

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan objek penelitian

Dalam penelitian ini, sumber yang akan menjadi subjek penelitian adalah pemilik atau manajer fungsional UMKM Bakpia di Kota Yogyakarta. Objek penelitian akan dilakukan pada UMKM Bakpia di Kota Yogyakarta. Objek Penelitian yakni sifat keadaan dari suatu benda, orang atau keadaan, yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik itu perseorangan atau individu. Data primer yang digunakan dalam rangka mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk memenuhi keperluan penelitian. Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pemilik UMKM Bakpia di Yogyakarta yang selanjutnya akan diperoleh informasi-informasi melalui kuesioner tersebut.

C. Teknik pengambilan sampel

Menurut Arikunto (2010) sampel merupakan sebagian atau representasi dari populasi yang diteliti. Adapun populasi yang terlalu besar dan adanya keterbatasan waktu dan biaya penelitian, maka lebih efektif responden perlu dibatasi yang dalam pengambilan sampel. Purposive sampling merupakan cara pengambilan sampel dengan

menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan. Adapun ciri-ciri yang dimaksud yaitu, sebagai berikut:

- a. Responden : dalam penelitian ini respondennya adalah manajer fungsional atau pemilik dari UMKM karena baik itu pemilik ataupun manajer fungsionalnya lebih mengerti kegiatan UMKM dari segi supplier, strategi persaingan dan kinerja organisasi.
- b. UMKM : dalam penelitian ini kriteria UMKM telah beroperasi selama 2 tahun karena UMKM dengan lama usaha 2 tahun lebih berpengalaman dalam menjalin hubungan terhadap *supplier*, lebih mengerti cara menghadapi persaingan dan menegerti perkembangan kinerja organisasi.

D. Teknik pengumpulan data

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survei. Adapun teknik pengumpulan data yang biasa digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi atau survei. Dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pemilik atau manajer produksi (fungsional) di UMKM Bakpia di Kota Yogyakarta. Adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 bagian, diantaranya:

1. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden. Berisi mengenai data karakteristik responden meliputi jabatan, jenis kelamin, lama bekerja dan usia.
2. Bagian yang mengungkapkan pertanyaan manajemen rantai pasok, kinerja Organisasi dan strategi keunggulan bersaing.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur variabel adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner ini berisi item pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel. Untuk mengubah data dari variabel-variabel yang ada ke dalam perhitungan data, maka penulis menggunakan *skala likert*. Pada *skala Likert* ini responden menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda silang (\surd) pada alternative jawaban dengan 5 kemungkinan yang tersedia.

Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih salah satu jawaban saja. Untuk mempermudah penilaian jawaban, penulis akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban pertanyaan yaitu nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negatif. Maka bentuk penilaiannya sebagai berikut.

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (setuju) diberi nilai 4
3. Jawaban N (netral) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

E. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik dalam suatu penelitian (Arikuntoro, 2010). Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel, yaitu:

1. Variabel independen yang terdiri dari manajemen rantai pasokan

2. Variabel perantara atau *mediating* dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja organisasi.

Berikut ada variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta indikator yang digunakan

1. Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok adalah integrasi dari pemasok, produsen, reseller dan konsumen agar produk yang diterima dari produsen tepat jumlah, tepat waktu, tepat kualitas dan tepat harga. Untuk mengukur kinerja manajemen rantai pasokan dapat menggunakan indikator: *Strategic Supplier Partnership, Customer Relationship, Information Sharing*.

Indikator manajemen rantai pasok terdiri dari 13 item dengan 3 dimensi antara lain sebagai berikut (Regina, 2013) :

- a. *Strategic Supplier Partnership*, itemnya terdiri dari :
 - 1) Perusahaan kami senantiasa mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok.
 - 2) Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok.
 - 3) Perusahaan kami membantu (memberi masukan) kepada pemasok dalam meningkatkan kualitas produk.
 - 4) Perusahaan kami memiliki program perbaikan terus-menerus (*continuous improvement*) yang melibatkan pemasok.

- 5) Perusahaan kami senantiasa mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi.
- b. *Customer Relationship*, item pertanyaannya terdiri dari :
- 1) Perusahaan kami senantiasa berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar (standar pengiriman, standar dalam merespons pelanggan).
 - 2) Perusahaan kami senantiasa mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan.
 - 3) Perusahaan kami senantiasa menyelesaikan masalah bersama-sama dengan pemasok.
 - 4) Perusahaan kami senantiasa mencari tahu apa keinginan pasar dimasa depan (*future expectation*).
 - 5) Perusahaan kami senantiasa memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan / mengadakan complain.
- c. *Information Sharing*, item pertanyaannya terdiri dari :
- 1) Mitra usaha senantiasa menginformasikan isu-isu yang dapat mempengaruhi bisnis kami.
 - 2) Perusahaan kami senantiasa melakukan pertukaran informasi dengan mitra usaha dalam membuat perencanaan bisnis.
 - 3) Perusahaan kami senantiasa bekerja sama dengan mitra usaha dalam menginformasikan keadaan/perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya.

