

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Pengusaha *Handycraft* di Desa Dawagung Rajapolah Tasikmalaya dengan ruang lingkup penelitian inovasi produk, *e-commerce* dan Keunggulan Bersaing.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Rajapolah sendiri merupakan nama salah satu kecamatan yang dikenal sebagai pusat industri rumahan untuk kerajinan anyaman dan kompor. Lokasinya terletak kurang lebih 12 km di sebelah utara Tasikmalaya. Disepanjang jalan kecamatan, kios-kios handicraft bertebaran menjajakan produk khas yang hampir semuanya merupakan buatan tangan. Pengunjung di Rajapolah memang tidak pernah sepi. Setiap harinya wisatawan baik domestik maupun wisatawan mancanegara selalu berkunjung dan berbelanja berbagai macam oleh-oleh khas kerajinan Rajapolah.

Berbicara mengenai sejarah anyaman di Indonesia, merupakan masalah yang masih diperdebatkan sampai sekarang. Ada 2 teori mengenai awal mula masuknya keahlian menganyam di Nusantara. Teori pertama adalah menganyam merupakan keahlian asli dari orang melayu termasuk Indonesia, teori ini diperkuat dengan ditemukannya tempat tinggal dan tembikar yang terbuat dari anyaman. Hal ini tidak dimiliki di daerah lainnya, ada beberapa fakta mengenai.

1. Pada jaman dahulu anyaman merupakan pekerjaan para wanita, dan bukan sebagai mata pencaharian, namun sebagai pengisi waktu senggang.
2. Seseorang wanita dianggap tidak mempunyai sifat kewanitaan yang lengkap jika dia tidak mahir dalam seni anyaman
3. Anyaman dahulu hanya alat untuk kegunaan sendiri atau sebagai hadiah, dan sebagai kemas sebagai hantaran saat berkunjung pada sahabat atau keluarga.
4. Beberapa anyaman dibuat dengan bentuk yang sangat besar, yang digunakan sebagai alat saat bepergian untuk menyimpan pakaian barang dagangan, serta pada jaman penjajahan digunakan untuk menyimpan senjata yang akan diselundupkan.



Gambar 3.1

Contoh Kerajinan Anyaman Rajapolah

Menurut sejarah, para pengikut Sunan Gunung Jati mengajarkan berbagai kerajinan tangan untuk menarik minat masyarakat untuk memeluk Islam, ternyata dengan cara ini perkembangan Islam sangat pesat hingga tersebar di Jawa Tengah

dan Jawa Barat. Ki Tegalmantra (murid Sunan Gunung Jati) yang telah mengajarkan teknik anyam-anyaman kepada masyarakat Cirebon.

Bahkan Desa Tegalmantra dan Tegalwangi tempat dimana Ki Tegalmantra menyebarkan agama Islam, dikenal sebagai sentra industri kerajinan anyaman terbesar di Jawa. Di daerah Jawa Barat daerah Rajapolah, Tasikmalaya, merupakan penghasil dari kerajinan anyaman yang dikenal oleh wisatawan domestik dan internasional.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Menurut Masri 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 Inovasi Produk dan *E-Commerce* serta keunggulan bersaing Usaha *Handycraft* di Desa Dawagung Rajapolah Tasikmalaya, yang akan dioperasionalisasikan sebagai berikut :

- *Independent Variable* yaitu variabel bebas yang artinya variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Disini yang menjadi variable independennya adalah: Inovasi Produk (X_1) dan *E-Commerce* (X_2).
- *Dependent Variable* yaitu variabel terikat dipengaruhi oleh variabel lain, yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing (Y).

