BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengembangan produk, kualitas produk dan keunggulan bersaing. Dengan subjek penelitian pada karyawan bagian produksi Pabrik Tahu Bulat NVL Ciamis Pabrik Tahu Bulat NVL Ciamis.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Tahu Bulat (TB) NVL, mulai buka usaha sejak tahun 2005, membuka pabrik di Jalan Cieunteung Gede, No.45 Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya. Namun sekarang pabrik dialihkan di Jalan Raya Cihaurbeuti Desa Sukahaji Kampung Cianda Kecamatan Cihaurbeuti, Kabupaten Ciamis Jawa Barat 46262. Dirikan oleh tiga orang saudara, Tedi Kurnia dan Windawati (suami istri) dan Hendriyana, S.Sos., yang pada saat itu menjabat di bidang pemasaran.

Proses membuat tahu bulat bisa dikatakan gampang-gampang susah. Dikatakan gampang karena proses membuatnya tidak terlalau rumit, dengan alat sederhan sudah bisa produksi. Dikatakan susah, karena bahan baku sejak bentuk kedelai harus berkualitas bagus. Para perajin tahu, paling banyak menggunakan kedelai impor. Meski sebenarnya kedelai lokal pun tetap bisa digunakan, namun selain harga mahal juga pengolahan harus lebih teliti. Kedelai lokal banyak sampahnya dan merepotkan para pembuat tahu di pabrik, waktupun jadi lama sehingga tidak efektif. Selain itu, kadar air yang digunakan tahu harus benar-benar steril. PH air, kadar garam juga kandungan lainnya harus diperiksa terlebih dahulu

di labolatorum. Jika air sembarangan tahu yang sudah dibulatkan akan cepat rusak, cepat basi dan warna kekuning-kuningan.

Awal ketika TB Nvl belum punya pabrik sendiri. Proses pembuatan setengah jadi, yakni dalam bentuk tahu balok sekitar 10 CM2 dimaklunkan di pabrik yang berlokasi di Ciamis, sekitar 15 km dari Kota Tasikmalaya. Menjadikan tahu, sejak bentuk kedelai hingga bulat, memakan waktu setengah hari. Pagi hari kedelai digiling di Ciamis, sekitar jam 14:00 dikirim ke Kota Tasikmalaya dan kemudian diolah.

Cara pembulatan sederhana, masih menggunakan tangan dengan karyawan sebanyak 60 orang. Tahu dalam bentuk balok-balok ukuran 15 CM2 itu kemudian masuk mesin perasan. Tujuannya agar kandungan air dalam tahu terbuang. Berikutnya masuk kedalam mesin penghancuran. Di sinilah, dua mesin pencampur ukuran sekitar 1 meter digunakan, sembari melumatkan, bumbu-bumbu rahasia dimasukkan. Setelah dianggap lumat dan menghasilkan adonan pas, tahu dituangkan ke dalam jolang-jolang besar. Kemudian dialihkan ke ruangan pembulatan. Ibu-ibu bertugas sebagai pembulat. Mereka diupah Rp8 per butir. Setelah tahu terkumpul dalam nampan (nyiru) lalu disimpan di rak tanpa kipas tanpa pengering. Tujuannya agar uap-uap yang masih ada dalam tahu sudah bulat itu tidak terbawa kedalam kemasan plastik. Giliran petugas bungkus yang bekerja. Mereka mengemas tahu 10 butir dalam satu kemasan yang sudah diberi merk. Ada sekitar 6 orang di sini. Mereka bertugas mengepak kemasan ke dalam dus-dus mie instan yang sudah diberi nama, tujuan yang akan dikirim. Sekitar pukul 17.00, barulah tahu-tahu itu dikirim. Dari pabrik dikampas dengan mobil bak milik TB NVL,

melalui Stasiun KA Tasikmalaya bila tujuan pengiriman ke daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur dan melalaui PO bis, bila tujuannya daerah barat, Jakarta, Bandung dan Jakarta.

