

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan bentuk investigasi yang sistematis, terkendali dan empiris terhadap hipotesis-hipotesis yang dibangun dari suatu struktur teori. Metode penelitian memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi prosedur dan langkah-langkah yang harus di tempuh, waktu penelitian, sumber data, dan dengan langkah apa data-data tersebut diperoleh dan selanjutnya diolah dan dianalisis.

Jenis-jenis penelitian menurut sugiono (2018:10) antara lain:

1. Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka.
2. Penelitian kualitatif, adalah penelitian dengan menggunakan data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, skema dan gambar

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah uraian sistematis tentang teori dan hasil-sil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti (Sugiono,2018:11)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan melalui angket/kuesioner. Data yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut Menggunakan aplikasi *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS).

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Jogiyanto (2018:78) adalah mendefinisikan konsep secara operasi dengan menjelaskan karakteristik objek (property) ke dalam elemen-elemen yang dapat di observasi dan memudahkan konsep untuk di ukur. Definisi operasional juga dapat membantu peneliti yang lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama.

Menurut Sugiono (2018:221), definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel-variabel yang digunakan dalam peneliti ini adalah satu variabel dependen (variabel terikat) dan dua variabel independen (variabel bebas). Variabel terikat pada penelitian ini adalah *Marketing Capability*. sedangkan variabel bebas nya adalah *Enterpreneurial Orientation* dan *Organizational Learning*.

1. Variabel Independen (variabel bebas)

a. *Enterpreneurial Orientation* (X_1)

Entrepreneurial orientation atau orientasi kewirausahaan di definisikan sebagai tinjauan yang didasari oleh semangat dan perilaku yang dinamis, berani mengambil risiko dan kreatif dalam menangani usaha.. Indikatornya adalah:

1. Inovasi
2. Pengambilan Risiko
3. Proaktif
4. Otonomi
5. Aggresivitas competitive

Lumpkin dan Dess (1996) dalam Dharmayanti dan Wijaya (2016: 4)

b. *Organizational Learning* (X_2)

Organizational learning adalah suatu konsep dimana organisasi terus menerus melakukan proses pembelajaran mandiri (*self learning*) sehingga organisasi tersebut memiliki ‘kecepatan berpikir dan bertindak’ dalam merespon beragam perubahan yang muncul. Indikatornya adalah:

1. *The commitment to learn*
2. *Shared Vision*
3. *Open-mindedness*
4. *Intra-organizational knowledge sharing*

Calantone, et al (2002) dalam Widodo (2014:36)

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

a. *Marketing Capability* (Y)

Kapabilitas pemasaran (*Marketing Capabilities*) adalah seperangkat sumber daya dan ketrampilan dalam bidang pemasaran

yang merupakan hasil dari proses akumulasi pengetahuan dan pengalaman yang bertujuan mencapai kinerja perusahaan yang diinginkan Indikatornya adalah:

- a. *Marketing Sensing Capability*
- b. *Marketing Learning Capability*
- c. *Marketing Targeting and Positioning Capability*

Sarutaya Sukdej (2015:9)

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Teknik Survei

Menurut Jogiyanto (2018:140) Teknik survey atau *self administrative survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan – pertanyaan kepada responden individu melalui kuesioner. Kuesioner di berikan kepada UMKM yang membuat keripik pisang di Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu.

2. Wawancara

Menurut Jogiyanto (2018:114) wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara dipergunakan untuk melengkapi datayang sudah di peroleh dari angket. Sehingga peneliti mempunyai pemahaman lebih mendalam pada permasalahan yang ada di dalam penelitian ini.

Wawancara dilakukan pada responden dengan kriteria; a) responden mempunyai informasi yang diinginkan, b) responden mau bekerjasama dengan baik sehingga bersedia memberikan data yang di butuhkan.

Panduan wawancara yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Panduan Wawancara

No	Pertanyaan yang akan di ajukan
1	Strategi Pemasaran yang selama ini dilakukan
2	Tanggapan Pemilik Usaha terhadap persaingan usaha yang semakin tinggi
3	Tanggapan Pemilik Usaha terhadap pemakaian teknologi
4	Perubahan dan inovasi yang selama ini telah dilakukan dalam usaha

D. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrument berupa angket/kuesioner yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang terkait dengan variabel independen – X_1 (*Entrepreneurial Orientation*). X_2 (*Organizational Learning*) dan variabel Dependen - Y (*Marketing Capability*).

Kuesioner yang disusun secara tertutup dalam bentuk *skala likert*. skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi.

Kuesioner di susun berdasarkan indikator yang sudah di identifikasi di dalam Bab 2. Tabel kisi – kisi kuesioner ada dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.2. Kisi – Kisi Kuesioner

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kisi-kisi soal	Jumlah
<i>Enterpreneurial Orientation (X₁)</i>	tinjauan yang didasari oleh semangat dan perilaku yang dinamis, berani mengambil risiko dan kreatif dalam menangani usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi 2. Pengambilan Risiko 3. Proaktif 4. Otonomi 5. Aggresivitas competitive <p>Lumpkin dan Dess (1996) dalam Dharmayanti dan Wijaya (2016: 4)</p>	1,2 3,4 5,6 7,8 9.10	10 soal
<i>Organizational Learning(X₂)</i>	suatu konsep dimana organisasi terus menerus melakukan proses pembelajaran mandiri (<i>self learning</i>) sehingga organisasi tersebut memiliki ‘kecepatan berpikir dan bertindak’ dalam merespon beragam perubahan yang muncul	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The commitment to learn</i> 2. <i>Shared Vision</i> 3. <i>Open-mindedness</i> 4. <i>Intra-organizational knowledge sharing</i> <p>Calantone, et al (2002) dalam Widodo (2014:36)</p>	11,12 13,14 15,16 17,18	8 soal
<i>Marketing Capability (Y)</i>	seperangkat sumber daya dan ketrampilan dalam bidang pemasaran yang merupakan hasil dari proses akumulasi pengetahuan dan pengalaman yang bertujuan mencapai kinerja perusahaan yang diinginkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Marketing Sensing Capability</i> 2. <i>Marketing Learning Capability</i> 3. <i>Marketing Targeting and Positioning Capability</i> <p>Sarutaya Sukdej (2015:9)</p>	19,20,21 22,23,24 25,26,27,28	10 soal
		Total item	28	28 soal

Instrumen disusun berdasarkan indikator-indikator dari *Enterpreneurial Orientation, Organizational Learning dan Marketing Capability*. Responden memberikan penilaian atas pernyataan dalam kuisioner dalam bentuk pernyataan:

SS = Sangat setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

CS = Cukup setuju diberi skor 3

TS = Tidak setuju diberi skor 2

STS = Sangat tidak setuju diberi skor 1

Kuesioner yang telah dibuat kemudian diberi skor. Skor tiap butir kemudian di jumlahkan untuk mengetahui dan dapat di kelompokkan ke dalam pengkategorian tinggi, sedang, dan rendah. Pengkategorian di hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan :

I = Kelas Interval

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah

K = Kategori

1. Kelas interval variabel *Enterpreneurial Orientation*

Daftar pernyataan dalam kuesioner *Enterpreneurial Orientation* (X_1) dirancang sebanyak 10 pernyataan, maka didapat nilai tertinggi sebesar $5 \times 10 = 50$ dan nilai terendah sebesar $1 \times 10 = 10$. Selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{50-10}{3} = \frac{40}{3} = 13,3 \quad \text{dibulatkan menjadi 13}$$

Dengan interval ($i = 13$), diperoleh pengkategorian variable

Enterpreneurial Orientation sebagai berikut:

1. Skor 10 – 22, adalah pernyataan dalam kategori kurang.
2. Skor 23 – 35, adalah pernyataan dalam kategori sedang.
3. Skor 36 – 50, adalah pernyataan dalam kategori baik

2. Kelas interval untuk variabel *Organizatiopnal Learning*

Daftar pernyataan dalam kuesioner *Organizational Learning* (X_2) dirancang sebanyak 8 pernyataan, maka didapat nilai tertinggi sebesar $5 \times 8 = 40$ dan nilai terendah sebesar $1 \times 8 = 8$. Selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{40-8}{3} = 10,6 \quad \text{dibulatkan menjadi 11}$$

Dengan interval ($i = 11$), diperoleh pengkategorian variabel

Organizational Learning sebagai berikut:

1. Skor 8– 18, adalah pernyataan dalam kategori kurang.
2. Skor 19– 31, adalah pernyataan dalam kategori sedang.
3. Skor 32 – 40, adalah pernyataan dalam kategori baik.

3. Kelas interval untuk variabel *Marketing Capability*

Daftar pernyataan dalam kuesioner *Marketing Capability* (Y) dirancang sebanyak 10 pernyataan, maka didapat nilai tertinggi sebesar $5 \times 10 = 50$ dan nilai terendah sebesar $1 \times 10 = 10$. Selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{50-10}{3} = 13,3 \text{ dibulatkan menjadi } 13$$

Dengan interval ($i = 13$), diperoleh pengkategorian variabel *Marketing Capability* sebagai berikut:

4. Skor 10 – 22, adalah pernyataan dalam kategori kurang.
5. Skor 23 – 39, adalah pernyataan dalam kategori sedang.
1. Skor 40 – 50, adalah pernyataan dalam kategori baik

E. Populasi, Sample dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi menurut Sugiono (2018:297) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah UMKM yang membuat keripik pisang di Kecamatan Pringsewu. Berdasarkan data Dinas Koperindag Kabupaten Pringsewu, di Kecamatan Pringsewu terdapat 3.238 UMKM yang terdiri dari berbagai jenis usaha. Dari jumlah tersebut terdapat 10 UMKM yang membuat keripik pisang di Kecamatan Pringsewu. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini sebanyak 10 UMKM produsen Keripik Pisang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang di gunakan dalam penelitian (Sugiyono. 2018:122). Penelitian ini mempunyai jumlah populasi yang kecil, sehingga semua anggota populasi menjadi sampel. Atau sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang bergerak di Industri Keripik pisang di Kecamatan Pringsewu sebanyak 10 orang.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling menggunakan non probability sampling dengan teknik sampling jenuh, karena menggunakan semua anggota populasi menjadi sampel (Sugiyono, 2018: 125)

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data ialah suatu proses analisis data guna menyimpulkan dan memberi saran atau masukan yang mendukung dalam menentukan suatu keputusan.

Kuisisioner perlu dilakukan uji coba terlebih dahulu kepada 10 responden diluar sampel agar kalimat-kalimat yang tidak dimengerti dapat diperbaiki. Setelah kuisisioner dinyatakan lulus uji coba selanjutnya kuisisioner diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya dengan menyebar kuisisioner kepada 5 UMKM lain yangjuga bergerak pada industri keripik pisang di kecamatan Ambarawa.

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan kevalidan item pernyataan sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian. Dengan kata lain, uji validitas ditujukan untuk mengukur tingkat ketepatan alat ukur.

Dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan uji validitas item dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*.

Menurut Sugiyono (2018: 241) rumus korelasi *product moment* adalah:

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

N

H

Keterangan :

n = banyaknya jumlah sampel yang akan diuji

x = pertanyaan ke- t

y = Jumlah dari seluruh pertassnyaan

Kriteria putusan

Jika $r_{xy\text{-hitung}} > r_{xy\text{-tabel}}$, maka kuesioner valid

Jika $r_{xy\text{-hitung}} < r_{xy\text{-tabel}}$, maka kuesioner tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas menggunakan rumus korelasi *Cronbach's Alpha*. Menurut Sugiyono (2018:244) sebuah variabel di katakana reliable jika mempunyia nilai di atas 0.6.

Rumus mencari nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Indeks Reliabilitas

K = Jumlah butir dalam skala pengukuran

a_t^2 = Varian total

$\sum a_b^2$ = Jumlah varian butir pernyataan.

2. Analisis Statistik

a. Analisis Regresi Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Yaitu *Enterpreneurial Orientation* dan *Organizational Learning* terhadap variabel dependen yaitu *Marketing Capability*. Rumus matematis dari linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2018:277) adalah:

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

Keterangan:

Y = *Marketing Capability* (variabel *dependen*)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Persamaan regresi variabel X_1, X_2

X_1 = *Enterpreneurial Orientation* (variabel X_1)

X_2 = *Organizational Learning* (variabel X_2)

e = error

b. Uji parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi

variabel dependen. Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2018:255).

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r_p = Nilai korelasi

n = Banyaknya pengamatan

Langkah-langkah uji hipotesis untuk koefisien regresi adalah :

- 1) Perumusan hipotesis Nihil (H₀) dan hipotesis alternatif (H₁)
 - a) H₀: β₁ < 0 tidak ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X₁, X₂) terhadap variabel terikat (Y)
 - b) H₀: β₁ > 0 ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X₁, X₂) terhadap variabel terikat (Y)
- 2) Penentuan harga t_{tabel} berdasarkan taraf signifikansi dan taraf derajat kebebasan
 - Taraf signifikansi = 5% (0,005)
 - Derajat kebebasan = (n-1-k)

c. Uji berganda (Uji F)

Uji F pada dasarnya dilakukan “untuk mengetahui signifikansi hubungan antar semua variabel bebas dan variabel terikat. Apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat“ (Sugiyono, 2018:253). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan yakni untuk mengukur besarnya pengaruh *Enterpreneurial Orientation* dan *Organizational Learning* terhadap *Marketing Capability* pada UMKM di Industri Keripik Pisang Kabupaten Pringsewu.

Nilai F, dapat di hitung dengan:

$$F = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F= Nilai f_{hitung}

r = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Ketentuannya :

- 1) $H_0: \beta_1 \leq 0$ tidak ada pengaruh dari variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y)
- 2) $H_0: \beta_1 > 0$ ada pengaruh dari variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y)

Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikasinya adalah 5% dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima berarti ada pengaruh antara variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (y)
2. Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y)

d. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

$$\text{Adjusted R square } (R^2) = 1 - (1 - R^2) \frac{N-1}{N-k}$$

Keterangan:

N : banyak nya observasi

K : banyak nya variabel (bebas dan terikat)

Analisa nilai koefisien korelasi didasarkan pada standard atau tabel korelasi yang di jelaskan dalam Sugiyono (2018:242), yaitu:

Tabel 3.3 Tabel Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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

Suumber: sugiyono (2018:242)