

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah *Inovasi perusahaan* sebagai variabel X dan peningkatan Daya Saing sebagai variabel Y. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Perusahaan Batik Trusmi Cirebon. Batik trusmi diambil sebagai objek penelitian, karena memiliki keunggulan dari motif-motif yang ada di dalam batik trusmi itu sendiri. Selain itu untuk lebih memajukan ciri khas yang ada di Indonesia khususnya di daerah Cirebon, yaitu batik trusmi. Karena batik trusmi memiliki suatu ciri motifnya, seperti batik mega mendung, batik kencana, Kembang grompol, wayang, dan lainnya.

3.2 Metode Penelitian dan Desain penelitian

3.2.1 Metode penelitian

Menurut Kusnendi dan Edi Suryadi (2005:28), jenis variabel terbagi menjadi empat yaitu:

1. Variabel bebas (independent / *predictor variable*)
2. Variabel tidak bebas (dependent / *criterion variable*)
3. Variabel antara (*intervening variable*)
4. Variabel moderator (*moderating variable*)

Dalam melakukan sebuah penelitian, agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah tersebut dapat diselesaikan maka seorang peneliti

Perlu menetapkan terlebih dahulu metode penelitian yang akan dipakai. Nazir (2003:44) mengemukakan bahwa “memilih suatu metode penelitian, maka peneliti akan mendapatkan panduan tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif analisis. Metode deskriptif verifikatif analisis merupakan suatu bentuk penelitian yang bertujuan menggambarkan, melukiskan serta menganalisis kenyataan yang ada pada perusahaan yang diteliti. Pelaksanaannya tidak terbatas hanya pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi data tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Nawawi (2007: 75) yang tertulis berikut :

Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Ciri-ciri metode deskriptif menurut Nawawi (2007: 79) adalah:

1. Memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian dilakukan (saat sekarang) atau masalah-masalah yang bersifat aktual.
2. Menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional yang akurat.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara inovasi perusahaan (variabel X) dan daya saing (variabel Y) adalah metode survey yang menurut Kerlinger.

“Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”. (dalam Sugiyono, 2006:7).

3.3 Operasionalisasi Variable

Penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam hal ini yang dijadikan variabel independennya adalah inovasi perusahaan (variabel X).
2. Variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini yang menjadi variabel dependennya adalah daya saing (variabel Y).

Untuk lebih mengetahui seperti apa jelasnya mengenai operasionalisasi variabel pada penelitian ini dapat dilihat melalui tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel/subunit variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Inovasi perusahaan (prof. Dr. H. Suryana, M . Si.)	1. inovasi produksi	a) tingkatkebaruantechnikproduksi	Ordinal
	2. inovasi produk	a) tingkatinovasiproduklihatdarisis itipe/ jenis	
		b) tingkatinovasiproduklihatdarisis idesain/kualitas	
		c) tingkat inovasi produk dilihat dari sisi motif	
3. Inovasi pemasaran	d) tingkat inovasi produk dilihat dari sisi corak	a) tingkat inovasi pemasaran dilihat dari segmen pasar	
	b) tingkat inovasi pemasaran dilihat dari sisi harga		
4. Inovasi Permodalan		c) tingkat inovasi pemasaran dilihat dari sisi promosi produk batik	
		d) tingkat inovasi pemasaran dilihat dari sisi distribusi daerah	
		a) Inovasi permodalan menmgunakan jasa perbankan	
		b) Inovasi permodalan menggunakan jasa koperasi	

<p>Daya saing (Y) (prof. Dr. H. Suryana, M . Si.)</p>	<p>1. Harga/biaya</p> <p>2. Corak</p> <p>3. Daya respon</p> <p>4. Kualitas</p>	<p>a) Tingkat harga menurut responden konsumen apakah murah atau tergolongnya mahal</p> <p>b) Tingkat daya tarik harga</p> <p>c) Tingkat kesesuaian harga dengan produk menurut responden</p> <p>d) Tingkat pemotongan harga yang diberikan apabila membeli produk dengan jumlah yang banyak</p> <p>a) Tingkat daya tarik corak</p> <p>b) Tingkat keberagaman corak yang ada di Batik Trusmi</p> <p>a) Tingkat daya respon konsumen, apakah positif/negatif terhadap Batik Trusmi, selama ini bagaimana responnya.</p> <p>a) Tingkat ukuran kualitas produk yang dihasilkan dari bahan, jahitan, bagaimana daya tahannya pada produk batik trusmi itu sendiri.</p> <p>b) Tingkat kerapihan produk Batik Trusmi</p>	<p>Ordinal</p>
---	--	--	----------------

