

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data subyektif (self report data), yaitu jenis data penelitian yang berupa sikap, opini, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau kelompok orang yang menjadi subyek penelitian atau responden (Indriantoro dan Supomo, 1999). Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder (Indriantoro dan Supomo, 1999)

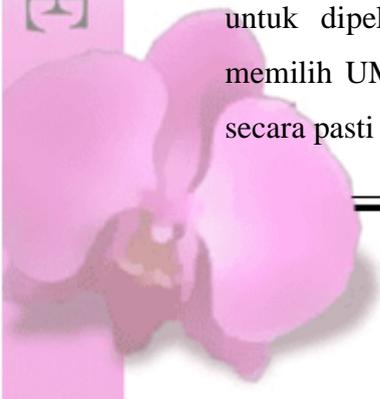
Data primer merupakan data yang diambil langsung dari sumber pertama yang dikumpulkan secara khusus melalui wawancara, hasil pengisian kuisioner serta observasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti (Husein Umar, 2001). Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh melalui wawancara dan kuisioner yang diberikan kepada responden dalam hal ini adalah pemilik industri atau karyawan setingkat manager yang mewakili industri kerajinan di wilayah Blitar.

Menurut Cooper dan Emery (1995), data sekunder adalah data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Yang paling utama, adalah data deskriptif industri di Blitar yang didapat dari website resmi pemerintah Blitar dan Dinas Perindustrian dan perdagangan Blitar. Data sekunder ini tidak menjadi bagian dari proses analisis secara kuantitatif, namun menjadi bahan awal dalam mengumpulkan data industri di Blitar.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Penelitian ini memilih UMKM kerajinan di Kabupaten Blitar yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.



3.2.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Metode pengambilan sampel yang akan dipakai adalah *nonprobability sampling* berupa *accidental sampling*. Pemakaian *nonprobability sampling* berarti tidak memberikan kemungkinan yang sama bagi tiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Alasan digunakannya *nonprobability sampling* adalah karena UMKM kerajinan di Kabupaten Blitar tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2006) :

$$\begin{aligned} n &= (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}) \\ &= 7 \times 12 \text{ indikator} \\ &= 84 \end{aligned}$$

Diketahui :

n = jumlah sampel

Dari hasil perhitungan rumus diatas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah 84 sampel.

3.3 Metode pengumpulan data

Adapun dalam penelitian ini menggunakan acuan bahwa subyek penelitian merupakan orang yang paling tahu mengenai dirinya dan setiap pernyataan dari subyek yang diberikan peneliti adalah benar dan dapat dipercaya. Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner secara personal (*Personally Questionnaires*) dan wawancara. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan wawancara yaitu

diperoleh langsung dengan pemimpin/karyawan perusahaan industri kerajinan di Blitar sebagai responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sistematis sesuai kuesioner yang telah ditetapkan.

Dapat dicontohkan sebagai berikut

Pertanyaan....

1. Menurut Bapak/Ibu, apakah orientasi kewirausahaan yang diterapkan Bapak/Ibu di dalam usaha Bapak/Ibu mampu menciptakan keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran usaha Bapak/Ibu?

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner (angket) tertutup, yaitu angket yang digunakan untuk mendapatkan data tentang orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi produk dengan keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Pernyataan-pernyataan dibuat dengan menggunakan skala likert sebagai acuannya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang (Singarmun, 1995:87). Masing-masing pernyataan menggunakan skala 1 sampai dengan 7 untuk mendapatkan data dan diberiskor.

Dapat dicontohkan sebagai berikut :

Pernyataan.....

STS	TS	CTS	RR	CS	S	SS
<input type="checkbox"/>						
1	2	3	4	5	6	7

Catatan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

CTS = Cukup Tidak Setuju

RR = Rata-rata

CS = Cukup Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju



3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan memberikan ulasan atau interpretasi terhadap data yang diperoleh sehingga menjadi lebih jelas dan bermakna dibandingkan dengan sekedar angka-angka. Langkah-langkahnya adalah reduksi data, penyajian data dengan bagan dan teks, kemudian penarikan kesimpulan. Sugiyono (2008) menyatakan analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Tolak ukur dari pendeskripsian ini adalah dengan pemberian angka, baik dalam jumlah maupun prosentase.

3.4.2 Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah analisis data yang menggunakan data berbentuk angka-angka yang diperoleh sebagai hasil pengukuran atau penjumlahan (Nurgiyantoro dkk, 2004). Metode analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisis, untuk itu akan digunakan program analisis SPSS .SPSS (*Statistical Package for Social Science*) adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2006).

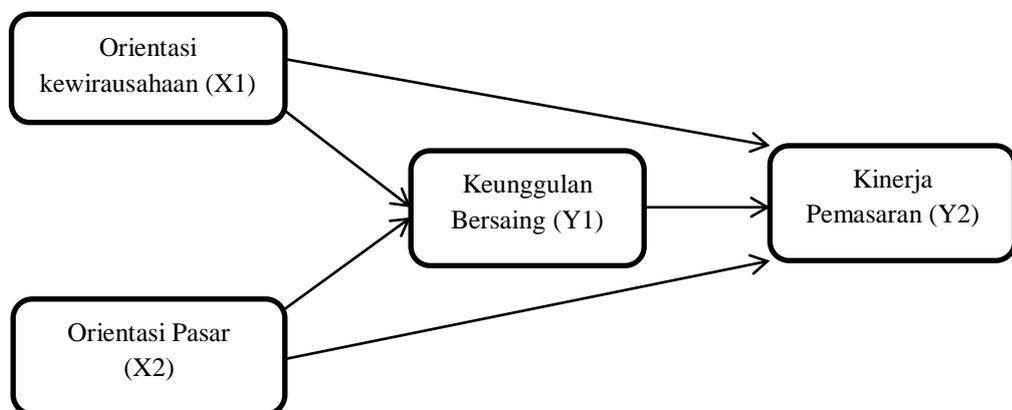
1. Menggambarkan *diagram path*

Dalam *path diagram*, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. konstruk-konstruk yang dibangun dalam path diagram yang dapat dibedakan dalam dua kelompok, yaitu sebagai berikut :

a. *Variabel laten eksogen* yang dikenal juga sebagai *sourcevariables* atau *independent variables* yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Variabel eksogen adalah variabel yang dituju oleh garis dengan satu ujung panah. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

b. *Variabel laten endogen* yang merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk atau dependent variable. Variabel endogen dapat memprediksi satu atau beberapa variabel endogen lainnya, tetapi variabel eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan variabel endogen. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran.

Gambar 6 Analisis Jalur Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran



Sumber : data diolah penulis ,2017

Keterangan simbol :

(X1-X12)	= Indikator variabel
(Y1-Y2)	= Residual (structural error)
OK	= Orientasi Kewirausahaan
OP	= Orientasi Pasar
KB	= Keunggulan Bersaing
KP	= Kinerja Pemasaran

3.4.3 Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah analisis data yang menggunakan data berbentuk angka-angka yang diperoleh sebagai hasil pengukuran atau penjumlahan (Nurgiyantoro dkk, 2004). Metode analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisis, untuk itu akan digunakan program analisis SPSS .SPSS (*Statistical Package for Social Science*) adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2006).

3.4.4 Uji Validitas dan Realibilitas

3.4.4.1 Uji Validitas

Ghozali (2011) menyatakan uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah/valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Kriteria pengambilan keputusan untuk validitas adalah ditentukan apabila nilai r hitung yang dinyatakan dengan nilai Corrected Item Tota Correation $> r$ tabel pada $df = n-2$ dan $= 0,05$ maka indicator dikatakan valid / sah. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlations) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $> r$ tabel dan bernilai positif maka variabel tersebut dikatakan valid. Jika nilai r hitung $< r$ tabel dan bernilai tidak positif maka variabel tersebut dikatakan tidak valid (Ghozali, 2011).

3.4.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,



2011). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan *caraone shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) $> 0,6$ (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2001).

3.5 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sanusi (2011), regresi linear berganda harus memenuhi asumsi – asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias. Dalam suatu penelitian harus menggunakan data yang valid agar dapat menghasilkan penelitian yang akurat. Sebelum melakukan analisis regresi, data penelitian harus lolos uji asumsi klasik meliputi uji normalitas data, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Berikut ini cara mendeteksi gejala-gejala permasalahan dalam persamaan regresi linear berganda:

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Pasadena, 2013:46). Pengujian ini penting dilakukan sebagai syarat uji hipotesis, karena dalam pengujian hipotesis parsial (uji t) dan simultan (uji F) mengasumsikan bahwa data harus berdistribusi normal. Dengan seperti itu maka hasil perhitungan menjadi valid dan akurat. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S), yaitu dengan melihat nilai signifikan pada taraf kepercayaan (α) = 0,05.

Kriteria pengambilan keputusan menurut (Ghozali, 2011) dalam Akhadiyah (2015:38):

1. Jika (α) $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal
2. Jika (α) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal

2) Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (*independent variable*) yang diteliti. Jika terdapat multikolinieritas, maka penelitian menjadi tidak valid atau bias. Pendeteksian dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflating factor* (VIF) dan nilai *tolerance* dari hasil regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas yang tinggi (Sanusi, 2011). Selain itu, gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai *tolerance*, jika nilai *tolerance* < 0,10 artinya terdapat multikolinieritas yang tinggi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali, 2012:139) dalam Pasadena (2013:49). Jika pada grafik terdapat pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka hal ini mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika tidak terdapat suatu pola yang jelas yakni titik-titik tersebar acak, maka berarti data bebas dari gejala heteroskedastisitas. Selain itu, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6 Analisis Regresi

Analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing, serta pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan daya saing terhadap kinerja pemasaran. Model hubungan antar variable dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2007):

$$Y1 = b1X1 + b2X2 + e1$$

$$Y2 = b3X1 + b4X2 + b5Y1 + e2$$

Keterangan :

Y1 = keunggulan bersaing

Y_2 = Kinerja Pemasaran

X_1 = Orientasi Kewirausahaan

X_2 = Orientasi pasar

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Besaran koefisien dari masing-masing variabel

e = *Residuals/error*

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi intervening dan variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat, satu variabel intervening dan lebih dari satu variabel bebas.

3.7 Uji Hipotesis

a. jika probabilitas $>0,05$ maka H_a diterima

b. Jika probabilitas $<0,05$ maka H_0 ditolak

Nilai probabilitas dari uji F dapat dilihat dari hasil pengolahan dari program SPSS pada tabel ANOVA kolom sig atau *significance* (Ghozali, 2011:98). Pengujian Hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis tentang koefisien regresi yang telah dibentuk sebelumnya dan dapat diketahui apakah persamaan regresi yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Jika hasil analisis menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dibentuk tersebut signifikan atau dapat dipertanggungjawabkan, maka persamaan regresi tersebut dapat digunakan untuk meramal variabel terikat kinerja pemasaran.

3.8 Koefisien Determinasi Total (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi merupakan pengujian terhadap model regresi, sejauh mana model yang digunakan mampu menerangkan variasi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012:97) dalam Pasadena (2013:50). Dalam prakteknya, penggunaan koefisien determinasi (R^2) terdapat kelemahan, yaitu terdapat hasil yang bias terhadap jumlah variabel yang digunakan dalam model regresi. Karena adanya tambahan variabel independen mengakibatkan R^2 berubah tanpa mempedulikan tingkat signifikansi variabel tersebut. Pada penelitian ini menggunakan *Adjusted R²* karena mampu menghasilkan interpretasi yang valid.

Berbeda dengan R^2 , nilai *Adjusted R²* bisa naik dan turun ketika ada penambahan variabel independen dalam model regresi. Nilai *Adjusted R²* adalah dari nol sampai satu, dalam prakteknya bisa menghasilkan nilai negatif. Jika hasil uji menunjukkan nilai *Adjusted R²* negatif, maka dianggap mempunyai nilai nol (Ghozali,2012:97-98) dalam Pasadena (2013:51).

