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 Umar Husein (2008:303) adalah sebagai 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."

Dalam penelitian ini objek yang akan di kaji adalah Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi . dengan uraian variabel sebagai berikut :

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 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 Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Adapun objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini mengenai "Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Susu Cipageran Cimahi."

3.2. Metode Penelitian

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".

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".

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (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.

Tujuan dari metode verifikatif yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, penelitian yang digunakan untuk menguji berapa besarnya pengaruh variabel independen mempengaruhi terhadap variabel dependent, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2013:13) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut metode penelitian kuantitaif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitaif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitaif ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji Pengaruh Orientasi Pasar sebagai variabel X1 dan Orientasi Kewirausahaan variabel X2 terhadap Keunggulan Bersaing sebagai variabel Y yang diteliti. Verivikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Dengan menggunakan metode penelitian dan statistik, maka akan diketahui hubungan yang signfikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

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

Desain penelitian menurut Jonatan Sarwono (2007:27) dalam Andi Supangat (2010:45) adalah sebagai berikut :

"Desain Penelitian bagaikan penuntun bagi peneliti dalam melakukan proses penentuan instrumen pengambilan data, penentuan sampel, koleksi data dan analisisnya."

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 (2017:30-31) penjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

1. Sumber masalah

   Peneliti melakukan survey awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan masalah

   Masalah yang diteliti dalam penelitian ini addalah :

   1) Bagaimana tanggapan responden tentang orientasi pasar pada sentra susu cipageran cimahi

2) Bagaimana tanggapan responden tentag orientasi kewirausahaan pada sentra susu cipageran cimahi
3) Bagaimana tanggapan responden tentang keunggulan bersaing pada sentra susu cipageran cimahi
4) Seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun secara simultan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

Peneliti dapat membaca referensi teoritis dan penemuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan masalah untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (hipotesis).

4. Pengajuan hipotesis

Menetapkan hipotesis penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi pada Sentra Susu Cipagran Cimahi

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 deskriftif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

6. Menyusun instrument penelitian

Setelah menentukan metode penelitian, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data, instrument pada penelitian ini berbentuk kuisisoner yang didapat dari mahasiswa. Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

7. Kesimpulan.

Langkah terakhir dari suatu periode penelitian adalah penarikan kesimpulan, yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah berdasarkan informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian “Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahan Terhadap Keunggulan bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi", yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional
T – 4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	Sentra Susu Cipageran Cimahi	Cross Sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Umi Narimawati (2008:30) pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, 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 analisis faktor".

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Pengaruh Orientasi pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X1) dan (X2)

Variabel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel variabel independen dalam penelitian ini Orientasi Pasar

(X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2). Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan ditentukan dengan skala ordinal, data-data diperoleh dari hasil wawancara pada Sentra Susu Cipageran Cimahi dan melalui kuesioner.

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing.

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam table Operasional dibawah ini :

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kusioner
Orientasi Pasar (X1)	Orientasi Pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Narver dan Slater (1990)	**1. Orientasi pelanggan** - Keinginan pelanggan	- Tingkat kesesuaian produk dengan keinginan pelanggan	**O** **R** **D** **I** **N** **A** **L**	1
		- Kepuasan pelanggan	- Tingkat kepuasan pelanggan		2
		2. Orientasi Pesaing - Memahami pesaing	- Tingkat memahami kekuatan dan kelemahan pesaing		3
		- Pengawasan	- Tingkat pengawasan terhadap langkah-		4

			langah dan aktifitas yang dilakukan pesaing		
Orientasi Kewirausahaan (X2)	Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi. (Knight,2000:14) dalam jurnal Cynthia V. Djodjobo (2014).	**1. Keinovatifan** - Produk baru	-Tingkat kemampuan untuk menghasilkan produk baru	**O** **R** **D** **I**	5
		2. Pengambilan Resiko - Berani mengambil resiko	- Tingkat keberanian mengambil resiko guna mengembangkan usaha.	**N** **A** **L**	6
		3. Keaktifan - Aktif mengambil peluang	- Tingkat keaktifan mengambil peluang		7
		4.kegaresifan bersaing - Intensitas usaha	-Tingkat kemampuan mengelola usaha agar lebih unggul dari pesaing		8
		5. otonomi - mengambil kepustusan sendiri	- Tingkat kemampuan mengambil keputusan sendiri dalam menentukan strategi bisnis		9
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul dengan	**1. Keunikan produk** - perbedaan	- Tingkat keberanian dalam menghasilkan produk yang	**O** **R**	10

	memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya. (Markland, Droge dan Vickery, 1995) dalam jurnal Heri Setiawan (2012:14).	**2. kualitas produk** - keberhasilan produk **3. Harga bersaing** - Penetapan harga	unik - Tingkat kesesuaian desain produk dengan kualitas produk - Tingkat kesesuaian dalam menetapkan harga agar mampu bersaing	**D** **I** **N** **A** **L**	11 12

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1.Sumber Data (Primer dan Sekunder)

1. Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari objek yang dilakukan pada para pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Menurut Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah (2010:171) data primer merupakan “Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tidak melalui perantara “.

Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu mauapun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau keiatan, dan hasil pengujian. Yang digunakan dalam pengumpulan data primer yaitu: metode survei (wawancara dan kuesioner)".

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2012:193) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelangkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan mauapun tidak dipublikasikan. Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu.

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

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

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

1. Populasi

Pengertian Menurut Sugiyono (2009;115), "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. Maka dengan jumlah ukuran populasi Sentra Susu Cipageran Cimahi adalah 30 pemilik unit usaha.

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 (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 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 pengusaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi yaitu sebanyak 30 responden.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

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 yang diambil langsung dari Sentra Susu Cipageran Cimahi).

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-halyang 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 perusahaan. 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. Cukup Setuju (CS)	3	3
d. Tidak Setuju (TS)	2	4
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

(Sumber : Sugiyono 2014, 133)

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

Untuk menilai kuisioner apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

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".

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.

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. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total.

Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

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

Sumber : Umi Narimawati (2010:42)

Keterangan :

r = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

∑X = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

∑Y = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

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

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

n = banyaknya responden

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

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 apayang 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.*

Tabel 3.5
Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
1	0.764	0.300	Valid
2	0.772	0.300	Valid
3	0.743	0.300	Valid
4	0.604	0.300	Valid
5	0.542	0.300	Valid
6	0.758	0.300	Valid
7	0.908	0.300	Valid
8	0.759	0.300	Valid
9	0.628	0.300	Valid
10	0.608	0.300	Valid
11	0.902	0.300	Valid
12	0.836	0.300	Valid

Berdasarkan rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen di atas, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam mengukur jiwa kewirusahaan, inovasi produk, orientasi pasar dan keberhasilan usaha memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,3. Menurut Sugiyono (2011:168) "valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah apabila r=0,300". Artinya hasil pengujian validitas diatas menunjukan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurnya, dengan kata lain dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:184) “suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6.” Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman-Borwn Correlation*) teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r^1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Dimana:

r1 = realiabilitas internal seluruh item

rb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.6

Standar Penilaian Koefisian Reliabilitas

Kriteria	Reliability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber : Barker et al, 2002;70

Tabel 3.7
Rekapitulasi Hasil Pengujian Reabilitas

Variabel	Koefesien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Orientasi Pasar (X_1)	0.692	0.700	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan (X_2)	0.766	0.700	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0.685	0.700	Reliabel

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2018

Dari hasil pengujian reliabilitas instrumen di atas, terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh masing-masing variabel > 0,7, hal ini sesuai dengan teori ahli menurut Sugiyono (2011:184) yang menyatakan bahwa "suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,7". Artinya, hasil dari pengujian menunjukan bahwa alat ukur yang digunakan sudah

menunjukan keandalannya sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.4.3 Uji MSI (*Methode of Successive Interval*)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui *"Methode of Successive Interval"*.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*

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

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

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, menyuun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti".

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kuantitatif)

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

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 antara nilai 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 :

$$Skor\ minimum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ minimum}{skor\ maximum} x100\%$$

$$Skor\ maximum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ maximum}{skor\ minimum} x100\%$$

$$Interval\ dalam\ presentase = skor\ maximum - skor\ minimum$$

$$Panjang\ interval\ dalam\ presentase = \frac{interval}{jenjang}$$

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, Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber: Sugiono (2014:133)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*". Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

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

1. Analisis Regresi Berganda dan Asumsi Klasik

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

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

Keterangan :

Y = Keunggulan bersaing

X_1 = Orientasi pasar

X_2 = Orientasi Kewirausahaan

α = Konstanta Intersep

β_1 = Koefisien Regresi Variabel

β_2 = Koefisien Regresi Variabel

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y.

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Orientasi pasar (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2), sedangkan variabel dependen adalah Keunggulan bersaing (Y), sehingga persamaan regresi linier 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.

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 grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Husein Umar (2011:18)

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

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen (Ghozali dan imam, 2005). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi diantara variabel independen. Jika terdapat kolerasi yang kuat diantara sesame variabel independen maka konsekuensinya adalah :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 for Windows*, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X_1 (Orientasi Pasar) dan X_2 (Orientasi Kewirausahaan) dengan variabel Y (Keunggulan Bersaing) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$Rx_1x_2Y = \frac{\sqrt{b_1 \sum x_1 Y + b_2 \sum x_2 Y}}{\sum y^2}$$

Dimana:

RX_1X_2Y = Korelasi berganda antara variabel X_1 dan X_2 dengan Y

X_1 = Variabel X_1 (Orientasi Pasar)

X_2 = Variabel X_2 (Orientasi Kewirausahaan)

Y = Variabel Y (Keunggulan Bersaing)

b_1, b_2 = Koefisien regresi masing-masing variable

3. Analisis Korelasi Parsial

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

$$r = \frac{(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x_{i2}) - n(\sum x_i)^2 - \{n(\sum y_{i2}) - n(\sum y_i)^2\}}}$$

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 3.9

Tingkat Keeratan Korelasi

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, Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, (2003: 157)

4. 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 (r^2). 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 (*Simultan*)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X_1 (Orientasi Pasar) dan variabel X_2 (Orientasi Kewirausahaan) terhadap variabel Y (Keunggulan bersaing) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Product Momen

b. Analisis Koefisien Determinasi Sederhana (*Parsial*)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X_1 (Orientasi Pasar) dan variabel X_2 (Orientasi Kewirausahaan) terhadap variabel Y (Keunggulan bersaing) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times Zero\ Order \times 100\%$$

Keterangan:

β = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana :

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

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

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya hubungan signifikan dari pengaruh Orientasi Pasar (X_1) dan Orientasi Kewirausahaan (X_2) terhadap Keunggulan bersaing (Y) pada Sentra 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 Hipotesis Secara Simultan/Total (Uji F)

Menurut Ibnu Subiyanto (2000:204) kegunaan uji F adalah "digunakan untuk keseluruhan signifikansi terhadap variable-variabel dalam regresi".

Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{JK\ Residu/k}{JK\ Residu/\{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JKresidu = koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan F – test yang terdapat pada *analyze of variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan Microsoft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$ maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Orientasi pasar dan Orientasi Kewirausahaan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keunggulan Bersaing) ditolak dan sebaliknnya.

Menurut Sudjana (2001 : 369) dalam Umi Narimawati (2011 : 51) "Perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antar variable bebas dan variable terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien korelasi produk moment (Pearson)"

a. Hipotesis

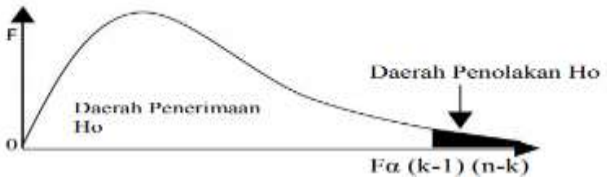
$H_o : \beta_1 = \beta_2 = 0$ *Orientasi pasar* (X_1), *Orientasi Kewirausahan* (X_2), tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

$H_o : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ *Orientasi pasar* (X_1), *Orientasi Kewirausahan* (X_2), berpengaruh secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Susu Cipageran Cimahi

Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel} (α= 0,05)

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurangkurangnya ada sebuah pyxi ≠ 0. Untuk ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Sumber : Wirawan (2009)

Gambar 3.1

Kurva Penerimaan dan Penolakan H_0 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:

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

Keterangan :

t_{hitung} ($X_{1,2}$) = nilai t_{hitung} X_1 (Orientasi Pasar) dan nilai t_{hitung} X_2 (Orientasi Kewirausahaan)

b_1 dan b_2 = koefisien regresi masing-masing variabel.

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

a. Hipotesis

$H_0 1$: $\beta 1=0$: Secara parsial *Orientasi Pasar* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

$H_1 1$: $\beta 1 \neq 0$: Secara parsial *Orientasi Pasar* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

$H_0 2$: $\beta 2=0$: Secara parsial *Orientasi Kewirausahaan* (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

$H_1 2$: $\beta 2 \neq 0$: Secara parsial *Orientasi Kewirausahaan* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

b. Kriteria pengujian

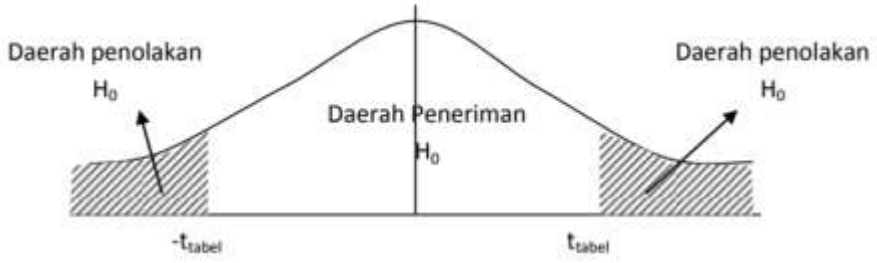
Untuk mengetahui apakah H_0 diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,1 (dk = n – 2), maka H_0 : ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ 0,1 (dk = n – 2), maka H_0 : 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

Kurva Penerimaan dan Penolakan H_0 dengan Uji T