

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metodologi Penelitian**

##### **1. Objek Penelitian**

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

Menurut Sugiyono (2017:41) pengertian objek penelitian yaitu sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal. Objek penelitian yang penulis teliti adalah orientasi kewirausahaan (X1), orientasi pasar (X2), dan keunggulan bersaing (Y).

##### **2. Jenis Metode Penelitian**

Metode penelitian menurut Sugiyono (2013:2) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid untuk tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode asosiatif yaitu, suatu penelitian yang menghubungkan variable bebas dan variable terkait dan informasi

yang didapatkan pada lokasi penelitian, bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis keadaan sebenarnya.

### **3. Data dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini data yang digunakan oleh penulis yaitu data primer dan data sekunder.

Sugiyono (2016:308) menyatakan data primer adalah data yang didapat langsung dari objek yang diteliti. Untuk memperoleh data primer yaitu dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yang diperoleh secara langsung dan relevan terhadap masalah yang diteliti.

Sugiyono (2016:308) menyatakan data sekunder adalah data yang didapat dari instansi atau lembaga tertentu. Untuk mendapatkan data sekunder didalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, skripsi, media internet dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **4. Variable Penelitian**

Didalam penelitian ini, orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar sebagai variable independen (X1 dan X2) serta pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebagai variable dependen (Y).

### **B. Populasi dan Sampel**

Sugiyono (2011:45) menyatakan bahwa populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian yang dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi didalam penelitian ini adalah usaha yang bergerak di bidang alat peraga pendidikan di Kota dan Kabupaten Bogor.

Sugiyono (2013:116) menyatakan bahwa sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena itu sampel yang diambil dari populasi harus benar – benar mewakili.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pengambilan sampel secara *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010:46). Sedangkan yang dimaksud dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan yaitu ; usaha yang sudah berjalan lebih dari lima tahun di bidang alat peraga pendidikan.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka nilai  $P$  ( $1-P$ ) maksimal adalah 0,25 dan menggunakan *confidence level* 95% dengan tingkat kesalahan yaitu tidak lebih dari 5%, maka dari perhitungan rumus Paul Leddy dalam Arikunto (2014:179), yaitu :

$$n = \frac{(Z)^2}{(e)} (P)(1 - P)$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{(0,1)} (0,25) = 96,04$$

$$n = 96,04$$

Sehingga dibulatkan menjadi 100

Keterangan :

$n$  = ukuran sample

$P$  = jumlah populasi

$e$  = *sampling error* 5%

$Z$  = standar untuk kesalahan yang dipilih

Maka jumlah sampel berdasarkan dari rumus di atas yaitu 96,04 responden. Dalam penelitian ini penulis melakukan pembulatan menjadi 100 responden yang akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data didalam penelitian, penulis menyebarkan kuesioner dan studi kepustakaan.

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015:69).

#### 2. Studi Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang relevan dengan penelitian guna memperoleh gambaran teoritis mengenai konsep variabel penelitian.

Untuk menentukan skor pilihan jawaban di dalam kuesioner, penulis menggunakan skala *Likert*. Sugiyono (2014:93) menjelaskan skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert* sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Instrumen Jawaban Penelitian**

| No | Alternatif Jawaban        | Skor |
|----|---------------------------|------|
| 1  | Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| 2  | Setuju (S)                | 4    |
| 3  | Netral (N)                | 3    |
| 4  | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 5  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

Sumber : (Sugiyono, 2014)

Agar bisa dilakukan pengukuran, maka dari itu instrument didalam penelitian harus dioprasionalkan. Maka instrument penelitian dijelaskan kedalam indikator dan pengukuran seperti pada table dibawah ini.

**Tabel 6**  
**Operasional Variabel**

| <b>Variabel / Sub Variabel</b> | <b>Indikator</b>                                                             | <b>Skala Pengukuran</b> |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Orientasi Kewirausahaan (X1)   | 1. Kemampuan Berinovasi<br>2. Proaktif<br>3. Berani Mengambil Resiko         | Skala Likert            |
| Orientasi Pasar (X2)           | 1. Orientasi Pelanggan<br>2. Orientasi Pesaing<br>3. Koordinasi Antar Fungsi | Skala Likert            |
| Keunggulan Bersaing (Y)        | 1. Bernilai<br>2. Berbeda Dengan Yang Lain<br>3. Tidak Mudah Digantikan      | Skala Likert            |

#### **D. Variabel Pengukuran**

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti yaitu variabel bebas/independent (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain dan terikat/dependent (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain.

