

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian regresi. Dimana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan pada Amanda Brownies ini melalui survei yaitu dengan cara penyebaran kuisioner.

Survei adalah penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dengan demikian, penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2006).

Setelah mendapatkan data berupa angka-angka dari penyebaran kuisioner selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan *software SPSS*. Kemudian *software SPSS* akan menampilkan hasil seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau study sensus (Sbar, 2007).

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan CV. Amanda Brownies Surabaya yang berada di area perusahaan dengan kriteria mereka yang bekerja di area penjualan dan produksi di CV. Amanda Brownies Surabaya. Syarat populasi yaitu para karyawan yang terhitung sampai tahun 2019 ini masih aktif bekerja sebagai karyawan CV. Amanda Brownies Surabaya dengan jumlah 78 karyawan.

3.2.2 Sampel

Pengambilan sampel penelitian ini dengan menggunakan teknik probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel probability sampling dengan simple random sampling dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017:82). Mengemukakan sampel adalah bagian menggunakan dari jumlah dan karakteristik

yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2017:80).

Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sample, yaitu :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah kedalam subsample (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya) ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda) ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan control eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Dengan melihat populasi sebanyak 78 pekerja maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat diambil sampel berdasarkan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = Nilai Prensensi 95 % atau sig = 0,05 (tingkat kesalahan 5 %)

Perhitungan sampel :

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1} = \frac{78}{78(0,05)^2+1} = \frac{78}{1,195} = 65,27 = 66 \text{ responden (pekerja)}$$

Berdasarkan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin, maka dengan jumlah populasi sebanyak 78 pekerja dapat ditentukan jumlah sampel sebesar 66 responden diarea penjualan dan produksi Brownis Amanda Surabaya.

3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian

3.3.1 Pengukuran

Pengukuran sebagai kegiatan membandingkan suatu hal dengan satuan ukuran tertentu sehingga sifatnya menjadi kuantitatif (Arikunto dan Jabar, 2004). Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Sebuah skala pengukuran merupakan seperangkat aturan untuk mengkuantifikasi sebuah variable tertentu, atau pemberian skor angka padanya (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini yang digunakan yaitu skala likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:93). Penentuan nilai jawaban untuk setiap pernyataan menggunakan metode skala likert.

3.3.2 Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang di gunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. instrumen penelitian ini memudahkan peneliti untuk pengumpulan data atau variabel penelitian karena mempunyai penilaian yang tepat dan perlu adanya uji validitas sebelum nantinya di bagikan ke responden (Sugiyono, 2017:102).

Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk di teliti. Variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasional, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan di ukur. Dari indikator ini kemudian ditentukan indikator yang akan di ukur kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan.

3.4 Teknis Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknis pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Pertanyaan dalam kuesioner harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti, sehingga dapat memperoleh data pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan.

Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan metode Skala Likert (Sugiyono, 2010). Dengan pembobotan setiap pertanyaan sebagai berikut:

- | | | | |
|----|-------|-----------------------|-----------------|
| 1. | (SS) | = Sangat Setuju | bobot jawaban 5 |
| 2. | (S) | = Setuju | bobot jawaban 4 |
| 3. | (CS) | = Cukup Setuju | bobot jawaban 3 |
| 4. | (TS) | = Tidak Setuju | bobot jawaban 2 |
| 5. | (STS) | = Sangat Tidak Setuju | bobot jawaban 1 |

3.5 Definisi Konsep dan Definisi Operasional

3.5.1 Definisi Konsep

1. Orientasi kewirausahaan (X1) adalah perilaku wirausahawan dalam mengelola usahanya dimana harus ada kemampuan perusahaan dalam melihat peluang usaha baru. Selain itu, Orientasi kewirausahaan juga diartikan sebagai orientasi perusahaan yang memiliki prinsip pada upaya

untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan untuk mengembangkan usaha yang ada.

2. Inovasi Produk (X2) adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.
3. Kinerja Perusahaan (Y) adalah kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk pekerjaan karyawan dan merefleksikan seberapa baik karyawan memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan. Dengan tiga faktor utama yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu kemampuan individu untuk melakukan pekerjaan tersebut, tingkat usaha yang dicurahkan dan dukungan organisasi yang diterimanya.

3.5.2 Definisi Operasional

1. Orientasi Kewirausahaan (X1), dalam penelitian ini indikator yang digunakan yaitu :
 - a. *Need for Achievement* (keinginan untuk berprestasi) Menurut McClland (1987) Proses pembelajaran yang stabil yang mana kepuasan akan didapatkan dengan berjuang dan memenuhi level tertinggi untuk dapat menjadi ahli dibidang tertentu.
 - b. *Self Relience* (kemandirian) Menurut Masrun (1986:8)
Suatu sikap yang memungkinkan seseorang untuk bertindak bebas, melakukan sesuatu atas dorongan sendiri dan untuk kebutuhannya sendiri tanpa bantuan dari orang lain, maupun berpikir dan bertindak original/kreatif, dan penuh inisiatif, mampu mempengaruhi lingkungan, mempunyai rasa percaya diri dan memperoleh kepuasan dari usahanya.
 - c. *Extroversion* (keterbukaan) Menurut Stephen dan Timothy (2008:127)
Dimensi ini mengungkapkan tingkat kenyamanan seseorang dalam berhubungan dengan individu lain. Individu yang memiliki sifat ekstraversi (*Extroversion*) cenderung suka hidup berkelompok, tegas, dan mudah bersosialisasi.
2. Inovasi Produk (X2), dalam penelitian ini indikator yang digunakan yaitu :
 - a. Perluasan Lini Produk Lukas dan Ferrel (2000:240)
Perluasan lini produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar. Perluasan lini produk merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk menambah produk baru yang

memiliki hubungan yang erat karena memiliki fungsi serupa, dijual pada kelompok konsumen yang sama, dipasarkan melalui saluran distribusi yang sama dengan skala harga jual tertentu (Saladi, 2003).

b. Produk Tiruan/Imitasi

Produk tiruan atau imitasi merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar (Lukas dan Ferrel, 2000:240). Imitasi merupakan suatu tindakan sosial seseorang untuk meniru sikap, tindakan, atau tingkah laku orang lain (Hariyanto, 2011).

c. Produk Baru Lukas dan Ferrel (2000:240)

Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun pasar. Produk baru dapat merupakan barang dan jasa yang pada pokoknya berbeda dengan produk yang telah dipasarkan oleh sebuah perusahaan (Irawan dan Basu Swastha DH, 2000).

3. Kinerja Perusahaan (Y), dalam penelitian ini indikator yang digunakan yaitu :

a. Perspektif pelanggan

Berkaitan erat dengan cara perusahaan melayani pelanggan. Dalam hal ini, setiap pelanggan harus diperlakukan secara layak. Dengan begitu, mereka merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

b. Perspektif bisnis internal

Perusahaan menilai seberapa besar ukuran dan sinergi dari setiap unit kerja. Untuk mengukur poin ini, pemimpin perusahaan harus rutin mengamati bagaimana kondisi internal dalam perusahaan. Apakah semuanya dijalankan sesuai dengan metode yang ditetapkan atau malah melenceng dari peraturan.

c. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran

Karyawan menjadi elemen penting yang harus dijaga perusahaan. Tanpa adanya karyawan, proses pertumbuhan dan perkembangan perusahaan akan menghadapi banyak kendala. Karyawan juga berfungsi sebagai pendukung dalam perspektif keuangan dan pelanggan. Karena itu, apa yang direncanakan perusahaan dapat mencapai target yang maksimal.

3.6 Teknis Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan model analisis Regresi Linier Berganda yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan bantuan dari aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Adapun model analisis Regresi Linier Berganda yang dimaksud adalah sebagai persamaan berikut:

- $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ fungsi tersebut menerangkan hubungan antara dua variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana :
- Y = Kinerja perusahaan
a = Konstanta
 b_1, b_2 = Koefisien regresi
 X_1 = Orientasi kewirausahaan
 X_2 = Inovasi produk

3.6.1 Uji Analisis Data

3.6.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuisioner yang diisi oleh responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Menurut Situmorang dan Lutfi (2012:76) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Pada uji validitas diketahui bahwa n adalah 30, dan $\alpha=5\%$, maka r tabel (5%) = 0,361. Jadi setiap pertanyaan dapat dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari 0,361.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel (Situmorang dan Lutfi,2012:79). Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Adapun kriteria dalam pengujian reliabilitas yang dilakukan adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* (α) untuk menghasilkan variabel. Dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk menentukan kelayakan secara statistik menggunakan regresi linear berganda harus memenuhi beberapa uji asumsi klasik sebagai berikut :

1. Uji Multikolinieritas
2. Uji Normalitas

3. Uji Heterodeksitas

2.6.2.1 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independent dalam suatu model regresi linier berganda. Model regresi yang baik memiliki variabel-variabel bebas yang independent. Harapannya asumsi multikolinieritas tidak terpenuhi. Statistik uji yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *variance inflation factor* (VIF), atau korelasi pearson antara variabel-variabel bebas. Pada uji multikolinieritas diharapkan nilai $VIF < 10$, sehingga asumsi multikolinieritas tidak terpenuhi.

2.6.2.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, residual memiliki distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika residualnya memiliki distribusi normal. Pedoman yang digunakan untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikansi pada bagian Kolmogorov-Smirnov (Asymp.Sig), apabila nilai signifikansi (Asymp.Sig) $> 0,05$ maka residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Asymp.Sig) $\leq 0,05$ maka residual tidak berdistribusi normal.

2.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel pengganggu memiliki varian yang sama atau tidak. Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

Dasar analisisnya yaitu:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Dwi Priyanto, 2009).

3.7.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Sugiyono, 2009).

Analisis regresi linier berganda adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independent untuk menduga nilai dari variabel dependent (Kazmier, 2005). Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu orientasi kewirausahaan (X_1), inovasi produk (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y) pada karyawan Amanda Brownies Surabaya.

Persamaan regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kinerja perusahaan

a = konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan (X_1)

b_2 = Koefisien regresi variabel inovasi produk (X_2)

X_1 = Orientasi kewirausahaan

X_2 = Inovasi produk

3.8.1 Pengujian Hipotesis

3.8.1.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance).

1. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
2. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, Sugiyono (2011).

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1,X2 (orientasi kewirausahaan, inovasi produk) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kinerja perusahaan).

3.8.1.2 Uji F

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan tabel Ftabel dalam Excel, jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel} = \text{signifikan}$. Level of signifikan adalah 95% benar dan tingkat kesalahannya adalah 5% yang berarti *coefficients* pada variabel kurang dari 0,05 maka variabel tersebut bisa dikatakan signifikan.

3.8.1.3 Uji Korelasi (r)

Korelasi parsial adalah suatu metode pengukuran keeratan hubungan (korelasi) antara variabel bebas dan variabel terikat dengan mengontrol salah satu variabel bebas untuk melihat korelasi natural antara variabel yang tidak terkontrol. Analisis korelasi parsial (*partial correlations*) melibatkan dua variabel. Satu buah variabel yang dianggap berpengaruh akan dikendalikan atau dibuat tetap sebagai variabel kontrol.

Nilai korelasi berkisar 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin erat. Sebaliknya, jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik, maka Y naik) sementara nilai negative menunjukkan hubungan terbalik (x naik, maka Y turun).

Uji korelasi adalah suatu ukuran hubungan linear antar variabel. Sehingga fungsi dari uji korelasi adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel penelitian (Jonathan Sarwono), mengukur kekuatan hubungan korelasi dengan ketentuan interval sebagai berikut :

- 0,00 – 0,20 = Tidak Ada Korelasi
- 0,21 – 0,40 = Korelasi Rendah
- 0,41 – 0,60 = Korelasi Sedang
- 0,61 – 0,80 = Korelasi Kuat
- 0,81 – 1,00 = Korelasi Sempurna

3.8.1.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk) dalam menerangkan variasi variabel dependent/tidak bebas (kinerja perusahaan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan. Sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2005:83). Setiap tambahan satu variabel independent, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 (*Adjusted R square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independent ditambahkan kedalam model.