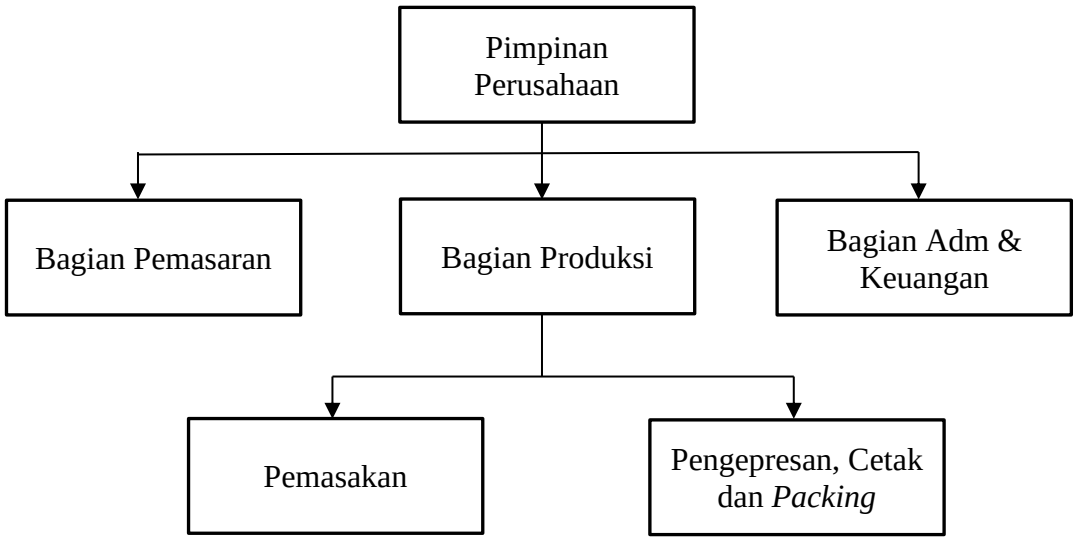
"Mungkin yang tersulit dalam proses pengiriman. Selain harus cepat, alamat tujuan juga harus benar-benar tepat, termasuk koordinasi dengan pemesan di alamat tujuan. Tak jarang, kiriman tidak sampai, nyasar entah ke mana. Kalau demikian, terpaksa kita yang rugi dan harus mengganti," terang Hendriyana. Beberapa bulan terakhir, produksi tahu bulat mengalami penurunan karena order mulai berkurang. Sehari paling hanya 1,5 ton kedelai atau sekitar 100.000 potong tahu bulat. Harga di konsumen akhir satu tahu Rp300 atau terserah para penjual. Sebelum produksi berkurang katanya, sehari bisa memproduksi tahu menghabiskan 2,5 ton kedelai.

TB NVL, dirikan sejak tahun 2005. Saat itu terang Hendriyana, mengeluarkan modal pertama sekitar Rp5 juta dan 4 orang karyawan. Uniknya, tahu bulat ini labih banyak dipesan dari konsumen luar kota, sementara di dalam Kota Tasikmalaya hanya sekadar pesanan oleh-oleh dan konsumsi rumah tangga. Selama ini, pemasaran didukung jejaring sosial selain dari mulut kemulut. Ke depan, sang pemilik berharap memiliki pabrik tahu tersendiri yang bisa bertahan dalam jangka panjang. Hal ini karena rata-rata industri rumahan di Tasikmalaya jarang bertahan lama, disebabkan SDM pengelola kurang maksimal. Ia bertekad mematahkan hal itu, sehingga tahu bulatnya semakin berkembang.

