

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah perusahaan dodol nenas yang ada di Kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang. Menurut data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Subang dan observasi lapangan, ada sebanyak 16 orang pengusaha yang memproduksi dodol nenas. Berikut adalah nama-nama perusahaan dodol nenas yang ada di Kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang :

Tabel 3.1
Nama – Nama Perusahaan Dodol Nenas di Kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang

No.	Nama Perusahaan
1.	Mekar Sari Erviani
2.	Mekar Sari Khotimah
3.	Mekar Sari / Kartika Sari
4.	Mulya Rasa
5.	Mekar Jaya Nani
6.	Retno Sari
7.	Lia Sari
8.	Sari Rasa
9.	Mekar Harum
10.	Mugia Sari
11.	Alam Sari
12.	Mekar Mulya
13.	Mulya Sari
14.	Mekar Jaya Selvia
15.	Cinta Rasa
16.	Yuliyanti Mekar Jaya

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM Kabupaten Subang

Maka yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah sebanyak 16 orang pengusaha. Dari 16 orang pengusaha tersebut, penulis meneliti perkembangan volume penjualan dodol nenas pada perusahaan dodol nenas dalam satu bulan terakhir.

3.2 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti, sehingga data yang diperoleh cukup lengkap sebagai dasar dalam membahas masalah yang ada dalam penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif.

Nazir (2003:54) mengemukakan metode deskriptif sebagai berikut:

“Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”.

Untuk mengetahui pengaruh harga jual dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan dodol nenas di Kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang, maka penulis menggunakan metode deskriptif analitik. Metode ini mencoba menggambarkan sifat, keadaan, gejala, atau fenomena yang terjadi pada objek penelitian saat dilakukan penelitian yaitu menggambarkan kejadian yang tertuju pada pemecahan masalah pada saat sekarang, dengan jalan pengumpulan data, penyusunan data kemudian menganalisis dan menyimpulkannya.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul skripsi yang dipilih yaitu “Pengaruh Harga Jual dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Dodol Nenas di Kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang”, maka terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu :

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain dan merupakan faktor penyebab yang dapat mempengaruhi variabel tidak bebas. Berdasarkan judul di atas, yang menjadi variabel bebas adalah harga jual (X_1) dan saluran distribusi (X_2).

b. Variabel Tidak Bebas (Terikat atau *Dependent Variabel*)

Variabel tidak bebas adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Berdasar judul di atas, maka variabel tidak bebasnya adalah Volume Penjualan.

Untuk dapat menyusun daftar pertanyaan maka harus ditetapkan terlebih dahulu variabel-variabel yang akan diukur serta indikator-indikatornya, variabel dan indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Variabel Independent				
1. Harga Jual (X1)	Merupakan Jumlah uang yang pelanggan bayar untuk produk tertentu. (Kotler, 1997:82)	Besarnya harga jual dodol nenas yang diberikan oleh pedagang ke konsumen.	Data diperoleh dari responden mengenai : rata-rata harga jual dodol nenas yang dijual pada bulan terakhir dalam Rupiah per masing-masing jenis produk	Interval
2. Saluran Distribusi (X2)	Merupakan suatu saluran yang dipergunakan untuk dilewati oleh arus pemilikan (<i>flow of title</i>) atas barang atau jasa yang diperjual-belikan. (Sastradipoera, 2003:172)	Bentuk saluran distribusi, sasaran daerah pemasaran.	Data diperoleh dari responden mengenai bentuk saluran distribusi yang dijalankan yaitu, langsung, tidak langsung, atau campuran. Sasaran daerah pemasaran.	Nominal
Variabel Dependent				
Volume Penjualan	Menunjukkan jumlah unit atau barang yang dijual dalam jangka waktu (interval) tertentu.	Banyaknya jumlah rupiah (Rp) yang terjual.	Nilai jumlah produk yang terjual dalam rupiah (Rp).	Interval

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dengan cara melakukan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu melakukan penelitian langsung pada perusahaan yang diteliti, sehingga diperoleh data dan informasi yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi :
 - a. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.
 - b. Angket (kuesioner), yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Angket yang disebarakan bertujuan untuk mengetahui apakah responden telah melakukan upaya-upaya yang ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan.
 - c. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pejabat yang berwenang yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.
2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dengan cara membaca buku serta referensi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini diperlukan sebagai dasar untuk melakukan penelitian di lapangan.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Suatu Penelitian membutuhkan populasi sebagai sumber data. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. (Arikunto, 2006:130). Adapun yang dimaksud dengan populasi menurut Sudjana (2005:9) yaitu “Populasi ataupun totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif ataupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan ingin dipelajari sifat – sifatnya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh perusahaan dodol nenas di Kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang, hal ini dikarenakan daerah tersebut merupakan sentra produksi nenas. Berdasarkan pra-penelitian pada bulan Februari 2009 menurut data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Subang dan observasi lapangan, jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 16 orang pengusaha.

3.5.2 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian kelompok yang mewakili kelompok besar. Pengambilan sampel secara baku untuk suatu penelitian tidak ada. Berdasarkan pra-penelitian pada bulan Februari 2009 menurut data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Subang dan observasi lapangan, jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 16 orang pengusaha, maka dari itu agar penelitian ini memperoleh data yang valid maka peneliti bermaksud menjadikan seluruh populasi yang ada sebagai sampel pada penelitian ini. Menurut Sugiono (1998:62), apabila jumlah

sampel sama dengan jumlah populasi dinamakan sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang.