##### **1. Variabel Orientasi Kewirausahaan**

Kuratko (2011:21) menjelaskan orientasi kewirausahaan adalah proses dinamis dari visi, perubahan dan penciptaan yang mensyaratkan aplikasi energy dan semangat terhadap penciptaan dan implementasi dari ide baru dan solusi kreatif.

Indikator dari orientasi kewirausahaan yaitu ; (1) Kemampuan Berinovasi, (2) Proaktif, (3) Berani Mengambil Resiko. Indikator

tersebut digunakan untuk menyusun kuesioner yang menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu, dengan kisi-kisi instrument sebagai berikut :

**Tabel 7**

**Kisi-Kisi Instrumen Orientasi Kewirausahaan**

| No     | Indikator               | Pertanyaan |
|--------|-------------------------|------------|
| 1      | Kemampuan Berinovasi    | 2          |
| 2      | Proaktif                | 2          |
| 3      | Berani Mengambil Resiko | 3          |
| Jumlah |                         | 7          |

Sumber : (Miller dalam Afiff, 2010:39)

2. Variabel Orientasi Pasar

Chung (2015:34) menjelaskan orientasi pasar adalah kapabilitas dalam tahap pembentukan strategi yang berkontribusi pada kemampuan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dalam tahap implementasi strategi yang pada gilirannya memperkuat hasil kinerja perusahaan.

Indikator dari orientasi pasar yaitu : (1) Orientasi Pelanggan, (2) Orientasi Pesaing, (3) Koordinasi Antar Fungsi. Indikator tersebut digunakan untuk menyusun kuesioner yang menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan berkaitan dengan keyakinan atau

perilaku mengenai suatu objek tertentu, dengan kisi-kisi instrument sebagai berikut :

**Tabel 8**  
**Kisi-Kisi Instrumen Orientasi Pasar**

| No     | Indikator               | Pertanyaan |
|--------|-------------------------|------------|
| 1      | Orientasi Pelanggan     | 3          |
| 2      | Orientasi Pesaing       | 2          |
| 3      | Koordinasi Antar Fungsi | 3          |
| Jumlah |                         | 8          |

### 3. Variabel Keunggulan Bersaing

Porter dalam Janter Silaen (2012:4) menjelaskan keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya.

Indikator dari keunggulan bersaing yaitu : (1) Bernilai, (2) Berbeda Dengan Yang Lain, (3) Tidak Mudah Digantikan. Indikator tersebut digunakan untuk menyusun kuesioner yang menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu, dengan kisi-kisi instrument sebagai berikut :

**Tabel 9**  
**Kisi-Kisi Instrumen Keunggulan Bersaing**

| No     | Indikator                | Pertanyaan |
|--------|--------------------------|------------|
| 1      | Bernilai                 | 2          |
| 2      | Berbeda Dengan Yang Lain | 2          |
| 3      | Tidak Mudah Digantikan   | 2          |
| Jumlah |                          | 6          |

Sumber : Bharadwaj dalam Yuni Istanto,2010:30)

## **E. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas Skor Kuesioner**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu data dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut (Sugiyono, 2010:38). Penulis melakukan pengujian menggunakan perangkat computer dengan aplikasi SPSS.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak responden yang sama akan dapat menghasilkan data yang konsisten (Sugiyono, 2015:204). Karena reliabilitas berkenaan dengan konsistensi, maka bila ada peneliti lain yang mengulangi penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama pula.

## **2. Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa suatu data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang berlaku umum atau generalisasi hasil penelitian (Sugiyono, 2014:40). Analisis ini menjelaskan tentang subjek yang dibahas tanpa menggunakan penghitungan angka.

Analisis statistik deskriptif mengubah kumpulan data mentah menjadi data yang mudah dipahami kedalam bentuk informasi yang lebih ringkas, yaitu kedalam bentuk angka persentase. Statistik deskriptif digunakan untuk Mean, Median dan Modus dari hasil data yang sudah dibuat.

Mean yaitu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan dari nilai tengah dari kelompok data yang sudah disusun urutannya dari mulai yang terkecil sampai yang terbesar atau sebaliknya. Median adalah nilai yang letaknya di tengah dari data yang telah diurutkan dari nilai terkecil sampai terbesar. Sedangkan modus adalah data yang paling sering muncul atau yang memiliki frekuensi terbanyak dalam kelompok tertentu.