	5.pelayanan	a) Tingkat pelayanannya terhadap konsumen b) Tingkat keberadaan toko/show room c) Tingkat keramahan karyawan terhadap konsumen, apakah mengerti keinginan konsumen, dan langsung merespon	
--	-------------	---	--

3.4 Jenis dan Sumber data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Penulis menggunakan beberapa jenis dan sumber data yang menunjang kelancaran penelitian dan untuk memperoleh informasi yang lengkap baik mengenai objek penelitian maupun hal-hal yang mendukung dalam pembuatan penelitian.

1. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dengan penelitian. Sumber data primer adalah konsumen pada batik trusmi cirebonan Kabupaten Cirebon.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang subjeknya tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian, tetapi sifatnya hanya membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Data sekunder

diperoleh dengan cara membaca literatur-literatur serta buku - buku yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti dalam penyusunan skripsi. Selain itu, data diperoleh dari sumber-sumber tertulis yang ada di objek penelitian.

3.5 Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel

Dalam pelaksanaan penelitian, setiap kegiatan pengumpulan data selalu berhadapan dengan obyek yang luas dan kompleks, baik berupa manusia, benda, maupun peristiwa-peristiwa. Suatu obyek yang akan diteliti biasanya disebut populasi yaitu seluruh obyek yang diteliti sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2008:57): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2004:72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pembelanja batik trusmi Khas Cirebonan sebanyak 600 orang.

Hasil yang didapat sebanyak 600 orang didapat dari jumlah pembeli/konsumen batik trusmi per harinya 20, didapat selama 1 bulan kebelakang. Hasilnya yaitu $(20 \times 30) = 600$ orang. Karena peneliti hanya mengambil sampel untuk konsumen Batik Trusmi pada salah satu show room Batik Trusmi yaitu Batik Lia.

Salah satu cara menentukan besaran sampel yang memenuhi hitungan itu adalah yang dirumuskan oleh **Slovin** (Steph Ellen, *eHow Blog*, 2010) berikut.

$$n = N/(1 + Ne^2)$$

n = Number of samples (*jumlah sampel*)

N = Total population (*jumlah seluruh anggota populasi*)

e = Error tolerance (*toleransi terjadinya galat; taraf signifikansi; untuk sosial dan pendidikan lazimnya 0,10*)

2 = pangkat dua

Untuk menggunakan rumus tersebut, pertama-tama tetapkan terlebih dahulu taraf keyakinan atau *confidence level* (...%) akan kebenaran hasil penelitian (yakin berapa persen?), atau taraf signifikansi toleransi kesalahan (0,..) terjadi.

Misalnya kita ambil taraf keyakinan 90%, yaitu yakin bahwa 90% hasil penelitian benar, atau taraf signifikansi 0,10 (hanya akan ada 10% saja kesalahan karena “kebetulan benar” terjadi).

Jika yang akan kita teliti itu sebanyak 600 orang pembeli, seperti dicontohkan di muka, dan taraf signifikansinya 0,10 maka besarnya sampel menurut rumus Slovin ini akan menjadi:

$$n = N/(1 + Ne^2) = 600/(1 + 600 \times 0,10 \times 0,10) = 99,83 = 100$$

Berpijak pada definisi di atas, penulis menetapkan populasi sebagai sampel karena jumlah sampel sebesar jumlah populasi yaitu sebesar 100 orang, yaitu pembelanja batik trusmi kabupaten Cirebon.

3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.6.1 Pengujian Validitas

Untuk menguji kelayakan suatu kuesioner yang akan disebarakan pada responden, maka dilakukan pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Karena syarat suatu instrumen yang baik adalah valid dan reliabel. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:144), “Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel”.

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah instrumen yang digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2009:141). Untuk pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Selanjutnya nilai korelasi *Product Moment* hasil perhitungan dibandingkan dengan r tabel, jika r hitung lebih besar dari r tabel berarti korelasi *Product Moment* untuk tiap butir pernyataan adalah valid”. Untuk pengujian validitas dalam penelitian ini akan digunakan rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

Uji validitas dihitung dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (\text{Sugiyono, 2009:212})$$

dimana:

r = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

ΣX = jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = jumlah kuadrat masing-masing skor X

ΣY^2 = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = banyaknya responden

Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$ berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak dapat diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

Secara teknis pengujian instrumen dengan rumus-rumus di atas menggunakan fasilitas *software SPSS 16.0 for windows*, dengan hasil yang tercantum pada tabel 3.3 berikut :

Tabel 3.3

Hasil Penghitungan Validitas X dan Y

Variabel	Item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
Inovasi Perusahaan (X)	1	0,720	0,374	Valid
	2	0,624	0,374	Valid
	3	0,752	0,374	Valid
	4	0,721	0,374	Valid
	5	0,637	0,374	Valid
	6	0,561	0,374	Valid
	7	0,782	0,374	Valid
	8	0,519	0,374	Valid
	9	0,843	0,374	Valid
	10	0,752	0,374	Valid
Daya Saing (Y)	1	0,743	0,374	Valid
	2	0,815	0,374	Valid
	3	0,734	0,374	Valid
	4	0,738	0,374	Valid
	5	0,587	0,374	Valid
	6	0,563	0,374	Valid
	7	0,804	0,374	Valid
	8	0,748	0,374	Valid
	9	0,899	0,374	Valid
	10	0,611	0,374	Valid
	11	0,541	0,374	Valid
	12	0,633	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. *Suharsimi Arikunto* (2006:178) menyatakan bahwa realibitas

menunjukkan satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya.

Untuk menguji tingkat reliabilitas dapat digunakan rumus *Alpha Croanbach* yang merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Croanbach* lebih besar atau sama dengan 0,70. Adapun koefisien *Alpha Croanbach* dirumuskan sebagai berikut:

$$C \alpha = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad (\text{Sugiyono, 2004:282-284})$$

Keterangan:

K = jumlah item

$\sum si^2$ = jumlah varians setiap item pertanyaan

$\sum st^2$ = varians skor total

Uji statistik dihitung dengan persamaan:

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

Kriteria pengujian : $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$: reliabel

$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$: tidak reliabel

Harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.4

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2004:216)

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Perusahaan terhadap Daya Saing

Variabel	Nilai $C\alpha_{hitung}$	Nilai $C\alpha_{minimum}$	Keterangan
Inovasi Perusahaan	0,768	0,70	Reliabel
Daya Saing	0,764	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Hasil pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 orang responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(30-2=18)$, sehingga diperoleh nilai $C\alpha$ masing-masing variabel lebih besar dari $C\alpha_{minimal}$ menurut ketentuan yang dikemukakan oleh Hair (2005:88), atau dengan kata lain $C\alpha_{hitung} \geq 0.70$. Dengan demikian hal tersebut dapat diartikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam angket berapa kalipun ditanyakan kepada responden akan menghasilkan hasil ukur yang sama.

3.6.2 Uji Hipotesis

Sebelum membuat kesimpulan, terlebih dahulu melakukan pengujian atas tingkat keberartian korelasi hasil perhitungan tersebut. Tingkat keberartian ini diuji dengan uji hipotesis. Rumus yang digunakan adalah uji signifikan dengan korelasi (uji t student), yaitu :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}}$$

(Riduwan, 2006:137)

Keterangan:

t = Distribusi student

 r_s = Koefisien korelasi dari uji independent (kekuatan korelasi)

N = Banyaknya sampel

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel X (Inovasi Perusahaan) dan variabel Y (Daya Saing), maka dibutuhkan hipotesis yang memenuhi syarat. Adapun hipotesis yang dapat diajukan adalah:

$H_0 : \rho \neq 0$: Korelasi tidak berarti, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Inovasi Perusahaan Terhadap Daya Saing

$H_1 : \rho = 0$: Korelasi berarti, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Inovasi Perusahaan Terhadap Daya Saing.

