BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1.OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Adapun pengertian objek penelitian menurut **Sugiyono (2012:13)** adalah sebagai berikut:

"Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)".

Objek dalam Penelitian ini adalah Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi. Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut adalah :

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variable yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing

3.2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Menurut **Sugiyono (2014:2)** 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 (2014:53)** 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."

Metode verifikatif menurut **Sugiyono (2012:8)** adalah sebagai berikut :

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

Tujuan dari metode verifikatif yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, Penelitian yang digunakan untuk menguji variabel X1 dan X2 pengaruhnya terhadap Y yang akan diteliti.

Sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun obyek yang di uji dalam penelitian ini adalah **“**Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi”.

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 Survey.*

Explanatory Survey 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

Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang digunakan sebagaipedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian.

Adapun pengertian desain penelitian menurut **Moh. Nazir (2011:84)** adalah sebagai berikut: “Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”.

Penjelasan proses penelitian menurut **Sugiyono (2009:13)** dapat disimpulkan 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.

proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain padapenelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survei awal pada perusahaan, yang menjadi sumber masalah adalah Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

2. Perumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah atau pertanyaan penelitian akan mempengaruhi pelaksanaan tahap selanjutnya didalam tahap penelitian. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara menguji hipotesis.

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 berpikir.Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab masalah 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 pelaku usaha olahan susu dikawasan Sentra Susu Cipageran Cimahi berperan dalam Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

5. Metode penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian 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

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian.Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument pada penelitian ini berbentuk kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulandata, maka instrumen penelitian harus terlebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk

mengukur kemampuan sebuah alat ukur dan reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut dapat dipercaya. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan (variabel X1) dan Inovasi Produk (variabel X2) dengan Keunggulan Bersaing Sentra Susu Cipageran Cimahi (variabel Y) digunakan korelasi pearson, dan untuk menguji peran Kompetensi Kewirausahaan (variabel X1) dan Inovasi Produk (variabel X2) dengan Keunggulan Bersaing Sentra Susu Cipageran Cimahi (variabel Y) 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.

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*	Pelaku Usaha Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi	*Cross Selectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Pelaku Usaha Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi	*Cross Selectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Pelaku Usaha Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi	*Cross Selectional*
T-4,5,6	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan Explanatory Survey*	Pelaku Usaha Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi	*Cross Selectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Sebelum mengadakan penilaian dalam penelitian, penulis harus menentukan operasionalisasi variabel, hal ini agar dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Menurut **Sugiyono (2010:58)** mengemukakan bahwa variabel adalah "Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti yang dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis variabel, konsep variabel, indikator variabel, ukuran serta skala dari variabel- variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh Kompetensi Kewiraushaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAAN	SKALA
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	kompetensi kewirausahaan diartikan sebagai pengetahuan, keterampiallan, dan berpengaruh pada kinerja. Kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang ingin dicapai. Wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi, yaitu seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individu yang meliputi sikap, nilai, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan. **Prima Fitri dan Amanda Febria Sari (2012:280)**	Kemampuan Memahami Lingkungan Bisnis	Tingkat pengetahuan tentang usaha yang dijalankan	ORDINAL
			Tingkat kemampuan mengatasi pesaing	
		Orientasi Ke Masa Depan dan Fleksibilitas	Tingkat kemampuan mengembangkan usaha	
			Tingkat kemampuam membuat cabang usaha	
		Kemampuan Berhubungan Dengan Pelanggan **Dewi Riyanti (2003) dalam Ishak Hasan (2011:42**)	Tingkat kemampuan bersosialisasi dengan konsumen	
			Tingkat kemampuan melayani konsumen	
	Inovasi Produk sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam	Perluasan	Tingkat kemampuan dalam memasarkan produk	

Inovasi Produk (X2)	lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru gagasan-gagasarn baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan. **Hurley and Hult (1998) dalam Aang Curatman (2016:64)**	Produk	Tingkat kemampuan dalam memperluas produk	ORDINAL
		Peniruan Produk	Tingkat diferensiasi produk	
			Tingkat keingintahuan perbedaan produk di pasaran	
		Produk Baru **Wahyono (2002:30)** dalam **Adijati Utaminingsih (2016:81**)	Tingkat kemampuan dalam menciptakan broduk baru	
	keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Dewasa ini pentingnya keunggulan bersaing tidak mungkin diabaikan lagi. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan	Harga Bersaing	Tingkat harga jual produk	
			Tingkat pembandingan harga dengan pesaing	

Keunggulan Bersaing (Y)	perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan. **Porter (1993:110)** dalam **Marchelina Malumbot dan Sem G. Oroh (2015:159)**	Eksplorasi Peluang	Tingkat kemampuan mengidentifikasi peluang dengan cara baru	ORDINAL
		Pertahanan Ancaman Bersaing	Tingkat kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing.	
		Fleksibilitas **Siti Hajar** dan **Iputu Gede (2016:6591)**	Tingkat kemampuan untuk menanggapi perubahan lingkungan.	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penetuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1 Sumber Data (Data Primer Sekunder)

1. Data Primer

   Menurut **Sugiyono (2010:137)** mendefinisikan tentang sumber primer sebagai berikut: "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Data primer diperoleh dengan cara:

   - Kuesioner atau angket yang diberikan kepada para pelaku usaha pada Sentra Susu Cipageran Cimahi
   - Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap obyek yang diteliti guna melengkapi data yang diperlukan.
   - Wawancara, yaitu mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah para pelaku usaha pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

2. Data Sekunder

   Menurut **Sugiyono (2010:137)** mendefinisikan tentang sumber sekunder sebagai berikut: "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

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

1. **Populasi**

   Untuk keperluan diperlukan sejumlah orang dalam suatu wilayah yang diteliti (populasi) untuk diberikan kuesioner berisi sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan yang berisikan indikator dari variabel yang diteliti.

   Menurut **Sugiyono (2014:389)** "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan 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.

   Populasi yang diambil oleh peneliti kali ini adalah pada Sentra Susu Cipageran Cimahi. Pemilihan jumlah populasi ini diambil dari semua pelaku usaha yang ada di sentra susu cipageran cimahi sebanyak 30 pelaku usaha untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

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 sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus.

Menurut **Sugiyono (2014:122)** sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 pelaku usaha, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi di jadikan sampel.

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 Pelaku Usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi Sebanyak 30 pelaku usaha.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian adalah :

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

   Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap obyek yang diteliti, pada pelaku usaha di sentra Susu

Cipageran Cimahi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

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

   Observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung tentang hal-hal yang berhubungan dengan variabel penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Pada kesempatan kali ini yang menjadi obyek observasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha yang ada di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

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 pelaku usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi sebanyak 30 responden.

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 Kewirausahaan (X1), Inovasi Produk (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

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

Sumber : Sugiyono (2009:94)

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

   Yaitu teknik yang digunakan dengan cara mengumpulkan, mempelajari data-data dan informasi yang didapat dari buku-buku, dokumen perusahaan dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut akan semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pernyataan mana yang valid dan mana yang tidak valid dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat r kritis.

Menurut **Masrun** dalam **Sugiyono (2009:134)** :"Item yang mempunyai korelasi yang positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r=0,300

Menurut **Cooper (2006)** yang dikutip oleh **Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:42)** mengemukakan:

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

Berdasarkan definisi diatas, validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total.

Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left[\sum x^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}\right]\left[\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}\right]}}$$

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

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

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

n = banyaknya responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

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 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:164)

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

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

Dimana:

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

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 $t_{0,05(165)}$=1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05(165)}$=1,9744 maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	No.P	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Kompetensi Kewirausahaan	1	0,636	0,300	Valid
	2	0,847	0,300	Valid
	3	0,572	0,300	Valid
	4	0,625	0,300	Valid
	5	0,671	0,300	Valid
Inovasi Produk	6	0,619	0,300	Valid
	7	0,543	0,300	Valid
	8	0,711	0,300	Valid
	9	0,788	0,300	Valid
	10	0,722	0,300	Valid
Keunggulan Bersaing	11	0,482	0,300	Valid
	12	0,874	0,300	Valid
	13	0,852	0,300	Valid
	14	0,613	0,300	Valid
	15	0,571	0,300	Valid
	16	0,439	0,300	Valid

Sumber: Olah data terlampir, 2017

Pada tabel 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 **Cooper (2006)** yang dikutip oleh **Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:43)** mengemukakan:

"Reliability is a characteristic of measurenment concerned with accuracy, precision, and consistency."

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Koefisien korelasi dapat bertanda positif (+) atau negatif (-), tetapi dalam pengukuran reliabilitas, koefisien reliabilitas yang besarnya kurang dari nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien reliabilitas yang positif. Untuk menghitung koefisien reliabilitas digunakan rumus sebagai berikut :

Alpha Cronbach :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k-1)r}$$

Dimana :

α = koefisien reliabilitas

r = rata-rata korelasi antara faktor pembentuk sub variabel

k = jumlah faktor yang membentuk sub variabel

Untuk menghitungnya menggunakan bantuan SPSS 21 *for windows*, bila koefisien reliabilitas telah dihitung, setelah itu dibuat hipotesis :

Ho : Instrument penelitian tidak reliabel

Ha : Instrument penelitian reliabel

Dengan ketentuan : Jika r Alpha > r tabel maka Ho ditolak

Jika r Alpha < r tabel maka Ho diterima.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode Alpha Cronbach. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien reliabilits bernilai positif dan lebih besar dari pada **0.6**.

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Alpha Cronbach's*	Titik Kritis	Kesimpulan
1	Kompetensi Kewirausahaan	0,740	0,600	Reliabel
2	Inovasi Produk	0,663		Reliabel
3	Keunggulan Bersaing	0,691		Reliabel

Sumber: Olah data terlampir, 2017

Pada tabel 3.6 di atas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner masing-masing sebesar 0,740, 0,663 dan 0,691 (*Alpha Cronbach's*) dan lebih besar dari nilai kritis 0,600. 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

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 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*

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

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 deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variable melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu uji signifikasinya **(Sugiyono, 2005:143).**

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

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 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

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.

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kompetensi Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Produk (X_2), sedangkan variabel

dependen adalah Keunggulan Bersaing (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

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.

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

Dimana:

Y = Variabel Keunggulan Bersaing
α = Konstanta dari persamaan regresi
β_1 = Koefisien regresi dari variabel Kompetensi Kewirausahaan
β_2 = Koefisien regresi dari variabel Inovasi Produk
X_1 = Kompetensi Kewirausahaan
X_2 = Inovasi Produk
ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Keunggulan Bersaing

2. Uji Asumsi Klasik

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

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.

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 (Kompetensi Kewirausahaan) dan variabel X2 (Inovasi Produk) terhadap variabel Y (Keunggulan Bersaing) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Product Moment

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

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

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

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

4. Analisis Korelasi

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 :

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

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

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya hubungan signifikan dari pengaruh Kompetensi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Susu Cipageran Cimahi 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 :

a. Pengujian secara simultan/Total

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

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 Kewirausahaan dan Inovasi Produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keunggulan Bersaing) ditolak dan sebaliknnya.

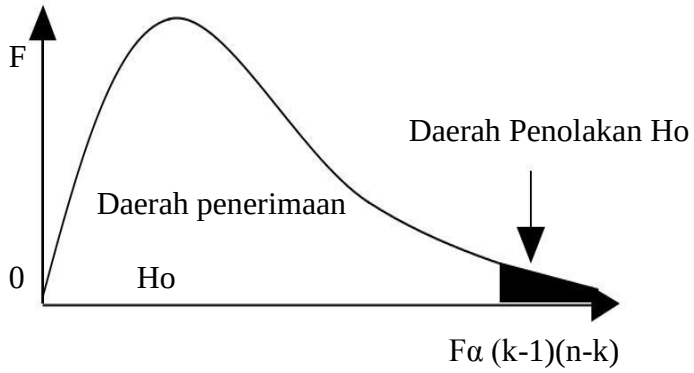
H0 : $\rho = 0$ berarti ditolak, secara simultan pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

HI : $\rho \neq 0$; H1 diterima, berarti secara simultan pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

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 3.1

Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dengan uji F

b. Pengujian secara parsial

Melakukan uji t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis ssebagai berikut Rumus yang digunakan adalah :

$$\textbf{T hitung } (\mathbf{X1, 2}) = \frac{\mathbf{b1,2}}{\mathbf{se(b1,2)}}$$

Keterangan :

t hitung (X1,2) = nilai t hitung X1 (Kompetensi Kewirausahaan) dan nilai t hitung X2 (Inovasi Produk)

b1 dan b2 = koefisien regresi masing-masing variabel.

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

Hipotesis

H01 : $\beta 1 = 0$ Kommpetensi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

H11 : $\beta 1 \neq 0$ Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

H02 : $\beta 2 = 0$ Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

H12 : $\beta 2 \neq$ Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah h0 diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

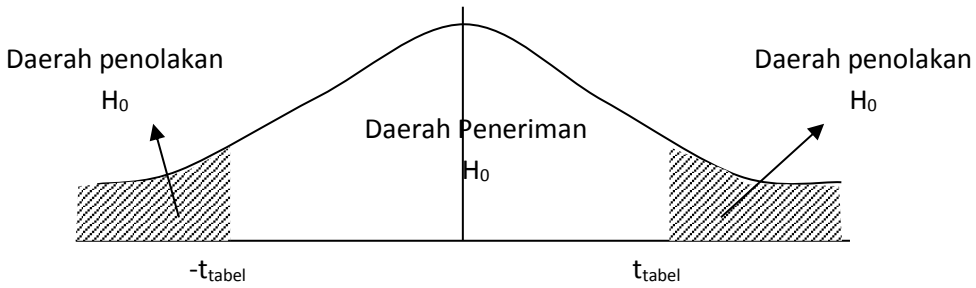
Jika t hitung > t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : ditolak

Jika t hitung < t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : diterima

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria-kriteria yang ditetapkan dengan teori untuk masalah yang diteliti. Seperti gambar berikut ini Dimana:

1. Dengan tingkat signifikan (α) = 0,05

2. Derajat kebebasan (dk) = n – 2



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.2

Daerah Penetapan Hipotesis