3.6 Instrumen Penelitian

Dalam suatu penelitian alat pengumpul data atau instrumen penelitian akan menentukan data yang dikumpulkan dan kualitas itu menentukan kualitas penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tentang pengaruh harga jual dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan dodol nenas di kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang.

Adapun langkah-langkah penyusunan angket adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan tujuan pembuatan angket yaitu mengetahui harga jual yang ditetapkan dan bentuk saluran distribusi yang dipilih.
- 2) Menentukan objek yang menjadi responden yaitu para pengusaha dodol nenas di Kecamatan Jalan Cagak Kabupaten Subang yang menjadi sampel.
- 3) Menyusun kisi-kisi angket.
- 4) Menyusun pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.
- 5) Merumuskan pertanyaan-pertanyaan dan alternatif jawaban untuk jenis pertanyaan yang sifatnya tertutup. Jenis instrumen yang tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang disertai alternatif jawaban yang sudah disediakan.
- 6) Sedangkan jenis data instrumen yang bersifat terbuka, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dengan memberikan kesempatan kepada

responden untuk mengisi pertanyaan tertulis dengan memberikan kesempatan kepada responden untuk mengisi pertanyaan yang tidak disediakan alternatif jawabannya.

- 7) Memperbanyak angket.
- 8) Menyebarkan angket.
- 9) Mengelola dan menganalisis hasil angket.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke bentuk yang lebih diinterpretasikan. Analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Adapun kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2) Tabulasi Data

Dalam penelitian ini kegiatan tabulasi data yang dilakukan yaitu :

- a. Memberi skor pada setiap item.
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
- c. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian.

3) Mengenalisis data

Menganalisis data merupakan suatu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, serta menginterpretasikan data agar diperoleh kesimpulan.

a) Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mencari pengaruh variabel X_1 (harga jual) terhadap variabel Y (volume penjualan), digunakan analisis regresi linier sederhana. Bentuk umum persamaan Regresi Linier Sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

a = harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

Sedangkan untuk menentukan koefisien korelasi dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Sudjana, 2005 : 369})$$

Langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan perlu dibuktikan dengan pengolahan data yang telah terkumpul. Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data nominal dan interval.

Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya peranan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga digunakan pengujian hipotesis nol (H_0), yaitu hipotesis yang perumusannya mengandung pengertian sama atau umumnya ditolak, yaitu tidak terdapatnya peranan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis yang ditetapkan penulis adalah:

H_0 : Tidak terdapat Pengaruh antara Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan.

H_a : Terdapat Pengaruh antara Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan.

Untuk menguji hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t, dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sudjana, 2005 : 380})$$

Dengan kriteria pengambilan keputusan tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ artinya X_1 berpengaruh terhadap Y atau harga jual mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan, X_2 berpengaruh terhadap Y atau saluran

distribusi mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan, maka hipotesis yang diajukan diterima.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y maka digunakan rumus KD (koefisien determinasi), yaitu :

$$\text{KD} = r^2 \times 100\% \quad (\text{Sudjana, 2005 : 371})$$

b) Uji *Chi-Square* (χ^2)

Dalam penelitian ini Variabel X_2 (saluran distribusi) adalah berbentuk skala nominal untuk itu tidak dapat menggunakan teknik analisis Regresi Linier Sederhana dalam pengolahan datanya. Menurut Siegel (1992:53), uji *Chi-Square* dapat digunakan untuk menguji adakah terdapat perbedaan yang signifikan antara banyak yang diamati (*observed*) dari obyek atau jawab yang masuk dalam masing-masing kategori dengan banyak yang diharapkan (*expected*) berdasarkan hipotesis nol. Rumus *Chi-Square* yang digunakan adalah :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad (\text{Siegel, 1992:53})$$

Di mana :

O_i = banyak kasus yang diamati dalam kategori ke-i

E_i = banyak yang diharapkan dalam kategori ke-i di bawah H_0

$\sum_{i=1}^k$ = penjumlahan semua kategori (k)

c) Koefisien Kontingensi (C)

Setelah dilakukannya uji chi-kuadrat, agar diketahui pengaruh antara variabel X_2 (saluran distribusi) terhadap Y (volume penjualan) digunakan uji Koefisien Kontingensi yang kemudian di determinasikan. Menurut Siegel (1992 : 243), Koefisien kontingensi (C) adalah suatu ukuran kadar asosiasi atau relasi antara dua himpunan atribut. Ukuran ini berguna khususnya apabila hanya memiliki informasi kategori (skala nominal) mengenai satu di antara himpunan-himpunan atribut atau kedua himpunan atribut itu. Yaitu, pengukuran ini dapat dipergunakan kalau informasi tentang atribut-atribut itu terdiri dari suatu rangkaian frekuensi yang tidak berurut.

Untuk menggunakan koefisien kontingensi, tidak perlu untuk dapat membuat anggapan kontinuitas untuk berbagai kategori yang dipergunakan untuk berbagai kategori yang dipergunakan untuk mengukur salah satu atau kedua himpunan atribut. Pada kenyataannya bahkan tidak perlu menata kategori-kategori itu dalam suatu cara tertentu. Koefisien kontingensi, yang dihitung dari suatu tabel kontingensi, akan mempunyai harga yang sama bagaimanapun kategori-kategori itu tersusun dalam baris-baris dan kolom-kolomnya.

Rumus Koefisien Kontingensi yang digunakan adalah :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{N + \chi^2}} \quad (\text{Siegel, 1992 : 244})$$

Di mana :

C = Koefisien Kontingensi

χ^2 = harga *chi-square*

N = jumlah total kasus