

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kewirausahaan khususnya mengenai pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap daya saing usaha. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel X adalah perilaku kewirausahaan dengan dimensi 1) kepribadian, 2) kemampuan hubungan, 3) kemampuan pemasaran, 4) keahlian dalam mengatur, 5) sikap terhadap uang. Sementara daya saing usaha menjadi variabel Y dengan dimensi mencakup 1) produk, dan 2) pemasaran.

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah industri sepatu Cibaduyut Bandung yang berlokasi di Jalan Raya Cibaduyut, Bojongloa Kidul, Bandung, Indonesia. Unit analisis yang dijadikan sebagai responden adalah pengusaha sepatu Cibaduyut Bandung. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun di tahun 2018, maka metode yang digunakan yaitu *cross sectional method*. Pendekatan *cross sectional method* adalah pendekatan yang mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Umar, 2008, hlm. 45). Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu disebut *cross sectional method* (Malholtra, 2009, hlm. 101).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Darmadi, 2013, hlm. 153). Sehingga dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat

perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2017, hlm. 153).

Pendapat lain tentang metode deskriptif adalah suatu metode yang dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variable (Sekaran, 2014, hlm. 158). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh perilaku wirausaha terhadap daya saing usaha pengusaha sepatu Cibaduyut Bandung.

Metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017, hlm. 8). Jenis penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan variabel satu dengan variabel lain.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey atau *explanatory survey* bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dengan cara pengujian hipotesis. Metode *explanatory survey* adalah penelitian yang dilakukan dengan maksud untuk mengetahui sesuatu secara keseluruhan dari wilayah atau objek penelitian (Nasahudin 2012, hlm. 56). Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut berlaku umum (*general*) untuk seluruh informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ke tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

Metode penelitian ini dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti yaitu pengusaha sepatu Cibaduyut Bandung.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan kegiatan mengoperasionalkan sesuatu konsep agar dapat diukur, dilakukan melalui melihat dimensi perilaku, aspek atau karakteristik yang ditunjukkan oleh suatu konsep (Hermawan, 2006). Agar dapat membedakan konsep teoretis dengan konsep analitis dalam suatu penelitian, maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variable. Variable adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan variasi nilai (Sekaran, 2014).

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi perilaku kewirausahaan (X) dengan dimensinya mencakup 1) kepribadian 2) kemampuan hubungan 3) kemampuan pemasaran 4) keahlian dalam mengatur 5) sikap terhadap uang, serta daya saing usaha (Y) dengan dimensi 1) produk, dan 2) pemasaran.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
Perilaku Wirausaha (X)	Perilaku wirausaha merupakan petunjuk atau pemahaman tentang sifat-sifat ini atau potensi bawaan yang dimiliki oleh seorang wirausaha K. N. Simpeh (2011)	Kepribadian	Disiplin diri	Tingkat kedisiplinan diri dalam bekerja	Ordinal	1
			Kreativitas	Tingkat kreativitas dalam menciptakan model sepatu	Ordinal	2
			Kepercayaan diri	Tingkat kepercayaan diri dalam menjalankan usaha	Ordinal	3
			Keberanian dalam mengambil risiko	Tingkat keberanian diri dalam mengambil risiko	Ordinal	4
			Memiliki dorongan	Tingkat dorongan diri dalam mencapai tujuan usaha	Ordinal	5
			Kemauan kuat	Tingkat memiliki kemauan yang kuat dalam mencapai keberhasilan usaha	Ordinal	6

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
		Kemampuan hubungan	Komunikasi	Tingkat kemampuan dalam berkomunikasi	Ordinal	7
			Hubungan interpersonal	Tingkat kemampuan dalam berhubungan interpersonal	Ordinal	8
			Kepemimpinan	Tingkat kemampuan memimpin usaha	Ordinal	9
			Manajemen	Tingkat kemampuan manajemen dalam menjalankan usaha	Ordinal	10
		Kemampuan pemasaran	Penentuan produk	Tingkat kemampuan dalam menentukan produk	Ordinal	11
			Penentuan harga	Tingkat kemampuan dalam menentukan harga	Ordinal	12
			Periklanan	Tingkat penggunaan media untuk periklanan produk	Ordinal	13
			Promosi	Tingkat penggunaan promosi produk	Ordinal	14
		Keahlian dalam mengatur	Menentukan tujuan	Tingkat kemampuan dalam menentukan tujuan usaha	Ordinal	15
			Perencanaan	Tingkat kemampuan dalam perencanaan usaha	Ordinal	16
			Penjadwalan	Tingkat kemampuan dalam menjadwalkan produksi	Ordinal	17