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)
Inovasi Produk (X_1)	Inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan oleh Handycraft Rajapolah, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Perluasan lini (<i>line extensions</i>) • Produk yang dimodifikasi (<i>me too – product</i>), • Produk benar – benar baru (<i>new – to – the – world – product</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk yang dihasilkan Handycraft Rajapolah tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar. - Perkembangan produk baru Handycraft Rajapolah tetapi tidak baru bagi pasar - Produk Handycraft Rajapolah yang termasuk baru bagi perusahaan maupun pasar 	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
E-Commerce (X ₂)	penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis yang dilakukan pengusaha Handycraft Rajapolah	1. <i>Processes</i> 2. <i>Institution</i> 3. <i>Internet</i>	- <i>Marketing</i> - <i>Sales</i> - <i>Payment</i> - <i>Governments</i> - <i>Bank</i> - Media penghubung penjual dan pembeli	Ordina 1 dan
Keunggulan Bersaing (Variabel Y)	keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri Handycraft Rajapolah.	1. <i>Operation excellence</i> 2. <i>Customer intimacy</i> 3. <i>Product leadership</i>	- Keunggulan Produk - Keunikan - Kemudahan pelayanan - Memenuhi kebutuhan konsumen - Melakukan inovasi produk lewat ragam produk - Melakukan inovasi pelayanan	Ordina 1

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 konsumen tentang penilaiannya mengenai inovasi produk, *e-commerce* 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 inovasi produk, *e-commerce* dan keunggulan bersaing.

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 dibagikan kepada para pengusaha *Handycraft* di Desa Dawagung Rajapolah Tasikmalaya mengenai inovasi produk, *e-commerce* 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 (2012: 90) adalah “wilayah generalisasi 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 para pengusaha *Handycraft* di Desa Dawagung Rajapolah Tasikmalaya sebanyak 32 Pengusaha. (Sumber: Paguyuban Pengrajin Rajapolah)

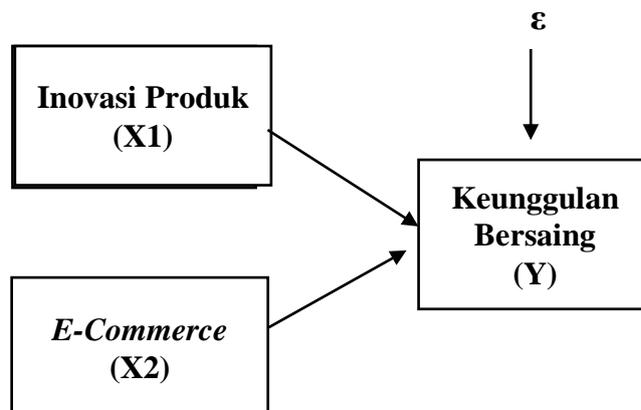
2. Sampel Penelitian

Menurut Asep Hermawan (2012:147) 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 di generalisasi terhadap populasi. Apabila populasi kurang dari 100 orang maka sampel diambil secara keseluruhan, sedangkan apabila populasi diatas 100 orang, maka sampel diambil 10% - 15% atau 20% - 25% dari populasi (Suharsimi, 2015: 65).

Dalam penelitian ini mempergunakan pengambilan sampel dengan teknik Sampling jenuh, karena populasi kurang dari 100 orang maka teknik sampling yang diambil adalah semua anggota populasi sebanyak 32 pengusaha *Handycraft* di Desa Dawagung Rajapolah Tasikmalaya.

3.3 Model Penelitian

Inovasi produk dan *E-Commerce* sangat penting diperhatikan oleh suatu perusahaan guna meningkatkan Keunggulan Bersaing. Maka untuk mengetahui gambaran isi secara keseluruhan, dibuatlah skema model penelitian seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1
Model Penelitian

Keterangan :

X_1 = Inovasi Pr

X_2 = *E-Commerce*

Y = Keunggulan Bersaing

ϵ = Faktor lain yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 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 menunjukkan 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 signifikansi $\alpha = 5\%$.

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 menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipakai atau dapat diandalkan. Atau menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Dengan menggunakan teknik belah dua untuk menghitung reabilitas tersebut maka variable yang ada pada kuesioner tersebut dikelompokkan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang genap. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{tot} = \frac{2(r_n)}{1+r_n} \quad (\text{Masri dan Efendi, 2015: 144})$$

Keterangan :

r_{tot} = Angka reabilitas keseluruhan item

r_n = Angka koefisien belahan ganjil dan belahan genap

Dari hasil perhitungan tersebut, maka 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 20.00. Berdasarkan hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrument penelitian *reliable*.

3.4.2 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Successive Interval Method*. Menurut Al-Rasyid (2012 : 12), menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variable 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. Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = P_p (1-1) + P_i$).
- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bias menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (Scale value) = nilai skala dengan rumus :

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

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

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

3.4.3 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 kuisioner dengan prosentasi dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut :

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

(Sudjana, 2010:79)

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 :

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

(Sudjana, 2015: 79)

3.4.4 Uji Model/Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi linier penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi: uji multikolinieritas dengan matrik korelasi antara variabel-variabel bebas, uji heterokedastis dengan menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZFRED) dengan residualnya (SRESID), uji normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov, dan uji autokorelasi melalui uji Durbin Watson (DW test) Warsito, (2011: 54).

A. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Mendeteksi dengan melihat penyebab data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal *P-P Plot*. Adapun pembagian keputusan didasarkan pada :

- 1) Jika ada menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, atau garis histogram tidak menunjukkan pada pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

B. Uji Heteroskedestisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residu satu pengamatan dan pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedestisitas itu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residunya, adapun dasar untuk menganalisisnya adalah :

- a. Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang serta titik menyebar diatas dan dibawah anggota 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

C. Uji Multikolinearitas

Tujuannya untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Metode untuk mendiagnosa adanya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *vairance inflation fackto* (vif).

- Jika nilai tolerance > 0,10 dan Vif < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.
- Jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas

D. Uji Autokorelasi

Merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel deveden tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan ciri sendiri adalah bahwa nilai variabel devedent tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Dasar pengambilan keputusan untuk uji auto korelasi :

- Angka D-W di bawah -4 berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W diantar -4 sampai +4 berarti tidak autokorelasi
- Angka D-W +4 Berarti ada autokorelasi negatif.

3.4.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor preditor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi menurut Sugiyono (2013: 277), menyatakan bahwa analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

dimana :

- Y = Keunggulan Bersaing
- X1 = Inovasi Produk
- X2 = *E-Commerce*
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka perubahan pada variabel terikat yang mempunyai akibat perubahan variabel bebas.

3.4.6 Analisis Koefisien Determinasi

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

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

(Sugiyono, 2016: 102)

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

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

(Sugiyono, 2016: 102)

Untuk mempermudah perhitungan digunakan SPSS versi 20.

3.4.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional penetapan tingkat signifikan, uji signifikansi, kriteria dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional
 - a. Secara Simultan

$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$ Inovasi Produk dan *E-Commerce* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_0 : \rho_{YX_1} \neq \rho_{YX_2} \neq 0$ Inovasi Produk dan *E-Commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

b. Secara Parsial

$H_0 : \rho_{YX_1} = 0$ Inovasi Produk secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_0 : \rho_{YX_1} \neq 0$ Inovasi Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_0 : \rho_{YX_2} = 0$ *E-Commerce* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_0 : \rho_{YX_2} \neq 0$ *E-Commerce* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi

a. Secara simultan menggunakan uji F

b. Secara parsial menggunakan uji t

4. Kaidah Keputusan

a. Secara Simultan

- Jika *significance* $F < (\alpha = 0,05)$

Maka, H_0 ditolak, H_a diterima

- Jika *significance* $F \geq (\alpha = 0,05)$

Maka, H_0 diterima, H_a ditolak

b. Secara Parsial

- Jika *significance* $t < (\alpha = 0,05)$,

Maka H_0 ditolak, H_a diterima

- Jika *significance* $t \geq (\alpha = 0,05)$,

Maka H_0 diterima, H_a ditolak

5. Penarikan Kesimpulan

Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.