3.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang diterapkan Pabrik Tahu Bulat NVL menggunakan struktur organisasi yang sederhana. Meskipun demikian tetap ada pembagian tugas

dan tanggung jawab sehingga semua tidak ditanggung sendiri. Untuk lebih jelasnya berikut ini gambar struktur organisasi perusahaan:



Sumber: Tahu Bulat NVL, 2021

Gambar 3.1
Struktur Organisasi

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Menurut (Singarimbun, 2015: 5) metode survey adalah salah satu metode penelitian yang menitikberatkan kepada hubungan relasional yang mempelajari hubungan variabel-variabel yang diteliti, pada umumnya penelitian ini menggunakan sampel yang mewakili seluruh populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengembangan Produk dan Kualitas Produk serta Keunggulan Bersaing, yang akan dioperasionalisasikan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pengembangan Produk (X_1)	Proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru oleh Tahu Bulat NVL dan mengkonversikan nya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial	1. Memperbaiki Produk yang sudah ada 2. Memperluas produk *Line* 3. Menambah Produk yang sudah ada 4. Meniru strategi pesaing 5. Menambahkan produk baru yang tidak hubungan dengan *product line*	• Melakukan modifikasi produk yang ada • Memperluas pasar untuk Produk yang telah dihasilkan • Menambah varian produk yang ada • Melakukan survey terhadap strategi kompetitor • Menciptakan varian produk yang benar - benar baru	Ordinal
Kualitas Produk (X2)	kemampuan produk Pabrik Tahu Bulat NVL dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.	1. Kinerja 2. daya tahan 3. kesesuaian 4. tampilan 5. kehandalan 6. Keindahan 7. Kualitas yang dipersepsikan 8. Kemampuan pelayanan	• Produk dan layanan memiliki Kualitas terbaik • Produk yang dijual tidak Mudah Basi • Produk yang dibuat sesuai dengan spesifikasi resep • Tampilan tahu Simetris • Tidak mudah hancur • Tampilan Bersih • Kualitas yang ditunjukan sesuai dengan harapan • NVL Tahu mampu memenuhi pesanan	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan dan keunikan yang dimiliki Al LuthfiTasikmalaya dibanding dengan pesaing lain.	1. *Operation excellence* 2. *Customer intimacy* 3. *Product leadership*	• Keunggulan Produk • Murah • Kemudahan pelayanan • Memenuhi kebutuhan konsumen • Melakukan inovasi produk lewat ragam produk • Melakukan inovasi pelayanan	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi lapangan

   Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data primer yang dilakukan dengan cara:

   a. Kuesioner, menyebarkan daftar pertanyaan kepada *Reseller* atau Penjual Tahu Bulat NVL Ciamis tentang penilaiannya mengenai pengembangan produk, kualitas produk dan keunggulan bersaing yang mana jawabannya telah disediakan sehingga responden tinggal memilih alternatif dari jawaban yang telah disediakan.

   b. Teknik wawancara terstruktur :

      Yakni teknik ini digunakan sebagai alat pengumpul data dengan cara mengadakan komunikasi langsung (wawancara) kepada pihak perusahaan

mengenai pertanyaan yang menyangkut masalah bahan baku, proses produksi dan kualitas produk.

c. Studi pustaka

Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu dengan cara mempelajari bahan – bahan bacaan berupa buku-buku manajemen serta sumber lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

2. Jenis dan Sumber Data

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

a. Sumber Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui pengisian kuesioner yang disebarkan kepada Reseller atau penjual Tahu Bulat NVL Ciamis mengenai pengembangan produk, kualitas produk dan keunggulan bersaing.

b. Sumber Data Sekunder

Yaitu data yang dikumpulkan dari pihak lain yang mana data tersebut mereka jadikan sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data 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 di atas.

3.2.3 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen utama yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Bentuk pertanyaan yang digunakan kuesioner adalah struktur *non*

disqued, yaitu bentuk pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan tujuan agar maksud pertanyaan dapat diketahui dengan jelas, dengan kombinasi pilihan ganda yang berisi seperangkat pertanyaan responden mengenai suatu objek sikap. Setiap jenis responden dinilai dengan menggunakan skala sikap yang berpedoman kepada skala likert. Sikap – sikap pertanyaan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif. Setiap jenis responden dinilai sesuai arah pertanyaan yaitu :

a. Untuk pertanyaan positif skala nilai yang dipergunakan adalah 5-4-3-2-1
b. Untuk pertanyaan negatif skala nilai yang dipergunakan adalah 1-2-3-4-5

3.2.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Pengertian populasi menurut (Sugiyono, 2018: 90) adalah "wilayah generelisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

   Adapun populasi dalam penelitian ini adalah *Reseller* atau penjualan Tahu Bulat NVL Ciamis dengan jumlah 78 *Reseller*. (Sumber: Pabrik Tahu Bulat NVL Ciamis).

2. Sampel Penelitian

   Sampel adalah sebagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Menurut (Sugiyono, 2018: 105), Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, atau penelitian

yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana populasi dijadikan sampel.

Berdasarkan pendapat tersebut yang menjadi sampel penelitian ini adalah seluruh *Reseller* atau penjual Tahu Bulat NVL Ciamis, yaitu sebanyak 78 orang.

3.2.5 Alat Pengujian Instrumen

Sebelum data perolehan dianalisis perlu dilakukan uji terhadap alat pengumpulan data melalui Uji Validitas & Uji Reabilitas, sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas menunjukan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur. Suatu alat ukur yang valid, mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti mempunyai tingkat validitas yang rendah. Uji Validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor, dengan rumus korelasi *product moment.*

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan dengan taraf signifikasi $\alpha = 5\%$.

Kriteria pengujian:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel,}$ maka pernyataan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipakai atau dapat diandalkan. Atau menunjukan kosistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Dengan menggunakan teknik belah dua untuk

menghitung reabilitas tersebut maka variable yang ada pada kuesioner tersebut dikelompokan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang genap. Dengan kaidah keputusannya adalah:

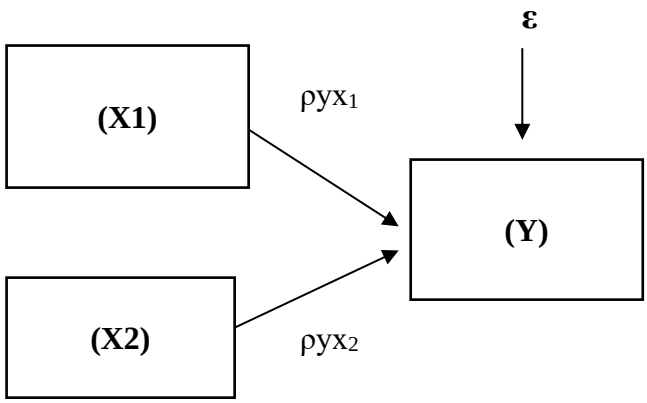
Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan reliabel.

Jika r hitung < r tabel, maka pernyataan gugur (tidak reliabel).

Untuk mempermudah perhitungan, uji reabilitas akan menggunakan program SPSS 23.00.

3.3 Model Penelitian

Untuk mengetahui gambaran isi secara keseluruhan, dibuatlah skema model penelitian seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 3.2
Model Penelitian

Keterangan:

X_1 = Pengembangan Produk

X_2 = Kualitas Produk

Y = Keunggulan Bersaing

ε = Faktor lain yang memengaruhi Kualitas Produk

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Teknik pertimbangan data untuk menentukan pembobotan jawaban responden digunakan untuk menggunakan *skala likert* untuk jenis pertanyaan tertutup yang berskala normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Formasi nilai, notasi dan predikat masing-masing jawaban untuk pernyataan positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
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 dan predikat masing-masing jawaban untuk pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
1	**Sangat setuju**	**SS**	**Sangat Rendah**
2	**Setuju**	**S**	**Rendah**
3	**Tidak ada pendapat**	**TAP**	**Sedang**
4	**Tidak setuju**	**TS**	**Tinggi**
5	**Sangat tidak setuju**	**STS**	**Sangat Tinggi**

Perhitungan hasil kuisoner dengan prosentasi dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

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

(Sudjana, 2016: 79)

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:

$$\textbf{Nji} = \frac{NilaiTertinggi - NilaiTerendah}{JumlahKriteriaPer\tan yaan}$$

(Sudjana, 2016: 79)

3.4.2 Metode *Succesive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Succesive Interval Method*. Menurut (Sartika, 2017: 12), menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukan rangkingnya 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:

1. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada).
2. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh Pi = Fi/n.
3. Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif (P_{ki} = Op (1-1) + Pi).
4. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bias menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
5. Hitung SV (Scale value) = nilai skala dengan rumus:

   $$SV = \frac{Densityatlowerlimit - Densityatupperlimit}{areaunderlimit - areaunderlowerlimit}$$

   Nilai-nilai density diperoleh dari tabel ordinal distribusi norma baku.

6. SV (*scale value*) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1).

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi dikatakan akurat apabila estimator-estimator dari koefisien regresi memenuhi asumsi BLUE (*Best Linear Unsiar Unbiased Estimator*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik (Ghozali, 2016: 75). Adapun penghitungan uji asumsi klasik tersebut dibantu dengan SPSS 23.0 dengan pengujian sebagai berikut:

1. Uji normalitas

   Pada pengujian normalitas, untuk mengetahui apakah residualnya berdistribusi secara normal sesuai asumsi regresi dengan *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Cara untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan rasio *skewness* dan rasio *kurtosis.*

   Rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Rasio *skewness* adalah nilai *skewness* dibagi dengan *standard error skewness;* sedang rasio *kurtosis* adalah nilai *kurtosis* dibagi dengan *standard error kurtosis.* Sebagai pedoman, bila rasio *kurtosis* dan *skewness* berada diantara – 2 hingga + 2, maka distribusi data adalah normal (Gujarati, 2017: 53).

2. Uji Heterokedastis

   Heteroskedastis terjadi apabila variabel gangguan tidak mempunyai varians yang sama untuk semua observasi. Akibat dari adanya heteroskedastis, penaksiran OLS tetap tidak bias tetapi tidak efisien. Untuk menentukan

apakah suatu model terbebas dari masalah heterokedastisitas atau tidak salah satunya dengan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* secara umum dinotasikan sebagai berikut:

$|e| = b_1 + b_2 X_2 + v$

Dimana:

$|e|$ = Nilai Absolut dari residual yang dihasilkan dari regresi model
X_2 = Variabel penjelas

Bila variable penjelas secara statistic signifikan memengaruhi residual maka dapat dipastikan model ini memiliki masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditenukan adanya korelasi di antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada kirelasi di antara variabel bebas.

Cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas adalah:

a. Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai VIF di sekitar angka 1, batas VIF adalah 10 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1.
b. Besaran Korelasi Antar Variabel Bebas

   Koefisien korelasi antar variabel bebas harus lemah (di bawah 0,90) maka merupakan indikasi adanya multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi (hubungan) yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi salah satunya dengan Uji *Durbin Watson* (*DW Test*). Uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* dalam model regresi dan tidak ada *variable lag* diantara variable penjelas. Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

a. Bila nilai DW berada diantara d_u sampai dengan 4 - d_u maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, tidak ada autokorelasi.
b. Bila nilai DW lebih kecil daripada d_L, koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol. Artinya ada autokorelasi positif.
c. Bila nilai DW terletak diantara d_L dan d_u, maka tidak dapat disimpulkan.
d. Bila nilai DW lebih besar daripada 4 - d_L, koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol. Artinya ada autokorelasi negatif.
e. Bila nilai DW terletak antara 4 - d_u dan 4 - d_L, maka tidak dapat disimpulkan.

3.4.4 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengukur pengaruh pengembangan produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing digunakan analisis statistik, yaitu analisis regresi berganda. Adapun analisis regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e}$$

Dimana:

Y = Keunggulan Bersaing

a = Nilai Y bila X = 0 (Nilai konstanta)

b1, b2 = Arah koefisien regresi yang menunjukkan angka perubahan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X_1 = Pengembangan Produk

X_2 = Kualitas Produk

e = Faktor lain yang Memengaruhi Keunggulan Bersaing

3.4.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh yang terjadi yang dapat dihitung dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh faktor lain di luar variabel yang diteliti dapat dipergunakan koefisien non determinasi yang dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$Knd = (1 - r^2) \times 100\%$$

Untuk mempermudah perhitungan digunakan SPSS versi 23.