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
			Pengaturan pribadi	Tingkat kemampuan mengatur diri dalam mendukung keberhasilan usaha	Ordinal	18
		Pengelolaan uang	Sikap terhadap keuangan	Tingkat kemampuan dalam menyikapi keuangan dalam perusahaan	Ordinal	19
			Pengaturan keuangan	Tingkat kemampuan mengatur keuangan dalam perusahaan	Ordinal	20
Daya Saing Usaha (Y)	Daya saing adalah proposisi nilai yang membuat bisnis kecil terpisah dari para pesaingnya dan memberinya posisi unik di pasar yang lebih unggul dari pesaingnya (Scharborought, 2016).	Produk	Keunikan produk	Tingkat keunikan produk yang dimiliki	Ordinal	21
			Menghemat waktu dan uang	Tingkat kemampuan dalam mengefesienkan waktu dan uang	Ordinal	22
			Dapat diandalkan	Tingkat pengusaha dapat diandalkan oleh konsumen	Ordinal	23
			Menghemat energi	Tingkat kemampuan pengusaha dalam menghemat energi pembuatan produk	Ordinal	24
			Melindungi lingkungan	Tingkat kemampuan dalam melindungi lingkungan dari limbah produksi	Ordinal	25
			Memberikan kemudahan	Tingkat kemampuan pengusaha	Ordinal	26

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
				dalam memberikan kemudahan kepada konsumen		
		Pemasaran	Mempromosikan produk lewat online	Tingkat mempromosikan produk lewat online	Ordinal	27
			Membuat strategi pemasaran dengan baik	Tingkat kemampuan dalam membuat strategi pemasaran dengan baik	Ordinal	28
			Keterampilan meyakinkan konsumen terhadap produk baru	Tingkat keterampilan meyakinkan konsumen terhadap produk baru	Ordinal	29
			Keterampilan berkomunikasi dengan konsumen	Tingkat keterampilan berkomunikasi dengan konsumen	Ordinal	30
			Membangun cabang baru	Tingkat kemampuan membangun toko yang banyak	Ordinal	31

Sumber: Berdasarkan hasil dari berbagai sumber

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan maka data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Menurut Hermawan (2006a) data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variable-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bias diperoleh dari

dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet Website, perpustakaan umum, dan lain-lain.

Tabel 3.2
Jenis Dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandung 2011-2017	Sekunder	Databoks.katadata.co.id
2	Data Sentra Industri Kota Bandung	Sekunder	Yourbandung.com
3	Volume Penjualan Pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung Tahun 2016-2018	Sekunder	Pengusaha Industri Sepatu Cibaduyut
4	Volume Produksi/Pesanan Pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung Tahun 2016-2018	Sekunder	Pengusaha Industri Sepatu Cibaduyut
5	Daya Saing Pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung	Sekunder	Pengusaha Industri Sepatu
6	Hasil Pra Gambaran Daya SAing Usaha Pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut di Bandung	Primer	Kuesioner
7	Gambaran Perilaku Wirausaha	Primer	Kuesioner
8	Tingkat Daya Saing	Primer	Kuesioner

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017, hlm. 80). Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung yaitu berjumlah 165 pengusaha (BPS Kota Bandung, 2016).

3.2.4.2 Sampel

Setelah menentukan populasi penelitian maka selanjutnya penulis menentukan sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017, hlm. 81). Dengan mengambil sampel, peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi. Objek populasi diperkenankan diambil dari sebagian jumlah yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Riduwan (2013: hlm 70) sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subjek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Berdasarkan pengertian sampel di atas, maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung yang berjumlah 165 pengusaha. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, yaitu rumus Slovin (Janti, 2014: hlm 154) yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya untuk tingkat kesalahan 5% sebagai berikut:

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

Sumber: (Sekaran, 2014, hlm. 119)

Keterangan:

n = ukuran sampel minimal

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan yang masih dapat ditolelir (5%)

Di mana dalam penelitian ini populasi adalah pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung yaitu sebanyak 165 orang. Menurut rumus proporsi *Slovin*, jumlah sampel minimum pada penelitian adalah:

$$n = \frac{165}{1+165(0,05)^2}$$

$$n = 116,81 \approx 117$$

Berdasarkan perhitungan yang dibuat dengan tingkat kesalahan sebesar 5% diperoleh jumlah sampel untuk pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung adalah sebanyak 117 pengusaha.

3.2.4.3 Teknik penarikan Sampling

Teknik penarikan sampel (sampling) merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel, suatu pemahaman subyek sampel, akan memungkinkan untuk menggeneralisasikan karakteristik elemen populasi (Hermawan, 2006). Sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan sebagai non probabilitas dan probabilitas (Maholtra, 2010). *Sampel probability* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017, hlm. 84).

Sampel probability memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified sampling*, dan *area (cluster) sampling* (Sugiyono, 2017, hlm. 84). Jadi, dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *simple random sampling* karena seluruh populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Cara tersebut digunakan agar tidak adanya subjektifitas dalam penelitian.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2017: 137). Langkah pengumpulan data sangat menentukan proses dan penelitian yang akan dilaksanakan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan sesuatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan

2. Wawancara

Wawancara yaitu dengan melakukan pertanyaan secara lisan dalam pertemuan tatap muka langsung terhadap individu atau kelompok yang sedang diteliti. Wawancara digunakan sebagai teknik komunikasi secara langsung kepada responden dimana wawancara dilakukan kepada pengusaha Sentra Industri Sepatu Cibaduyut.

3. Kuesioner (angket)

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan, yaitu suatu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, situs *website*, dan majalah untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari emosi pekerja, kejenuhan kerja serta keinginan keluar

3.2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Esensi dari suatu penelitian adalah data yang diperoleh akurat dan objektif. Data mempunyai kedudukan yang paling tinggi pada suatu penelitian karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentuk hipotesis. Agar data yang dikumpulkan benar-benar berguna, maka alat ukur yang digunakan harus valid dan reliabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017, hlm. 121). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017, hlm. 121). Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

3.2.7.1 Pengujian Validitas

Validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan arti konsep yang sedang diteliti. Sementara itu, reliabilitas berkaitan dengan konsistensi suatu indikator (Priyono, 2016, hlm. 86).

Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang akan membuktikan seberapa baik hasil dari penggunaan yang diperoleh sesuai dengan teori-teori di sekitar yang dirancang dalam tes (Sekaran, 2014, hlm. 207). Hal ini dinilai melalui konvergen dan diskriminan validitas, yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Kevalidan suatu instrumen dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Sumber: (Sugiyono, 2017, hlm. 276)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)

2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya ada koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

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

Sumber: (Sugiyono, 2017, hlm. 275)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid
3. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 24.0 for windows. Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisis tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antar skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama.

Perhitungan validitas *item instrument* dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical product for Service Solution*) 24.0 for windows. Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen perilaku berwirausaha sebagai variabel X, daya saing sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk variable X adalah 20 dan variabel Y sebanyak 11 pertanyaan. Adapun jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden. Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.3 mengenai hasil pengujian validitas variabel perilaku berwirausaha (X) berikut ini:

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Perilaku Wirausaha

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Kepribadian				
1	Kedisiplinan diri dalam bekerja	0,504	0,374	Valid
2	Kemampuan berkreaitivitas dalam menciptakan model sepatu baru	0,776	0,374	Valid
3	Kepercayaan diri dalam menjalankan usaha	0,576	0,374	Valid
4	Keberanian diri dalam mengambil risiko	0,566	0,374	Valid
5	Dorogan diri dalam mencapai tujuan usaha	0,608	0,374	Valid
6	Kemauan yang kuat dalam mencapai keberhasilan usaha	0,590	0,374	Valid
Kemampuan Hubungan				
7	Kemampuan dalam berkomunikasi	0,483	0,374	Valid
8	Kemampuan dalam berhubungan interpersonal	0,631	0,374	Valid
9	Kemampuan memimpin usaha	0,663	0,374	Valid
10	Kemampuan manajemen dalam menjalankan usaha	0,768	0,374	Valid
Kemampuan Pemasaran				
11	Kemampuan dalam menentukan produk	0,745	0,374	Valid
12	Kemampuan dalam menentukan harga	0,668	0,374	Valid
13	Penggunaan media untuk mengiklankan produk	0,666	0,374	Valid
14	Penggunaan promosi produk	0,428	0,374	Valid
Keahlian dalam Mengatur				
15	Kemampuan dalam menentukan tujuan usaha	0,721	0,374	Valid
16	Kemampuan dalam perencanaan usaha	0,676	0,374	Valid
17	Kemampuan dalam menjadwalkan produksi	0,527	0,374	Valid
18	Kemampuan mengatur diri dalam mendukung keberhasilan usaha	0,489	0,374	Valid
Pengelolaan Uang				
19	Kemampuan dalam menyikapi keuangan perusahaan	0,525	0,374	Valid
20	Kemampuan mengatur keuangan dalam perusahaan	0,497	0,374	Valid

Sumber: Lampiran 5

Tabel 3.3 hasil uji validitas perilaku wirausaha memperoleh temuan, bahwa pada instrumen variabel perilaku wirausaha dapat diketahui nilai validitas tertinggi pada dimensi kemampuan pemasaran dengan pernyataan kemampuan dalam menentukan produk yang bernilai 0,709, sedangkan nilai validitas terendah

terdapat pada dimensi kepribadian dengan pernyataan kedisiplinan diri dalam bekerja yang bernilai 0,389.

Hasil uji coba instrumen untuk variabel perilaku wirausaha berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 24.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374.

Variabel lainnya yaitu daya saing (Y). Berikut ini Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas variabel daya saing.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Daya Saing

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Produk				
21	Keunikan produk yang dimiliki	0,693	0,374	Valid
22	Kemampuan dalam mengefiesikan waktu dan uang	0,896	0,374	Valid
23	Kemampuan pengusaha dalam menghadapi persaingan	0,681	0,374	Valid
24	Kemampuan pengusaha dalam menghemat energy pembuatan produk	0,830	0,374	Valid
25	Kemampuan dalam melindungi lingkungan dari limbah produksi	0,884	0,374	Valid
26	Kemampuan pengusaha dalam memberikan kemudahan kepada konsumen	0,717	0,374	Valid
Pemasaran				
27	Mempromosikan produk melalui online	0,813	0,374	Valid
28	Kemampuan dalam membuat strategi pemasaran	0,803	0,374	Valid
29	Keterampilan meyakinkan konsumen terhadap produk baru	0,704	0,374	Valid
30	Keterampilan berkomunikasi dengan konsumen	0,797	0,374	Valid
31	Kemampuan membuka cabang usaha	0,856	0,374	Valid

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instumen variabel daya saing dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi pemasaran dengan pernyataan keterampilan meyakinkan konsumen terhadap produk baru bernilai 0,703 dan nilai terendah terdapat pada dimensi pemasaran dengan item pernyataan kemampuan dalam membuat strategi pemasaran yang bernilai 0,526.

3.2.7.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran, 2014, hlm. 203).

Malhotra (2015, hlm. 226) mendefinisikan reliabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel.

Pengujian instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum S_i^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 24.0 *for Windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang dapat dilihat berdasarkan Tabel 3.5 berikut.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Perilaku Wirausaha	0,909	0,374	Reliabel
2.	Daya Saing	0,938	0,374	Reliabel

Sumber : Lampiran 5

3.2.8 Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran, 2014, hlm. 32). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
 - a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

Dalam penelitian ini, setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala *Semantic Differential*. Pernyataan yang diajukan dalam angket terdiri dari 7 alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden, berikut diperlihatkan pada 3.6.

Tabel 3.6
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Alternatif Jawaban	Tidak Setuju	Rentang Jawaban							Setuju
		1	2	3	4	5	6	7	
		1	2	3	4	5	6	7	

Sumber: Modifikasi dari (Sugiyono, 2017: 93)

4. Menganalisis data, kegiatan ini merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistik dan menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

5. Pengujian, kegiatan ini dilakukan untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana.

3.2.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap daya saing usaha. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X (Perilaku Kewirausahaan)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap perilaku kewirausahaan melalui: 1) kepribadian 2) kemampuan hubungan 3) kemampuan pemasaran 4) keahlian dalam mengatur 5) pengelolaan uang.

2. Analisis Deskriptif Variabel Y (Daya Saing Usaha)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap daya saing usaha melalui: 1) strategi usaha, 2) struktur dan persaingan, 3) faktor sumberdaya, 4) faktor pemerintah, 5) faktor kesempatan.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.3 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden sebagai berikut.

