

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun objek pada penelitian ini adalah konsumen pada Perusahaan meubel Berdikari Kota Tasikmalaya dengan ruang lingkup penelitian mengenai **“Inovasi Produk, Desain Produk dan Keunggulan Bersaing”**.

##### **3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Berdikari didirikan di Tasikmalaya pada tahun 1988 oleh Bapak H. Wendi Budiman. Pada awalnya perusahaan ini hanya memproduksi kain untuk pembuatan kursi. Kemudian pada tahun 1997 Seiring berjalannya waktu, meubel Berdikari berkembang dengan mendirikan sebuah meubel dengan memproduksi sendiri seperti kursi, lemari dsb. Meskipun masih banyak produk-produk yang lainnya, tetapi produk-produk lain tersebut bukan produksi sendiri melainkan disuplai dari kota lain.

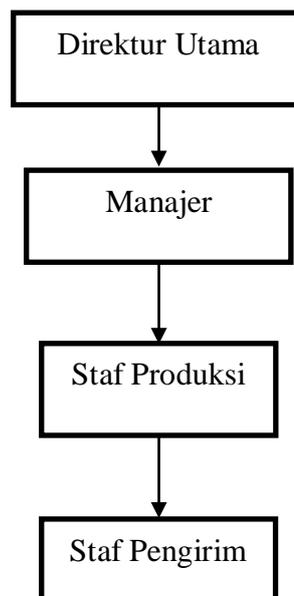
Sampai saat ini perusahaan meubel Berdikari ada 3 cabang yaitu di singaparna, Jl. Hz Tasikmalaya dan di Jl. Mitra Batik yang masing-masing dipegang oleh orang kepercayaan.

Perusahaan meubel Berdikari dulunya menyuplai barang ke meubel-meubel lain tetapi sekarang tidak, karena pemilik perusahaan merambah

bisnis dalam bidang properti seperti membuat perumahan. Jadi meubel Berdikari menyuplai produk-produknya pada perumahan tersebut.

### 3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam kiprahnya untuk menjalankan usaha meubel Berdikari memiliki struktur organisasi perusahaan. Dimana struktur organisasi tersebut di isi oleh tenaga profesional untuk setiap bidangnya. Adapun struktur organisasi meubel Berdikari adalah sebagai berikut :



*Sumber: Meubel Berdikari Tasikmalaya (Maret, 2019)*

**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi meubel Berdikari Tasikmalaya**

#### 3.1.2.1 Uraian Tugas atau *Job Description*

Adapun tugas masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. *Direktur Utama*

- Pimpinan tertinggi perusahaan

- Pengambil keputusan
- Bertanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan perusahaan

## 2. *Manager*

- Pengawas distribusi barang dalam perusahaan
- Penanggung jawab yang berkaitan dengan kegiatan produksi

## 3. *Staf Produksi*

- Bertugas Memproduksi Barang Sesuai Jadwal Produksi
- Melaksanakan Tugas Tugas lain sesuai Perintah dan pesanan

## 4. *Staf pengirim*

- Mengantarkan produk yg dipesan konsumen ke tempat tujuan

### **3.1.3 Potensi Usaha**

#### **Produk produk yang dihasilkan dan dipasarkan adalah :**

1. Kursi / Sofa
  - Berbagai Jenis Motif dan Desain
2. Lemari
  - Berbagai model
3. Ranjang
4. Kasur
5. Meja makan

### **Jumlah Tenaga Kerja**

Tenaga Kerja : 30 Orang ( Terdiri dari 20 orang bagian produksi setengah jadi dan 10 orang bagian *finishing*/produk jadi )

### **Kantor Pemasaran**

Kantor Pusat : meubel Berdikari Jl. Mitra Batik No. 90, Cipedes, Tasikmalaya, Jawa Barat 46133. Tlp: (0265) 334306

## **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey, menurut Gima Sugima (2018:135): “Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang-orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis”.

### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel bebas (independent) atau variabel (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang tidak bebas. Yang terdiri dari :

$X_1$  = Inovasi Produk

$X_2$  = Desain Produk

2. Variabel tidak bebas (dependent) atau variabel (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Inovasi Produk (<math>X_1</math>)</b>	Pengembangan produk yang dilakukan Meubel Berdikari dalam memenuhi keinginan karyawan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perubahan Desain</li> <li>2. Inovasi Teknis</li> <li>3. Pengembangan Produk</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bentuk</li> <li>▪ Motif</li> <li>▪ Teknologi</li> <li>▪ Penambahan model tampilan</li> </ul>	<b>Ordinal</b>
<b>Desain Produk (<math>X_2</math>)</b>	Totalitas fitur yang Mempengaruhi penampilan Dan fungsi Suatu produk tertentu dari Segi kebutuhan pada Perusahaan meubel Berdikari	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciri- Ciri</li> <li>2. Kinerja</li> <li>3. Mutu Kesesuaian</li> <li>4. Tahan Lama</li> <li>5. Tahan Uji</li> <li>6. Kemudahan Perbaikan</li> <li>7. Model</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Handmade</li> <li>▪ Puas dan sesuai dengan harapan</li> <li>▪ Harga sesuai dengan Kualitas</li> <li>▪ Produk yang tidak mudah rusak</li> <li>▪ Berfungsi Baik</li> <li>▪ Mudah diperbaiki</li> <li>▪ Bervariasi</li> </ul>	<b>Ordinal</b>

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Keunggulan Bersaing (Y)</b>	Kemampuan Meubel Berdikari Tasikmalaya dalam memformulasikan strategi untuk meraih keunggulan dalam persaingan.	1. Keunikan 2. Harga/ Nilai 3. Variasi produk/ Layanan 4. Reputasi Perusahaan 5. Pengalaman konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mempunyai Ciri Khas</li> <li>▪ Terjangkau</li> <li>▪ Diferensiasi produk dan layanan yang ditawarkan dan diberikan</li> <li>▪ Nama Baik</li> <li>▪ Kesan baik konsumen terhadap produk dan layanan</li> </ul>	<b>Ordinal</b>

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain :

- a. *Kuesioner* yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada konsumen.
- b. *Interview* yaitu pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dengan pihak meubel BERDIKARI Tasikmalaya berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

- c. Studi Dokumentasi yaitu mempelajari teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan kepada subjek penelitian dalam rangka memperoleh informasi terkait objek penelitian.

### **3.2.2.1 Jenis Data**

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 bagian, yaitu :

- a. Sumber data primer

Data yang diperoleh melalui kuesioner kepada konsumen dan wawancara langsung dengan pihak meubel Berdikari Jl. Mitra Batik No. 90, Cipedes, Tasikmalaya, Jawa Barat 46133. Tlp: (0265) 334306.

- b. Sumber data sekunder

Data yang dikumpulkan dari pihak lain sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu. Data ini berupa sejarah dan keadaan perusahaan, literatur, artikel, tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik yang sedang diteliti.

### **3.2.2.2 Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2013:55) adalah wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu, Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian

ini adalah konsumen meubel Berdikari Tasikmalaya Sebanyak 50 orang dalam sebulan. ( Sumber: Manager Utama meubel Berdikari)

### 3.2.2.3 Sampel

Menurut Asep Hermawan (2019:147) sampel merupakan suatu bagian dari populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Untuk menentukan sampel yang diambil penulis berpedoman pada teori yang dikemukakan oleh Djalaludin Rahmat (2013 : 89) dengan Rumus sebagai berikut :

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

Keterangan : N = Ukuran Populasi

n = Ukuran Sampel

d = 10%

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Perusahaan meubel Berdikari Tasikmalaya dengan jumlah rata-rata konsumen per bulan adalah 50 orang.

Untuk menentukan jumlah sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya adalah sebagai berikut:

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

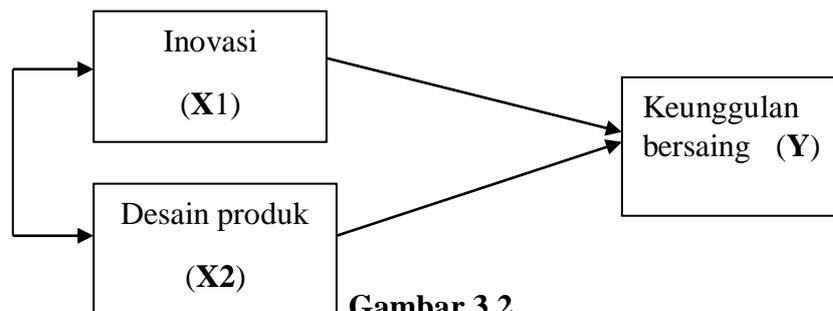
$$= \frac{50}{50(0,1)^2 + 1} = 50$$

Maka berdasarkan perhitungan diatas di dapatkan nilai n yaitu sebesar 50 konsumen. Sehingga banyaknya sampel yang akan di ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 konsumen.

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel pada penelitian ini adalah dengan teknik pengambilan sampel non-probabilitas yaitu penarikan sampel berdasarkan kemudahan (*accidental sampling*). Prosedurnya adalah semata-mata langsung menghubungi unit-unit penarikan sampel yang mudah dijumpai.

### 3.3 Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan pengaruh inovasi produk dan Desain Produk terhadap keunggulan bersaing, dibuat paradigma penelitian sebagai berikut:



**Gambar 3.2**  
**Model Penelitian**

### **3.4 Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

#### **3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarakan.

##### **a. Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Suliyanto, 2019:47).

##### **Kriteria pengujian validitas**

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan cara :

Nilai  $p < \alpha$  (Santoso, 2013)

##### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil hasil pengukuran dapat dipercaya (Suliyanto, 2019:47).

### Kriteria pengujian reliabilitas

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap reliabel, dapat dilakukan dengan cara :

Jika  $r\text{-alpha}$  positif dan  $r\text{-alpha} > r\text{-tabel} (\alpha ; n-2)$   $n =$  jumlah sampel (Santoso, 2013)

Adapun tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas sebagai berikut :

No	Interval	Kriteria
1.	< 0,200	Sangat Rendah
2.	0,200 – 0,399	Rendah
3.	0,400 – 0,599	Cukup
4.	0,600 – 0,799	Tinggi
5.	0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

(Sumber : Arikunto, 2017)

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas dan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 16.

#### 3.4.2 Analisis Terhadap Kuesioner

Untuk memperoleh data yang akan dianalisis atas kedua variabel tersebut dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan, dari setiap pernyataan yang dimiliki pilihan jawaban responden, bentuk jawaban bernotasi / huruf SS, S, TAP, TS, dan STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1 untuk pernyataan positif dan 1-2-3-4-5 untuk pernyataan negatif. Teknik pertimbangan data untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *skala Likert* untuk jenis pertanyaan tertutup yang berskala normal.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.2**  
**Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban**  
**Untuk Pernyataan Positif**

<b>Nilai</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Notasi</b>	<b>Predikat</b>
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

**Tabel 3.3**  
**Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban**  
**Untuk Pernyataan Negatif**

<b>Nilai</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Notasi</b>	<b>Predikat</b>
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi
2	Tidak Setuju	TS	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
4	Setuju	S	Rendah
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah

Perhitungan hasil kuesioner dengan persentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

(Sudjana, 2013:76)

Dimana:

X = jumlah prosentase jawaban

F = jumlah jawaban/ frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

(Sudjana, 2013:79)

### 3.4.3 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Successive Interval*. Menurut Al-Rasyid (2014:12), menyatakan bahwa skala *likert* jenis ordinal hanya menunjukkan peringkat saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh  $P_i = F_i/n$
- c. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ( $P_{ki} = P(1-1) + P_i$ ).

- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

#### 3.4.4 Analisis Jalur ( Path Analysis )

Teknik yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Tujuan digunakan analisis jalur (*path analysis*) adalah untuk mengetahui pengaruh seperangkat variabel X terhadap variabel Y, serta untuk mengetahui pengaruh antar variabel X. Alasan menggunakan teknik analisis jalur path (*path analysis*) karena variabel X1 dan X2 saling berhubungan serta berpengaruh terhadap Y. Dalam analisis jalur ini dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara bersama-sama. Selain itu juga, tujuan dilakukannya analisa jalur adalah untuk menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung dari beberapa variabel penyebab terhadap variabel lainnya sebagai variabel terikat. Untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel ataupun beberapa variabel terhadap variabel lainnya baik pengaruh yang sifatnya langsung atau tidak

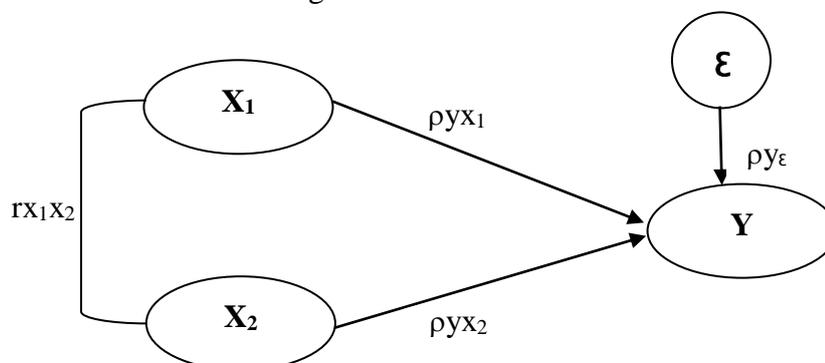
langsung, maka dapat digunakan Analisis jalur (Affandi, 2014:134).

Tahapan dari analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Membuat diagram jalur dan membaginya menjadi beberapa sub-struktur
2. Menentukan matrik korelasi
3. Menghitung matrik invers dari variabel independent
4. Menentukan koefisien jalur, tujuannya adalah mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel independent terhadap variabel dependent
5. Menghitung  $R^2_{y(x_1 \dots x_k)}$  yang merupakan koefisien determinasi total
6. Menghitung koefisien jalur variabel residu
7. Uji keberartian model secara keseluruhan menggunakan uji F
8. Uji keberartian koefisien jalur secara individu menggunakan uji-t.

Adapun formula *Path Analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat Diagram Jalur



**Gambar 3.3**  
**Diagram Jalur**

## 2. Menghitung Faktor Residu ( $\epsilon$ )

Sedangkan pengaruh variabel lainnya atau faktor residu/sisa dapat ditentukan melalui :

$$\rho y \epsilon_i = \sqrt{1 - R^2_{y_i x_1 x_2 \dots x_k}}$$

(Sitepu, 2014 : 23)

$$\text{dimana } R^2_{y_i x_1 x_2 \dots x_k} = \sum_{i=1}^k \rho y x_1 r y x_i$$

### 3.4.5 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikan secara bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F dengan rumus (sugiyono, 2015 : 218) sebagai berikut :

Adapun kriteria hipotesis secara simultan dengan tingkat keyakinan 95% atau  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan  $(df)(k-1)$  maka :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  Berarti tidak ada Pengaruh Inovasi Produk dan Desain

Produk terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan meubel Berdikari Tasikmalaya

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$  Berarti ada pengaruh Inovasi Produk dan Desain

Produk terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan meubel Berdikari Tasikmalaya

Untuk menguji tingkat signifikan secara parsial apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen digunakan uji t dengan rumus ( Mustopa, 2012:140) sebagai berikut :

Kriteria Hipotesis secara parsial:

Ho1:  $\beta_1 = 0$  Berarti tidak ada pengaruh Inovasi Produk terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan meubel Berdikari Tasikmalaya

Ha1 :  $\beta_1 \neq 0$  Berarti ada pengaruh Inovasi Produk terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan meubel Berdikari Tasikmalaya

Ho2 :  $\beta_2 = 0$  Berarti tidak ada pengaruh Desain Produk terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan meubel Berdikari Tasikmalaya

Ha2 :  $\beta_2 \neq 0$  Berarti ada pengaruh Desain Produk terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan meubel Berdikari Tasikmalaya

Dengan derajat kebebasan (df) = k dan (n-k-1) dan tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 0.05$ , maka :

H<sub>0</sub> diterima jika  $\alpha (0,05) < \text{sig}$

H<sub>0</sub> ditolak jika  $\text{sig} \geq \alpha (0,05)$

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 19.0 dan *Microsoft Office Excel 2010*.