* )

   Penulisan melakukan penelitian dengan metode lapangan yaitu penulisan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan sebagai bahan bukti di tempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan cara sebagai berikut :

   a. Obvervasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.

c. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Kuisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya dihitung secara statistik. Kuisioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada respoden yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai Kompetensi Wirausaha (X1), Orientasi Pasar (X2) dan Kinerja Bisnis (Y). Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Kompetensi Wirausaha (X1), Orientasi Pasar (X2) dan Kinerja Bisnis (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 table 3.3 dibawah ini:

**Tabel 3.3**
**Skala Likert**

| Alternatif Jawaban | Positif |
|---|---|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Sugiyono 2007, 108

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

   Penelitian ini dilakukan untuk pengambilan data yang bersifat teori yang kemudian digunakan sebagai literatur penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dari buku-buku sumber yang dapat dijadikan acuan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

**3.2.4.1 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".

Lebih lanjut uji validitas menurut Cooperdalam Umi Narimawati (2010:42), validitas adalah :

> *"Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure".*

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) 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. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Kompetensi Wirausaha ($X_1$), Orientasi Pasar ($X_2$) dan Kinerja Bisnis.

**Tabel 3.4**
**Standar Penilaian untuk Validitas**

| Kriteria | 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 setiap butir pernyataan dengan total butir pernyatan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30.Berdasarkan hasil pengolahan menggunakanrumus korelasi *pearson product moment* (r).

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment.* Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows* dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antar variabel dengan rumus sebagai berikut :

$$rx = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)-(\sum y)}{N}}{\sqrt{[n\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}}}$$

(Sumber: Umi Narimawati 2010: 42)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson*

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

**Tabel 3.5.**
**Hasil Uji Validitas**

| Variabel | No Item | Koefisien Validitas | Titik Kritis | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| Kompetensi Wirausaha ($X_1$) | 1 | 0.799 | 0.300 | Valid |
| | 2 | 0.774 | 0.300 | Valid |
| | 3 | 0.705 | 0.300 | Valid |
| Orientasi Pasar ($X_2$) | 1 | 0.746 | 0.300 | Valid |
| | 2 | 0.753 | 0.300 | Valid |
| | 3 | 0.813 | 0.300 | Valid |
| | 4 | 0.843 | 0.300 | Valid |
| | 5 | 0.826 | 0.300 | Valid |
| Kinerja Bisnis (Y) | 1 | 0.754 | 0.300 | Valid |
| | 2 | 0.787 | 0.300 | Valid |
| | 3 | 0.781 | 0.300 | Valid |
| | 4 | 0.679 | 0.300 | Valid |

**(Sumber: Hasil pengolahan data : 2017)**

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Kompetensi Wirausaha, Orientasi Pasar dan Kinerja Bisnis. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari 0.300 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

### 3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabiltas adalah :

"Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu".

Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

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

2 Ґb

Umi Narimawati (2010:44)

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

$$r1 = \frac{2rb}{1+rb}$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:44)

Dimana:

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

**Tabel 3.6**
**Standar Penilaian Untuk Reliabilitas**

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

Sumber *:* Barker *et al*, 2002:70

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

Berdasarkan hasil data kuesioner yang diolah dengan SPSS 17.0 maka dapat diperoleh pengujian reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 3.7**
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Kesimpulan |
|---|---|---|---|
| Kompetensi Wirausaha ($X_1$) | 0.731 | 0.70 | Reliabel |
| Orientasi Pasar ($X_2$) | 0.855 | 0.70 | Reliabel |
| Kinerja Bisnis (Y) | 0.742 | 0.70 | Reliabel |

**(Sumber: Hasil pengolahan data : 2017)**

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dengan dari $r_{tabel}$ yaitu 0,70, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji validdan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

### 3.2.4.3.Uji MSI (Data Ordinal ke 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 n ilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. 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*

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

      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 Penguji Hipotesis

#### 3.2.5.1. Rancangan Analisis

##### 3.2.5.1.1. Analisis Data 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 3.8**
**Pengkategorian Skor Jawaban**

| Interval Tingkat Intesitas | Kriteria |
|---|---|
| 20% - < 36% | Sangat Tidak Baik , Sangat Rendah |
| 36% - < 52% | Tidak Baik , Rendah |
| 52% - < 68% | Cukup Baik , Cukup |
| 68% - < 84% | Baik , Tinggi |
| 84% - < 100% | Sangat Baik , Sangat Tinggi |

(Sumber : Umi Naramawati, 2007:85).