Tabel 3.7
Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangan
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985, hlm. 184)

3.8.2.2 Analisis Data Verifikatif Menggunakan Partial Least Squares

Teknik analisis verifikatif digunakan untuk melihat pengaruh perilaku wirausaha terhadap daya saing usaha. Berdasarkan dua variabel yang terdapat dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Least Squares Path Modeling (PLS-PM) atau disebut juga Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Structural Equation Models (SEM) merupakan model kompleks yang memungkinkan untuk mengkaji kompleksitas dunia nyata melalui sejumlah hubungan kausal antara konsep-konsep laten (yaitu Variabel Laten), yang diukur dengan beberapa dimensi atau indikator yang disebut Variabel Manifes (Vinzi, 2014, hlm. 2). Variabel laten itu tidak dapat diobservasi secara langsung, sedangkan variabel manifes digunakan untuk mengukur konsep-konsep laten dan mengandung kesalahan pengukuran tertentu sehingga pengukuran tersebut dimungkinkan untuk dihubungkan dengan suatu konstruk tunggal.

Pada dasarnya, SEM merupakan penggabungan dari berbagai model analisis, salah satunya adalah Path Analysis (Analisis Jalur), yaitu suatu studi cause-effect relations di antara beberapa variabel dengan melihat pada matriks korelasinya, sehingga dihasilkan suatu diagram jalur. SEM juga merupakan gabungan dari Multiple Factor Analysis untuk mengungkap model-model variabel laten. Gabungan dari Analisis Faktor dan Analisis Jalur tersebut menjadikan suatu Covariance Structure Analysis (CSA) *for estimating a linear structural equation system*, atau yang dikenal dengan LISREL.

Singkatnya, SEM dapat dibagi menjadi dua metode, yaitu (1) metode *covariance-based* (model LISREL) dan (2) metode *component-based* (model

PLS-PM atau PLS-SEM atau PLS saja). PLS ini termasuk pada statistik parametrik yang memiliki asumsi data penelitian bebas distribusi (*distribution-free*), yang artinya data penelitian tidak mengacu pada salah satu distribusi normal tertentu (misalnya distribusi normal). Dalam hal ini, PLS merupakan metode alternatif dari Structural Equation Modeling (SEM) yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan antara variabel yang kompleks namun ukuran sampel datanya kecil (di bawah 200).

PLS digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk (variabel laten) dengan konstruk lain, serta hubungan suatu konstruk dengan indikator-indikatornya (variabel manifes atau *measured* atau *observed*). PLS dan SEM ini dapat menjelaskan kompleksitas hubungan antar variabel yang pada praktiknya variabel-variabel tersebut pada bidang tertentu tidak dapat diukur secara langsung (bersifat laten atau tersembunyi) sehingga membutuhkan indikator-indikator (manifes) untuk mengukurnya.

PLS didefinisikan oleh dua persamaan, yaitu *inner model* dan *outer model*. *Inner model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan konstruk lain (antar variabel laten), sedangkan *outer model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dengan indikator-indikatornya (variabel manifes). Konstruk itu sendiri dibagi dua, yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk eksogen merupakan konstruk penyebab, yaitu konstruk yang tidak dipengaruhi oleh konstruk lainnya. Konstruk eksogen ini memberikan pengaruh terhadap konstruk lainnya (konstruk endogen).

PLS dapat bekerja untuk model hubungan konstruk dan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif dan formatif, sedangkan SEM hanya bekerja pada model hubungan yang bersifat reflektif saja (Ghozali, 2006). Model hubungan yang bersifat reflektif adalah bahwa:

1. Arah hubungan kausalitas dari konstruk menuju indikator.
2. Di antara hubungan indikator diharapkan saling berkorelasi.
3. Menghilangkan salah satu indikator dari model pengukuran tidak akan mengubah makna konstruk.
4. Menentukan *measurement error* (kesalahan pengukuran) pada tingkat indikator.

Adapun model hubungan yang bersifat formatif berarti bahwa:

1. Arah hubungan kausalitas dari indikator menuju konstruk.
2. Di antara hubungan indikator diasumsikan tidak saling berkorelasi.
3. Menghilangkan salah satu indikator dari model pengukuran akan berakibat perubahan makna konstruk.
4. Menentukan *measurement error* (kesalahan pengukuran) pada tingkat konstruk.

Model pada penelitian ini adalah model hubungan reflektif. Hubungan yang bersifat reflektif ini menggambarkan indikator-indikator yang terjadi dalam suatu konstruk yang bersifat laten, sedangkan hubungan yang bersifat formatif menggambarkan indikator-indikator yang menyebabkan suatu konstruk bersifat *emergent* (ukurannya secara tiba-tiba muncul karena pengaruh indikator-indikatornya (Vinzi, et al. 2010).

Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam menggunakan SEM-PLS, yaitu:

1. **Langkah pertama:** Membangun model yang berbasis teori.

SEM berdasarkan pada hubungan sebab akibat, dimana perubahan yang terjadi pada suatu variabel diasumsikan untuk menghasilkan perubahan pada variabel lain. Pada tahap ini model teoretis dikembangkan sesuai dengan model yang akan diamati yang mana hal ini sudah tercermin dalam kerangka pemikiran.

2. **Langkah kedua:** Membangun diagram alur hubungan sebab akibat.

SEM menggambarkan hubungan antar variabel pada sebuah diagram alur yang secara khusus dapat membantu dalam menggambarkan rangkaian hubungan sebab akibat antar konstruk dari model teoretis yang telah dibangun pada tahap pertama. Diagram alur menggambarkan hubungan antar konstruk dengan anak panah yang digambarkan lurus menunjukkan hubungan kausal langsung dari suatu konstruk ke konstruk lainnya. Konstruk eksogen, dikenal dengan *independent variabel* yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung panah.

3. **Langkah ketiga:** Menjabarkan diagram alur ke dalam persamaan matematis. Berdasarkan konsep model penelitian pada tahap dua di atas dapat diformulasikan dalam bentuk matematis. Persamaan yang dibangun dari diagram alur yang konversi terdiri atas:
 - a) Persamaan struktural (*structural model*), menyatakan hubungan kausalitas untuk menguji hipotesis.
 - b) Model pengukuran (*measurement model*), menyatakan hubungan kausalitas antara indikator dengan variabel penelitian (*latent*).
4. **Langkah keempat:** Memilih tipe matriks input.
Dalam pengujian, matriks input yang digunakan adalah matriks korelasi.
5. **Langkah kelima:** Menaksir identifikasi persamaan model.
Masalah dalam identifikasi pada prinsipnya adalah pada problem mengenai ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang baik.
6. **Langkah keenam:** Interpretasi model atau hasil pengujian.
Pada tahap ini hasil diinterpretasikan dan dikaji secara teoretis dan mendalam. Penjelasan-penjelasan logis diuraikan atas temuan.

Berbeda dengan covariance-based SEM, secara khusus evaluasi model SEM-PLS dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Evaluasi *outer model* (model pengukuran), yang meliputi nilai *outer loading* (valid bila *outer loading* > 0,5 dan idealnya *outer loading* > 0,7), *average variance extracted* (AVE) valid bila > 0,5, dan *composite reliability* (CR) valid bila > 0,7.
2. Evaluasi *inner model* (model struktural), meliputi nilai *latent variable correlations* (valid bila $r > 0,5$), *path coefficients* (jika r valid, maka koefisien jalur signifikan), dan *R-square* (R^2 berarti keragaman atau variansi konstruk endogen yang mampu dijelaskan oleh konstruk- konstruk eksogen secara bersamaan).

Berdasarkan permasalahan yang telah dikaji dalam teori maka diagram jalur dalam penelitian ini dapat disampaikan pada Gambar



Gambar 3.1 Model Persamaan Struktural

Berdasarkan diagram persamaan struktural analisis penelitian, maka persamaan hubungan dalam penelitian ini dapat disampaikan dalam persamaan berikut:

$$Y = \rho_{yx} \cdot X + e_y$$

Dimana:

X = Perilaku Wirausaha

Y = Daya Saing Usaha

Pada pengujian hipotesis parsial dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji-t (parsial), dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\hat{\gamma}_{i,j}}{SE(\hat{\gamma}_{i,j})}$$

Keterangan : $\hat{\gamma}_{i,j}$ = Koefisien jalur

$SE(\hat{\gamma}_{i,j})$ = *Standard Error* koefisien jalur

Kriteria pengujian tolak H_0 jika jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf signifikan α .

Pada hipotesis simultan dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji F (simultan), dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(n - k - 1)R^2(i, j)}{k(1 - R^2(i, j))}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel penelitian

k = Jumlah variabel yang diteliti

$R^2_{(i,j)}$ = Koefisien determinasi

Kriteria pengujiannya adalah tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat signifikan α pada derajat bebas $v_1 = k$ dan $v_2 = n - k - 1$.

Hipotesis statistik yang akan di uji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh perilaku wirausaha terhadap daya saing usaha

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh perilaku wirausaha terhadap daya saing usaha