## **3. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk bisa mengetahui apakah setiap variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013:160).

Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian

variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini yaitu dengan metode *Kolmogorov-smirnof* dengan *unstandarzed residual*. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$  dan sebaliknya data dikatakan berdistribusi tidak normal jika nilai sig (signifikansi)  $< 0,05$ . Pengujian uji normalitas ini yaitu menggunakan aplikasi SPSS.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau independent (Ghozali, 2012:105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIP)*.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIP)*. Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIP)*  $< 10$  dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas  $VIP = 1/Tolerance$ , jika  $VIP = 10$  maka  $Tolerance = 1/10 = 0,1$ ,

semakin tinggi *Variance Inflation Factor (VIP)* semakin rendah nilai *Tolerance*.

- 2) Jika nilai koefisien determinasi, baik dari  $R^2$  maupun R-Square diatas 0,60 namun tidak ada variabel independent yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka bisa dinyatakan terkena multikolinieritas.
- 3) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independent kurang dari 0,70, maka model dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas sebaliknya jika lebih dari 0,70, maka dapat dinyatakan antar variabel independent terjadi multikolinieritas.

c. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadi perbedaan *variance residual* suatu periode penggunaan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Model yang paling baik adalah model regresi yang mempunyai persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan lainnya, atau adanya hubungan antara nilai prediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan mode tersebut homokedastisitas.

#### 4. Analisis Korelasi Berganda

Perhitungan koefisien korelasi yaitu untuk bisa mengetahui adanya derajat hubungan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, menggunakan perhitungan analisis korelasi *product moment*.

Nilai korelasi ( $r$ ) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik, maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik, maka Y turun). Sugiyono (2013:46) menjelaskan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 10**

#### **Interpretasi Koefisien Korelasi**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00 - 0,199              | Sangat Rendah           |
| 0,20 - 0,399              | Rendah                  |
| 0,40 - 0,599              | Sedang                  |
| 0,60 - 0,799              | Kuat                    |
| 0,80 - 1,000              | Sangat Kuat             |

## 5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen, apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan, dan juga untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independent dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negatif.

Persamaan yang digunakan di dalam analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel Keunggulan Bersaing
- a : Bilangan Konstanta
- b1 : Koefisien Regresi Orientasi Kewirausahaan
- b2 : Koefisien Regresi Orientasi Pasar
- X1 : Orientasi Kewirausahaan
- X2 : Orientasi Pasar
- e : Pengaruh Variabel Lain

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independent secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya yaitu sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UKM Alat Peraga Pendidikan di Kota dan Kabupaten Bogor.

$H_a$  : Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UKM Alat Peraga Pendidikan di Kota dan Kabupaten Bogor.

Hipotesis kemudian diuji untuk bisa mengetahui diterima atau ditolak hipotesis tersebut. Pengujian hipotesis ditunjukkan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independent secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis menggunakan uji F atau yang biasa juga disebut dengan *Analysis Of Varian* (Anova). Pengujian uji F atau Anova biasa dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat tingkat signifikan atau dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Pengujian dengan tingkat signifikan pada table Anova  $<\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (berpengaruh), sementara sebaliknya apabila tingkat signifikan pada table Anova  $>\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima (tidak berpengaruh).

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T disebut juga sebagai uji signifikansi individual. Uji ini juga menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent

secara parsial terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya yaitu sebagai berikut :

1) Penetapan Hipotesis

a) Variabel X1 (Orientasi Kewirausahaan)

Ho1 : Variabel orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing.

Ha1 : Variabel orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing.

b) Variabel X2 (Orientasi Pasar)

Ho2 : Variabel orientasi pasar tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing.

Ha2 : Variabel orientasi pasar memiliki pengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing.

2) Perhitungan Signifikansi

Uji T bisa dilakukan dengan membandingkan  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  atau melihat kolom signifikansi pada masing-masing  $T_{hitung}$ , proses uji T identik dengan uji F.

c. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R)

Imam Ghozali (2012:50) menjelaskan koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Sementara nilai yang mendekati 1 berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam selang  $0\% \leq R^2 \leq 100\%$ , dimana :

- a)  $R^2 = 0$ , berarti independent (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- b)  $R^2 = 1$ , berarti independent (X) secara sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Y)