### 3.2.5.1.2. Analisis Data 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 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 :

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

Dimana :

Y = Variabel dependen

= Variabel Independe

A = Konstanta

= 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 = Kinerja Bisnis

$X_1$ = Kompetensi Wirausaha

$X_2$ = Orientasi Pasar

*a* = Konstanta Intersep

$\beta_1$ = Koefisien Regresi Variabel

β2 = Koefisien Regresi Variabel

$\varepsilon$ = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

**2. 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 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).

**3. 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 = Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar

y = Kinerja Bisnis

n = Jumlah Responden

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

**Tabel 3.9**
**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)

**4. 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

**3.2.5.2. Pengujian Hipotesis**

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya hubungan signifikan dari pengaruh Kompetensi Wirausaha (X1) dan Orientasi Pasar (X2) terhadap Kinerja Bisnis (Y) pada Pengusaha Sentra Usaha Tahu Cibuntu di Kota Bandung dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan análisis regresi dan korelasi. Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. **Pengujian secara simultan/Total**

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

   a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

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

   Dimana :

   *JK*residu = 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 ( Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar ) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ( Kinerja Bisnis ) ditolak dan sebaliknnya. Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

a. Hipotesis

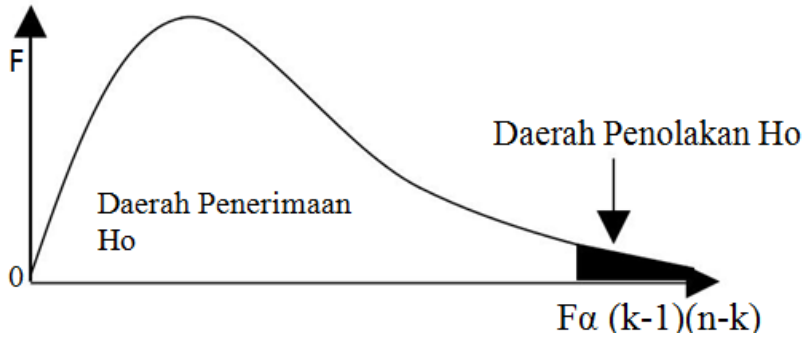
   H0 ; β=0, Tidak terdapat pengaruh variabel $X_1$ ( Kompetensi Wirausaha )

dan variabel $X_2$ ( Orientasi Pasar ) terhadap variabel Y ( Kinerja Bisnis ).

H1 ; β≠0, Terdapat pengaruh variabel $X_1$ (Kompetensi Wirausaha) dan variabel $X_2$ ( Orientasi Pasar ) terhadap variabel Y ( Kinerja Bisnis ).

b. Kriteria Pengujian

H0 ditolak apabila $F_{hitung}$ > dari $F_{tabel}$ (α = 0,05).




**Gambar 3.2**
**Daerah Penetapan Hipotesis**

**2. 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.

b. Hipotesis

$H_{01}$β=0, Tidak terdapat pengaruh Kompetensi Wirausaha ($X_1$) terhadap Kinerja Bisnis (Y).

$H_{11}$β≠0, Terdapat pengaruh Kompetensi Wirausaha ($X_1$) terhadap

Kinerja Bisnis (Y).

$H_{02}\beta=0$, Tidak terdapat pengaruh Orientasi Pasar ($X_2$) terhadap Kinerja Bisnis (Y).

$H_{22}\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Orientasi Pasar ($X_2$) terhadap Kinerja Bisnis (Y).

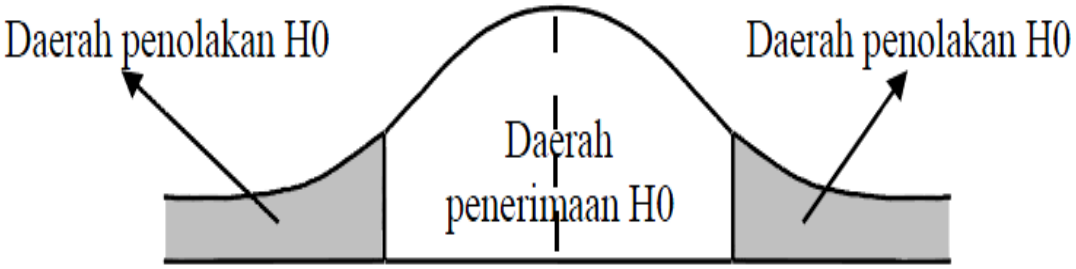
c. Kriteria Pengujian

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

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) 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 3.3**
**Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis**