

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif adalah strategi penelitian yang berujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dua variabel atau lebih. Dimana penelitian ini tujuannya adalah memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh terhadap variabel X_1 (Orientasi Pasar), X_2 (Orientasi Kewirausahaan), terhadap variabel Y (Kinerja UKM) di Perkampungan Industri Kecil (PIK). Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan merupakan variabel independen dan kinerja UKM merupakan variabel dependen. Asosiatif itu sendiri terbagi dalam tiga bentuk, meliputi simetris, kausal, dan interaktif. Dalam penelitian ini asosiatif yang digunakan bersifat kausal sebagai hubungan sebab-akibat. Dimana variabel bebas, yakni orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan mempegaruhi variabel terikat (kinerja UKM).

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dimana data diperoleh melalui opini dari responden yang diberikan pertanyaan berbentuk kuesioner, dengan menggunakan variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha sebagai data untuk memperoleh informasi.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 80). Populasi sasaran dari penelitian ini yaitu seluruh pemilik UKM sektor manufaktur konveksi di PIK, Jakarta Timur, dengan jumlah pelaku UKM sebanyak 53 usaha konveksi.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Alasan peneliti tidak menggunakan seluruh populasi sebagai sampel karena keterbatasan waktu peneliti yang berstatus pekerja. Cara pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu cara *sampling* yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang melainkan mengandalkan *judgement* pribadi peneliti (Malhotra, 20015:97).

Teknik yang digunakan adalah *judgmental sampling*. *Judgmental sampling* merupakan bentuk *convenience sampling* yang di dalamnya elemen populasi secara sengaja dipilih berdasarkan penilaian peneliti (Malhotra, 2015:97). *Judgmental sampling* pada dasarnya merupakan suatu bentuk *convenience sampling* bila ditinjau dari cara pengambilan unit-unit sampelnya. Sampel diambil berdasarkan pada kriteria-kriteria yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti. Dalam perumusan kriterianya, subjektivitas dan pengalaman dari peneliti sangat berperan (Sugiarto, 2014:40-42). Pengambilan sampel tersebut berdasarkan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Angka Signifikan (0.05)

Dengan rumus Slovin diatas, maka dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{53}{1 + 53 \times 0.05^2}$$

$$n = \frac{53}{1 + 0.375}$$

$$n = 38.54$$

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 39 pemilik UKM sektor manufaktur konveksi di PIK, Jakarta Timur.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci (Indriantoro dan Supomo *dalam* Purhantara, 2015 : 79). Dalam penelitian ini data primer yang diperlukan adalah tentang orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM di PIK Jakarta Timur, yang diperoleh langsung dari responden atau pemilik UKM di PIK Jakarta Timur.

2. Data Sekunder

Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Moehar, 2014:113). Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari lembaga maupun perusahaan atau pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini dan juga website, serta jurnal. Dalam penelitian ini, data sekunder yang diperoleh berasal dokumen-dokumen perusahaan, seperti seberapa banyak karyawan dalam satu perusahaan, bagaimana sistem kerja karyawan.

Indriantoro dan Supomo *dalam* Purhantara (2015:80) mengatakan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti berkaitan dengan data sekunder, terutama berkaitan dengan keakurasian data. Langkah yang perlu ditempuh peneliti adalah:

- (1) Kemampuan data yang tersedia untuk menjawab masalah atau pertanyaan (kesesuaian dengan pertanyaan penelitian).
- (2) Kesesuaian antara periode waktu tersedianya data dengan periode waktu yang diinginkan dalam penelitian.

- (3) Kesesuaian antara populasi data yang ada dengan populasi yang menjadi perhatian peneliti.
- (4) Relevansi dan konsistensi unit pengukur yang digunakan.
- (5) Biaya yang dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder.
- (6) Kemungkinan biasa yang ditimbulkan oleh data sekunder.
- (7) Dapat atau tidaknya dilakukan pengujian terhadap akurasi pengumpulan data.

3.3.2. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting dalam metoda ilmiah. Pada umumnya, data yang dikumpulkan akan digunakan, kecuali untuk keperluan eksploratif, juga untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Moehar, 2014:113). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer pada penelitian ini dikumpulkan dengan cara memberikan kuesioner kepada pemilik UKM di PIK. Tujuan kuesioner adalah untuk mengetahui pendapat pemilik UKM tentang orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014:199). Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup dan berskala, kuesioner yang sudah disediakan pertanyaan sehingga responden hanya tinggal mengisi jawaban dan memberi tanda *check list* pada kolom jawaban yang tersedia. Instrumen penelitian (kuesioner) harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang *valid* dan *reliable*. Instrumen yang *valid* berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrumen

yang *reliable* adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

Pada tabel berikut disajikan variabel, indikator dan sub indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Variabel Orientasi Pasar

Indikator	Sub Indikator	Butir No.
Orientasi pelanggan	Prioritas meningkatkan kepuasan pelanggan	1
	Memahami keluhan pelanggan	2
Orientasi pesaing	Strategi usaha	3
	Menjadi lebih baik dari pesaing	4
Koordinasi interfunksional	Kritik dan saran pelanggan	5
	Keterlibatan pelanggan	6
	Karyawan profesional	7

Sumber: Sugiarti (2015)

Tabel 3.3. Indikator dan Sub Indikator Variabel Orientasi Kewirausahaan

Indikator	Sub Indikator	Butir No.
<i>Need for achievement</i> (kebutuhan berprestasi)	Tidak puas bila yang diinginkan belum diperoleh	8
	Terus berusaha meski orang lain mengatakan tidak mungkin	9
	Terus bekerja sampai mencapai tujuan yang diinginkan	10
<i>Internal locus of control</i>	Apa yang dicapai adalah hasil kerja keras	11
	Untung atau ruginya usaha ditentukan oleh diri sendiri	12
	Mampu menguasai diri	13
<i>Self Reliance</i> (kemandirian)	Orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya	14
	Suka mengambil keputusan sendiri	15
	Suka melibatkan teman	16
<i>Extroversion</i> (keterbukaan)	Suka berjumpa dengan orang baru	17
	Berinisiatif untuk memulai pembicaraan	18
	Menyukai banyak kesibukan	19

Sumber: Lee dan Tsang (2016)

Tabel 3.4. Indikator dan Sub Indikator Variabel Orientasi Kinerja UKM

Indikator	Sub Indikator	Butir No.
Perspektif pelanggan	Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan	20
	Menarik pelanggan baru	21
	Layanan cepat	22
Perspektif bisnis internal	Produk baru	23
	Proses pembuatan produk	24
	Proses pembuatan produk	25
Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran	Usulan perbaikan lingkungan kerja	26
	Kepuasan pelanggan	27
	Kesejahteraan pegawai	28

Sumber: Kaplan dan Norton (2015)

Variabel yang diukur dijabarkan kedalam beberapa indikator variabel dan masing-masing indikator variabel akan mempunyai sub indikator, dan sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner penelitian.

Adapun instrumen yang digunakan untuk pengukuran terhadap pendapat, asumsi, dan sikap terkait variabel yang diteliti adalah Skala Likert.

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.

Tabel 3.5. Bobot Nilai Skala Likert

No.	Pilihan Jawaban	Kode	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	4
2.	Setuju	S	3
3.	Tidak Setuju	TS	2
4.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2015)

Pertanyaan–pertanyaan dalam kuesioner ini diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan dengan peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Instrumen penelitian yang telah dibuat disebarkan kepada pelaku usaha UKM di PIK sebagai sampel penelitian. Pengujian ini menggunakan korelasi sederhana dengan cara mengkolerasikan antara skor tiap-tiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Instrumen pertanyaan akan dinyatakan valid apabila mempunyai hasil r_{hitung} yang besarnya minimal 0,30 (r_{kritis}).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2016:94). Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan teknik belah dua (*Split Half*), dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* :

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b} \dots\dots\dots (3.2)$$

Nilai r_b dapat diperoleh dengan rumus :

$$r_b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_i = Reliabilitas instrumen

r_b = Koefisien korelasi sederhana

n = Sampel

X = Total skor butir item ganjil

Y = Total skor butir item genap

Instrumen penelitian ini dikatakan reliabel apabila nilai reliabilitas instrumen penelitian lebih besar dibanding dengan 0,60 ($r_i > 0,60$).

Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa gambaran umum mengenai obyek penelitian yang berupa profil, struktur organisasi dan lainnya mengenai UKM di PIK. Untuk memperoleh data pendukung yang dibutuhkan dari sumber yang dapat dipercaya, maka digunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang bersumber pada dokumen perusahaan.

3.4. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu Orientasi Pasar (X_1) dan Orientasi Kewirausahaan (X_2) sebagai variabel *independent*, dan Kinerja UKM (Y) sebagai variabel *dependent*, dimana terdapat sub-sub variabel dan indikator yang semuanya diukur dengan Skala Likert.

3.4.1. Variabel orientasi pasar (X_1)

Yang dimaksudkan orientasi pasar dalam penelitian ini tidak jauh berbeda dengan yang dituangkan dalam teori yaitu orientasi pasar adalah ukuran terkait kemampuan perusahaan dalam menciptakan kepuasan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pasar.

Untuk mengetahui atau mengukur variabel orientasi pasar dapat menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Orientasi pelanggan
2. Orientasi pesaing
3. Koordinasi interfunksional

3.4.2. Variabel orientasi kewirausahaan (X_2)

Yang dimaksudkan orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini tidak jauh berbeda dengan yang dituangkan dalam teori yaitu orientasi kewirausahaan adalah sumber daya strategis dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor lainnya.

Untuk mengetahui atau mengukur variabel orientasi kewirausahaan dapat menggunakan indikator sebagai berikut:

1. *Need for achievement* (kebutuhan berprestasi)
2. *Internal locus of control* (keyakinan diri)
3. *Self Reliance* (kemandirian)
4. *Extroversion* (keterbukaan)

3.4.3. Variabel kinerja UKM (Y)

Yang dimaksudkan kinerja UKM dalam penelitian ini tidak jauh berbeda dengan yang dituangkan dalam teori yaitu kinerja UKM adalah kegiatan produktif dalam aktivitas ekonomi yang dilaksanakan perindividu, berkelompok, atau badan usaha tertentu yang tetapi bukan bagian dari anak perusahaan tertentu.

Untuk mengetahui atau mengukur variabel kinerja UKM dapat menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Perspektif pelanggan
2. Perspektif bisnis internal
3. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Metoda pengolahan data

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan komputer dengan program *Miscrosoft Excel* dan bantuan program perangkat lunak *Statistical Product Service Solution* (SPSS) versi 22.0, perangkat lunak SPSS digunakan bertujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan cepat dalam pengolahan data.

3.5.2. Metoda penyajian data

Data yang diperoleh setelah diolah akan disajikan dalam bentuk diagram dan tabel. Penggunaan penyajian data dalam bentuk diagram dan tabel bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mentransformasikan jawaban kuesioner menjadi nilai yang berupa angka.

3.5.3. Analisis statistik data

Metoda analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan)

1. Analisis koefisien determinasi (KD)

Menurut Ghozali (2016:98) tujuan koefisien determinasi (KD) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai KD adalah dari nol sampai satu. Nilai KD yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Guna mengukur besarnya kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

(1) Pengaruh parsial X_1 terhadap Y (X_2 Konstan)

$$KD_{1,2} = r_{Y1,2}^2 \times 100 \% \dots\dots\dots (3.3)$$

(2) Pengaruh parsial X_2 terhadap Y (X_1 Konstan)

$$KD_{2,1} = r_{Y2,1}^2 \times 100 \% \dots\dots\dots (3.4)$$

(3) Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y

$$KD_{12} = r_{Y12}^2 \times 100 \% \dots\dots\dots (3.5)$$

Keterangan :

$r_{Y1,2}$ = Kolerasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 konstan)

$$= \frac{r_{Y1} - r_{Y2} \cdot r_{12}}{\sqrt{((1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{12})^2))}}$$

$r_{Y2,1}$ = Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 konstan)

$$= \frac{r_{Y2} - r_{Y1} \cdot r_{12}}{\sqrt{((1-(r_{Y1})^2) \cdot (1-(r_{12})^2))}}$$

r_{Y12} = Kolerasi berganda antara X_1 dan X_2 dengan Y

$$= \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2})}{1-(r_{12})^2}}$$

r_{Y1} = Koefisien kolerasi sederhana antara X_1 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{1i} \cdot y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{Y2} = Koefisien kolerasi sederhana antara X_2 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{2i} \cdot y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{12} = Koefisien koleasi sederhana antara X_1 dengan X_2

$$= \frac{\sum x_{1i} \cdot x_{2i}}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2}}$$

X_1 = Orientasi Pasar

X_2 = Orientasi Kewirausahaan

Y = Kinerja Usaha

2. Pengujian hipotesis

Dalam pengujian hipotesis secara statistik tidak ada pengujian hipotesis terhadap KD. Oleh karena itu, dalam hal ini dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien kolerasi (ρ) yang merupakan unsur utama pembentuk KD.

(1) Pengujian parsial

a. Orientasi pasar (X_1) terhadap kinerja usaha (Y)

Hipotesis 1 : Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha

$$H_0 : \rho_{Y1.2} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y1.2} \neq 0$$

b. Orientasi kewirausahaan (X_2) terhadap kinerja usaha (Y)

Hipotesis 2 : Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha

$$H_0 : \rho_{Y2.1} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y2.1} \neq 0$$

Untuk membuat kesimpulan, maka nilai *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata (α) 5% (0.05) dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *significance t* < 0.05

H_a diterima, jika *significance t* \geq 0.05

(2) Pengujian simultan

Hipotesis 3 : Pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

$$H_0 : \rho_{Y12} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y1.2} \neq 0$$

Untuk membuat kesimpulan, maka nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata (α) 5% (0.05) dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *significance F* < 0.05

H_a diterima, jika *significance F* \geq 0.05

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan, menyimpulkan H_0 ditolak, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan kontribusi pengaruh perubahan variabel independen tertentu terhadap variabel dependen.