2. Keunggulan bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan untuk menciptakan nilai yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru oleh pesaing. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing suatu perusahaan. (Li et al, 2006). mengukur keunggulan bersaing perusahaan dengan menggunakan indikator; harga, kualitas, *delivery dependability*, inovasi produk, dan *time to market*.

a. Harga, item pertanyaan terdiri dari :

- 1) Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing.
- 2) Perusahaan kami senantiasa menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

b. Kualitas, item pertanyaan terdiri dari perusahaan kami senantiasa menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing.

c. *Delivery Dependability* item pertanyaan terdiri dari :

- 1) Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen tepat waktu dibandingkan dengan pesaing.
- 2) Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai dengan jumlah pesanan dibandingkan dengan pesaing.

d. Inovasi produk item pertanyaan terdiri dari :

- 1) Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
 - 2) Perusahaan kami senantiasa melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
 - 3) Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur) baru dibandingkan dengan pesaing.
- e. *Time to market*, item pertanyaan terdiri dari :
- 1) Perusahaan kami merupakan pionir dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing.
 - 2) Perusahaan kami bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibandingkan dengan pesaing.

3. Kinerja organisasi

Kinerja organisasi adalah suatu tingkat pencapaian organisasi dalam melakukan aktivitas atau kegiatan yang menjadi tanggung jawab untuk memaksimalkan pencapaian visi, misi dan tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan organisasi yang dapat dinilai dengan cara mengukur perbandingan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa organisasi lain di industry serupa. Kinerja organisasi ini menurut Jahanshahi *et al.* (2012) diukur menggunakan dua indikator, yaitu kinerja keuangan dan kinerja operasional dengan masing-masing memiliki 5 item pernyataan.

- a. Kinerja keuangan, dengan item pernyataan sebagai berikut:
 - 1) Perusahaan mampu mencapai profit yang telah ditargetkan
 - 2) Perusahaan mampu mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan
 - 3) Perusahaan mampu mencapai tingkat produktivitas yang ditargetkan
 - 4) Perusahaan mampu mencapai biaya produksi sesuai dengan target atau bahkan lebih rendah

- b. Kinerja perusahaan, dengan item pernyataan sebagai berikut:
 - 1) Perusahaan mampu mencapai profit yang telah ditargetkan
 - 2) Perusahaan mampu mencapai tingkat pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan
 - 3) Perusahaan mampu mencapai tingkat produktivitas yang ditargetkan
 - 4) Perusahaan mampu mencapai biaya produksi sesuai dengan target atau bahkan lebih rendah

F. Uji kualitas Instrumen

Kuesioner atau instrumen pengukur harus memenuhi dua syarat, yaitu valid dan reliabel untuk membuktikannya digunakan beberapa alat uji yaitu:

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah uji validitas untuk validitas konstruk

(*construct validity*) yang menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran cocok dengan teori yang mendasari desain tes (Sekaran, 2011). Dikatakan valid jika nilai signifikan $< \alpha = 0,05$ atau $< 5\%$ (Sekaran, 2011)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan. Menurut Ghazali (2016) reliabilitas merupakan alat pengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* $> 0,6$.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi yang digunakan variabel bebas dan variabel terikatnya memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Menurut Ghazali (2016) model regresi yang baik mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Pada penelitian ini uji normalitas di uji menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Ketentuan yang digunakan pada penelitian ini yaitu apabila nilai *asympt. Sig.* lebih besar dari 0,05 maka data yang digunakan terdistribusi normal, begitu pun sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* < 10 (Ghozali, 2016).

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukan uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui model regresi yang digunakan dalam penelitian ini apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Menurut Ghozali (2016) pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas diantaranya dapat menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser digunakan dengan meregresikan *residual* variabel bebas. Ketentuan yang digunakan yaitu jika variabel bebas memiliki tingkat signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi dari variabel bebas $< 0,05$ maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

H. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah *path analysis* dengan pendekatan regresi yang bertujuan untuk mempelajari hubungan linear antara dua variabel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS (Statistical Program for Social Science)* yaitu program komputer statistik yang mampu memproses secara tepat dan cepat data yang

diperoleh menjadi *output* yang dikehendaki untuk mengambil keputusan.

Berikut persamaan regresi sederhana yang digunakan pada penelitian ini:

Persamaan Regresi 1

$$Z = bX$$

Persamaan Regresi 2

$$Y = b_1X + b_2Z$$

Keterangan:

Y = variabel kinerja organisasi

Z = variabel keunggulan bersaing

X = variabel Manajemen rantai pasok

b = koefisien regresi

1. Uji t

Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu maka dilakukan uji t. Menurut Ghozali (2016) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent (bebas) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Ketentuan untuk uji t dalam penelitian ini menggunakan taraf kepercayaan (signifikansi) 5% atau 0,05. Jika nilai signifikansi > dari 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan jika nilai signifikansi \leq 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

2. Uji Sobel

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dalam Ghozali (2016) dan dikenal

dengan uji Sobel. Sebelum melakukan uji Sobel berikut digambarkan model analisis jalur dalam penelitian ini.

Untuk melihat apakah Manajemen rantai pasok berpengaruh terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening, maka dilakukan menggunakan uji Sobel. Berikut adalah rumus dari Uji Sobel:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

- S_{ab} : Pengaruh tidak langsung
- a** : Manajemen Rantai Pasok → Keunggulan Bersaing
- b** : Keunggulan Bersaing → Kinerja Organisasi
- S_a : *Standard Error a*
- S_b : *Standard Error b*

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi.