

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Unbara Mart Universitas Baturaja. Variabel yang diteliti yaitu : Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja.

3.2. Jenis Data Dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Arikunto (2010:22), data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang dapat diucapkan secara lisan, gerak gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya. Menurut Arikunto (2010:172) yang dimaksud dengan sumber data dalam adalah subjek dari mana data dapat diperoleh Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebar kuisioner kepada responden yaitu para pelaku usaha pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja. Kuisioner merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang disusun secara tertulis dengan tujuan untuk memperoleh data berupa jawaban responden.

b. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini didapat dari Unbara Mart di Universitas Baturaja. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner atau yang bisa Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di isi. Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti tentang pribadinya atau hal- hal yang diketahui (Arikunto, 2010:194)

3.3. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Menurut Arikunto (2010:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang ada di wilayah penelitian. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Menurut Arikunto apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh produk yang bergabung dalam UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja sebanyak **30** UKM Makanan.

Tabel 3.1.
Data UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja

No	Jenis Usaha	Nama UKM	Produk
1.	Makanan	Ccmilan	- Kacang Bawang Original - Kacang Bawang Rasa Balado
2.		Keripik Jengkol	- Keripik Jengkol Asli
3.		Rempeyek Umak	- Rempeyek Kacang - Rempeyek Udang
4.		Manis Madu Abil	- Madu Utan
5.		Kribow	- Kribow 100 gr - Kribow 250 gr
6.		Peyek Asmaga	- Peyek Kacang - Peyek Udang
7.		D' Basreng	- Basreng Original - Basreng Pedas
8.		Kopi RMS	- Kopi Bubuk 250 gr
9.		Keripik Tahun Indah	- Keripik Tahu
10.		Keripik Magho Mas Mahmud	- Keripik Magho
11.		Bung Ningsih	- Sambel Pecel Madiun
12.		Keripik Arta	- Peyek Teri - Keripik Pisang - Rengginang
13.		Gula Semut	- Gula Semut @100 gr
14.		Dinum Abil	- Somay Ayam - Somay Kepiting - Somay Udang - Ikado Kepiting - Somay Rumput Laut
15.		Cemilan Santai Keripik Naqila	- Keripik Pisang Jagung Manis - Keripik Pisang Cokelat - Keripik Pisang Balado
16.		Keripik Dona	- Keripik Singkong Cabe Merah - Keripik Pisang Cokelat
17.		Hand Made With Tipawon	- Cakery dan Snack
18.		Ranau Baban	- Kopi Bubuk Asli Ranau
19.		Neng Evy	- Kopi Bubuk Semendo
20.		Oki Bumbu Dapur	- Bumbu Dapur
21.		Kopi Mentari	- Kopi

22.		Rumah Mami	- Keripik Pisang - Keripik Ubi
23.		Madu Firar	- Madu Sialang
24.		Leten YD	- Keripik Singkong Pedas - Keripik Singkong Jagung
25.		Jajanan Bahi	- Bipang
26.		Catering Idaman	- Kemplang - Keripik Ubi Pedas
27.		Stick Papa	- Stick Keju - Stick Cokelat
28.		Dapur Dida	- Rice Bowl
29.		Dapur Kreasi	- Bola-Bola Ubi - Keripik Ubi Pedas
30.		Sambel Ulek	- Sambel Cenggek

Sumber : Unbara Mart Universitas Baturaja Tahun 2021

3.4. Analisis Data

3.4.1. Model Analisis Data

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:35). Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah atau karena telah memenuhi kaidah- kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik.

3.4.2. Pengukuran Variabel

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dan responden dalam artian laporan tentang pribadinya,

atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto 2010:194). Kuesioner dipakai untuk menyebut metode maupun instrumen jadi dalam menggunakan metode angket atau kusioner instrument yang dipakai adalah angket atau kusioner.

Konsep alat ukur ini berupa kisi – kisi angket, isi angket kemudian dijabarkan kedalam variable dan indikatornya. Skala pengukuran untuk menentukan nilai jawaban angket dan pertanyaan yang diajukan adalah dengan menggunakan skala likert.

Jawaban dari responden diberi skor atau nilai berdasarkan skala likert pendapat tentang orientasi pasar, inovasi terhadap keberhasilan usaha diberi nilai sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

3.4.3. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Validitas dan Reabilitas suatu hasil penelitian tergantung pada ukur yang digunakanitu tidak valid dan tidak handal maka hasilnya tidak menggambarkan keadaan sesungguhnya. Untuk itu, diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Pengujian disebut adalah :

a. Uji Validitas

Menurut Kuncoro (2013:172) Validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya di ukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Secara konseptual dibedakan 3 macam jenis validitas (Sekaran, 2000 207-8) dalam Kuncoro (2013:172) yaitu: validitas isi (contentvaliditas), validitas yang berkaitan validitas konstruk Kuncoro (2013 : 181). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut

- 1) Jika r hitung positif serta r hitung $>$ r tabel, maka butir atau variable tersebut valid. Namun jika r hitung positif serta r hitung $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.
- 2) Jika r hitung $>$ r tabel, tetapi bertanda negatif, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Riduwan dan Sunarto (2010:348), reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah dianggap baik. Instrument yang baik tidak akan bersifat tendesius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali ulang pun hasilnya akan tetap sama atau gabungan

keduanya dan secara internal (analisis konsistensi butir –butir yang ada pada instrument). Setelah penelitian selesai dilakukan maka untuk mengukur pertanyaan dari masing –masing variabel penelitian, dilakukan uji reliabilits Alpa Cronbach’s maka digunakan program SPSS versi 17 Windows. Selanjutnya dalam pemberian interpretasi terhadap koefisien reliabilitas tes pada umumnya digunakan criteria sebagai berikut :

- a. Apabila Alpa Cronbach’s, sama dengan atau lebih besar daripada 0,60 berarti tes yang di uji reliabilitasnya dinyatakan reliabilitas yang tinggi.
- b. Apabila Alpa Cronbach’s. lebih kecil daripada 0,60 berarti bahwa tes yang sedang di uji reliabilitasnya dinyatakan reliabilitas rendah.

3.4.4. Transformasi Data

Data dari jawaban responden adalah bersifat ordinal, syarat bisa menggunakan analisis regresi adalah paling minimal skala data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval, melalui (MSI). Sebagai berikut :

$$\text{Nilai Interval} = \frac{(\text{Density at lower limit})-(\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit})-(\text{Area under lower limit})}$$

Dimana :

Are Upper limit : Kepadatan batas bawah

Density at upper limit : Kepadatan batas atas

Area undder Upper limit : Daerah dibawah batas atas

Are under Lower lim : Dareah dibawah batas bawah

Sesuai dengan nilai skala ordinal ke interval, yaitu skala value (SV) yang nilainya terkecil (harga negative yang terbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu)

$$\text{Transformet Skala value} = Y = \text{SV} + |\text{SV min}| + 1$$

3.4.5. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov smirnov. Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikansi yang ditetapkan. Ghazali (2016:170). Kriteria pengambilan keputusan data berdistribusi normal adalah memenuhi syarat H_0 diterima, yaitu jika memiliki signifikansi $> \alpha$ yang ditetapkan (biasanya 5% atau 0,5)

H_0 : Data berdistribusi normal.

H_1 : Data tidak berdistribusi normal.

Pada penelitian ini akan menggunakan metode 1 Sampel Kolmogorof Smirnov (Ghozali, 2013 : 158).

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103). Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak orthogonal. adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Menurut Ghozali (2016:106). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah menggunakan Eigenvalue dan Condition Index (CI). Pada program computer SAS diagnosis ada tidaknya multikolinearitas dengan menggunakan *Eigenvalue* dan *Condition Index*.

$$K = \frac{\text{Maximum Eigenvalue}}{\text{Minimum Eigenvalue}}$$

Jika nilai k antara 100 dan 1000, maka terdapat multikolinearitas moderat ke kuat. Jika $k > 1000$, maka terdapat multikolinearitas sangat Kuat. Dengan cara lain jika CI (=k) nilainya antara 10 dan 30 terdapat multikolinearitas moderat ke kuat, jika nilai CI > 30 terdapat multikolinearitas sangat kuat.

Uji Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas umumnya dengan melihat Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada hasil regresi linier. Apabila nilai tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi Multikolinearitas (Priyatno, 2016:129).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan yaitu varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu Z_{pred} dengan Z_{resid} , ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antaran S_{resid} dan Z_{pred} dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi dan sumbu X adalah Residual ($Y_{prediksi} - Y_{sesungguhnya}$), (Ghozali,2016:134). Dasar pengambilan keputusana yaitu :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuknya suatu pola tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menjempit),maka terjadi Heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyeyebar makadan dibawah angka pada sumbu Y, maka tidak terjadi pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

6.4.6. Model Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Analisis regresi ganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antar dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi

(Priyatno, 2012:73). Persamaan secara umum regresi linier berganda adalah sebagai :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

a = Nilai Konstanta

b_1 = Nilai Koefisien Regresi variabel bebas

X_1 = Orientasi Pasar

X_2 = Inovasi Produk

Y_1 = Keberhasilan Usaha

e = *Error Term*

3.4.7. Uji Hipotesis

a. Pengujian Secara Individual (Parsial dengan Uji T)

Uji t atau koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2012:90). Langkah –Langkah dalam uji t adalah sebagai berikut :

- a. Pengujian hipotesis orientasi pasar secara parsial terhadap keberhasilan usaha

H_0 ; $b=0$, artinya tidak ada pengaruh orientasi pasar secara parsial terhadap keberhasilan usaha

H_a ; $b \neq 0$, artinya ada pengaruh orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha.

- b. Pengujian hipotesis inovasi produk secara parsial terhadap keberhasilan usaha.

H_0 ; $b=0$, artinya tidak ada pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha.

H_a ; $b \neq 0$, artinya ada pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha.

Kriteria pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. apabila nilai statistik t hasil dari perhitungan lebih tinggi di bandingkan nilai t tabel, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikan 5% dengan menggunakan $t_{tabel} = t_{\alpha/2, df (n-k-1)}$. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian secara keseluruhan (simultan) dengan uji- t ini adalah:

1. Merumuskan hipotesis:

H_0 : $b = 0$, artinya tidak ada pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha.

H_a : $b \neq 0$, artinya ada pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha.

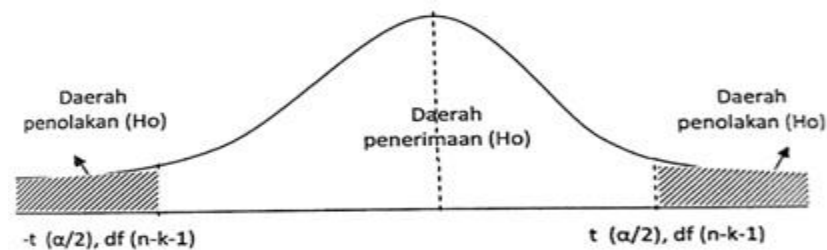
2. Menentukan T hitung, nilai T hitung diolah dengan bantuan program SPSS.

3. Menentukan T tabel

Tabel distribusi T dicari pada tingkat keyakinan 95% a 5% (uji satu sisi)

$Df = n - k - 1$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah independen).

4. Kriteria Pengujian
 - a. Jika $F \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ maka H_0 diterima
 - b. Jika $F \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak
5. Membuat Kesimpulan
 - a. Jika $F \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak
 - b. Jika $F \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ maka H_0 diterima



Gambar 3.1.
Uji t tingkat Keyakinan

b. Pengujian Secara Keseluruhan (Simultan) Dengan Uji F)

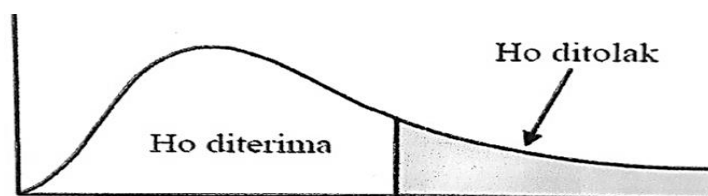
Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk melihat tingkat signifikan Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja. (Priyatno, 2012:89). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian secara keseluruhan (simultan) dengan uji-f ini adalah:

1. Merumuskan hipotesis:

$H_0: \beta = 0$, artinya tidak ada pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha.

$H_a: b \neq 0$, artinya ada pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Menentukan F hitung, nilai F hitung diolah dengan bantuan program SPSS.
3. Menentukan F tabel
Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95% a 5% (uji satu sisi)
Df- n-k-1 (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah independen).
4. Kriteria Pengujian
 - a. Jika F hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima
 - b. Jika F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak
5. Membuat Kesimpulan
 - a. Jika F hitung $< F$ tabel maka H_0 ditolak
 - b. Jika F hitung $> F$ tabel maka H_0 diterima



Gambar 3.2.
Uji F tingkat keyakinan 95%

3.4.8. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno (2012: 76), analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat proporsi pengaruh variabel independen secara bersama-sama

terhadap variabel dependen. Untuk mendapatkan nilai koefisien determinasi digunakan rumus berikut :

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

Keterangan:

KP : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien yang dikuadratkan

3.5. Batasan Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel pengaruh yang akan di opeasionalkam yaitu variabel Orientasi Pasar (X_1), Inovasi Produk (X_2) dan variabel yang di pengaruhi Keberhasilan Usaha (Y). Agar 3 (tiga) variabel tersebut dapat dioperasikan maka di buat batasan operasional variabel penelitian ini dapat di uraikan sebagai tabel berikut :

Tabel 3.2
Batasan Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian	Indikator
Orientasi Pasar (x_1)	Orientasi Pasar merupakan suatu filosofi dalam strategi pemasaran yang menganggap bahwa penjualan produk tidak tergantung pada strategi penjualan tetapi pada keputusan konsumen dalam membeli produk.	1. Orientasi Pelanggan 2. Orientasi pesaing 3. Informasi Pasar Aprizal (2018:30)
Inovasi Produk (X_2)	Inovasi merupakan tindakan kewirausahaan untuk meraih sukses dalam persaingan. Melalui penelitian dan pengembangan (<i>research dan development</i>) para	1. Tingkat kebaruan dan Keunikan Produk 2. Penggunaan inovasi teknologi

	wirausahawan menemukan kebaruan, kegunaan dan kemudahan sebagai nilai tambah dan daya saing.	<p>terbaru dalam pengembangan produk</p> <p>3. Jumlah produk baru yang dikenalkan pada pasar.</p> <p>4. Jumlah produk baru yang “Pertama” di pasar.</p> <p>Kresdiana (2013:57)</p>
Keberhasilan usaha (Y)	Keberhasilan Usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan dalam pengertian umum keberhasilan menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya, suatu bisni dikatakan berhasil bila mendapatkan laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha.	<p>1. Kemampuan mendapatkan laba (<i>Profitability</i>)</p> <p>2. Produktivitas dan Efisiensi (<i>Productivity and Efficiency</i>)</p> <p>3. Daya Saing (<i>Competitiveness</i>)</p> <p>4. Kompetensi dan Etika Usaha (<i>Competence and Ethics</i>)</p> <p>5. Terbangunnya kepercayaan atau amanah dari masyarakat luas (<i>Trust</i>)</p> <p>Noor (2013:401)</p>