Dimana ρ merupakan koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Kriteria pengujian :

H_0 ditolak jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

3.6.3 Teknik Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan terdiri dari dua jenis yakni (1) analisis deskriptif yang bersifat kualitatif, (2) analisis kuantitatif untuk pengujian hipotesis

dengan menggunakan uji statistik parametrik. Dalam menganalisis secara deskriptif digunakan bantuan tabel dalam bentuk persentase, dengan ketentuan pembobotan yang telah ditentukan, sehingga dapat diketahui klasifikasi keberadaan dari masing-masing variabel penelitian. Untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Dalam analisis data ini, ditempuh prosedur analisis sebagai berikut:

1. Editing, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden. Pemeriksaan tersebut menyangkut kelengkapan pengisian angket secara menyeluruh.
2. *Coding*
Yaitu proses pemberian kode tertentu terhadap aneka ragam jawaban dari kuesioner untuk dikelompokkan dalam kategori yang sama.
3. Skoring, yaitu pemberian skor atau bobot terhadap item-item kuesioner berdasarkan pola skoring sebagai berikut:

Tabel 3.6

Pola Skoring Kuesioner Skala Lima

No.	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
2.	Setuju/sering/positif	4
3.	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral/tidak tahu	3
4.	Tidak setuju/hamper tidak pernah/negative	2

5.	Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1
----	---	---

Sumber: Sugiyono (2001:74)

4. Tabulasi, yaitu perekapan data hasil skoring pada langkah ke dua ke dalam tabel seperti berikut:

Tabel 3.7

Tabulasi Data Penelitian

Resp.	Skor Item								Total
	1	2	3	4	5	6	N	
1.									
2.									
.									
.									
.									
.									
N									

5. Analisis, analisis ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan penelitian.

Analisis ini meliputi dua hal yaitu:

- a. Analisis Deskriptif untuk menjawab permasalahan nomor 1, 2 dan 3.
- b. Analisis Verifikatif, digunakan untuk menguji hipotesis

Langkah-langkahnyadengancaramengubah data ordinal menjadi interval danmenggunakan*Method Of Successive Interval* (MSI).

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi adalah merupakan prosedur dimana dengan melalui formulasi persamaan matematis, hendak diramalkan nilai variabel random kontinyu berdasarkan nilai variabel kuantitatif lainnya yang diketahui. (Riduwan, 2003:244).

Kegunaan analisis regresi sederhana adalah untuk meramalkan (memprediksi) variabel terikat (Y) bila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (kausal) Inovasi Perusahaan (X) terhadap Daya Saing (Y).

Persamaan linier:

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Riduwan, 2003)

Dimana:

\hat{Y} = Daya Saing

X = Inovasi Perusahaan

a = nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = nilai arah sebagai penentu nilai prediksi yang menunjukkan nilai

peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.

Dimana untuk mencari b, yaitu dengan menggunakan rumus:

$$b = \frac{n \left(\sum_{i=1}^n X_i Y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right) \left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)}{n \left(\sum_{i=1}^n X_i^2 \right) - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right)^2}$$

(Riduwan, 2003)

Sedangkan a dicari dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

(Riduwan, 2003)

5. Pengujian Koefisien Korelasi

Penelitian ini menggunakan korelasi dalam menganalisis data. Hal ini mengacu pada pendapat Sugiyono (2004:212) yang menyatakan bahwa jika data interval dan hipotesis asosiatif maka statistik yang digunakan salah satunya adalah korelasi *Pearson*. Teknik korelasi digunakan untuk menganalisis kuatnya hubungan antar variabel.

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2004:213})$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

x = Skor total dari jawaban responden terhadap variabel x

y = Skor total dari jawaban responden terhadap variabel y

n = Jumlah responden

Kriteria pengujian : $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$: H_0 diterima, H_1 ditolak

$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$: H_0 ditolak, H_1 diterima

Taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau tingkat kepercayaan 95%. Besarnya kontribusi antara Inovasi Perusahaan Terhadap daya Saing yaitu dengan menggunakan rumus: $KD = \Gamma^2 \times 100\%$.

3.7 Waktudantempat

Penelitian dilakukan di Batik Trusmi Cirebon (2010), kabupaten Cirebon.

(29 oktober 2010)