

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran yang menjadi bahan pokok sumber informasi penelitian (Muhamad Teguh, 2005 :125). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk (X_1), dan perilaku kewirausahaan (X_2), sebagai variabel independen sebagai variabel dependennya (Y) adalah pendapatan atau hasil penjualan para pengusaha tas dan dompet di Desa Cibolerang Blok Ransel Babakan Mulya.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat memberikan gambaran kepada para peneliti mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey.

Menurut Kerlinger (Sugiyono, 2006:7) mengemukakan bahwa “Survey adalah salah satu bentuk penyelidikan yang dijalankan dengan cara menghubungkan sebagian atau kelompok tertentu dari populasi yang berhubungan dengan area penelitian tertentu guna menggali informasi-informasi yang di butuhkan”.

Selain itu juga digunakan metode *eksplanatory* atau penjelasan yaitu suatu metode menyoroti adanya hubungan antar variabel dengan menggunakan kerangka kemudian dirumuskan suatu hipotesis (Masri Singarimbun, 30:2006).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono,2006:90). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono,2006:90).

3.3.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:174) yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Setelah diketahui sample wilayah maka selanjutnya akan ditentukan besarnya sample objek. Untuk mengetahui besarnya sampel objek terlebih dahulu harus Untuk mengetahui besarnya jumlah sample objek maka dipergunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{90}{1 + 90 (0,05)^2} \\ &= \frac{90}{1 + 90 (0,0025)} \\ &= 73 \text{ pengusaha} \end{aligned}$$

Dengan demikian *sample* objek yang diambil sebanyak 73 pengusaha.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampel random* yaitu pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak, karena seluruh anggota populasi di anggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan menjadi sampel (Suharsimi Arikunto, 2010:177).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel berguna untuk memberikan pengertian yang benar tentang variabel yang terdapat dalam penelitian.

Dalam penelitian ini jenis data yang di gunakan untuk variabel bebas adalah data ordianal, sedangkan untuk variabel terikat menggunakan data interval. Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memberikan dan mengartikan kalimat judul dan variabel-variabel penelitian, maka variabel-variabelnya akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Sumber Data
Pendapatan (Y) Total penerimaan adalah jumlah total yang di terima oleh perusahaan dari penjualan produknya.(Case Fair, 2005 :205)	Jumlah pendapatan	Data di peroleh dari responden (pengusaha) dengan menggunakan model isian terbuka dengan indikator sebagai berikut : 1. jumlah produk yang terjual (Q) 2. rata-rata harga Produk (P) 3. jumlah pendapatan keseluruhan (TR)	1. jumlah produk yang terjual : - berapa jumlah produk yang terjual dalam satu bulan terakhir 2. rata-rata harga produk - berapa rata-rata harga jual produk tersebut 3. jumlah keseluruhan pendapatan - berapa jumlah pendapatan dalam satu bulan terakhir (Iskandar Putong, 2010:184)

<p>Diferensiasi Produk (X1)</p> <p>Suatu cara seorang penjual menghasilkan perubahan produk. Diferensiasi memungkinkan seorang penjual menawarkan barang-barang yang berbeda dari barang-barang lainnya sehingga lebih disukai dari barang lainnya barang-barang yang bersifat berbeda corak, yaitu berbeda dari segi mutu, barangnya, pengemasannya, warna, bentuk.</p> <p>Vernon A. Musselman dan Jhon H. Jackson (1984, 304)</p>	<p>Tingkat Diferensiasi produk</p>	<p>Data di peroleh dari responden (pengusaha) dengan menggunakan model isian terbuka dengan indikator sebagai berikut ;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. jumlah produk baru yang berbeda corak tiap bulannya 2. menciptakan keunikan produk/membedakan produk melalui perbedaan mutu, bentuk, warna dan pengemasan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. jumlah produk berbeda yang dihasilkan setiap bulannya <ul style="list-style-type: none"> - jumlah produk baru yang berbeda yang mereka produksi setiap bulannya 2. menciptakan keunikan melalui pembedaan dalam : <ul style="list-style-type: none"> - perbedaan bentuk - perbedaan warna - perbedaan mutu - perbedaan pengemasan <p>(Sadono Sukirno,2005: 303)</p>
<p>Perilaku Kewirausahaan (X2)</p> <p>Seseorang yang menciptakan bisnis dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi berbagai peluang penting dan menghubungkan sumber daya yang di perlukan untuk</p>	<p>Tingkat Perilaku Kewirausahaan</p>	<p>Data diperoleh dari responden (pengusaha) menggunakan model skala likert 5 option dengan indikator sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. hasrat akan taggung jawab 2. menyukai resiko menengah 3. meyakini kemampuan untuk sukses 4. kreativitas 5. Inovasi 6. Orientasi masa depan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasrat akan tanggung jawab <ul style="list-style-type: none"> - Berusaha menghasilkan produk terbaik untuk kepuasan konsumen - Taggung jawab pribadi yang besar akan hasil 2. Menyukai resiko menengah <ul style="list-style-type: none"> - Memperhitungkan peluang yang beresiko sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki - Memperkecil resiko dengan menyusun perencanaan 3. Meyakini kemampuan

<p>mengoptimalkan sumber daya sumber daya tersebut Thomas W. Zimmerer (2008:6)</p>			<p>untuk sukses</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimis atas peluang kesuksesan - Yakin kepada kemampuan diri sendiri untuk sukses <p>4. Kreatifitas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki dan memikirkan ide-ide baru dalam menjalankan usaha - Mencari cara agar ide baru tersebut sukses dalam pelaksanaannya <p>5. Inovasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menerapkan kreativitas untuk menghasilkan produk - Mengerjakan dan menerapkan ide-ide baru yang dimiliki untuk menghasilkan produk yang berbeda <p>6. Orientasi masa depan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mampu membaca peluang untuk masa depan - Tidak mempersoalkan apa yang terjadi kemarin - Mempersoalkan apa yang akan dikerjakan besok (Zimmerer,2008:7)
--	--	--	--

3.5 Sumber Data

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah data pengusaha tas. Dengan karakteristik pengusaha yang telah berpengalaman selama 2 tahun dalam usahanya serta memproduksi dan menjual produk tas dan dompetnya sendiri.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riduwan (2007:24), teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi mengenai suatu objek penelitian. Teknik pengumpulan data mengacu pada cara

apa data yang diperlukan dalam penelitian bisa diperoleh. Kaitannya dengan hal tersebut, serta dapat melihat konsep analitis dari penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan bisa melalui komunikasi secara langsung atau tidak langsung. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan angket. Angket, yaitu pengumpulan data yang menggunakan daftar pertanyaan kepada responden tentang permasalahan yang diteliti.

Sedangkan jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis angket kombinasi terbuka tertutup, atau semi terbuka yaitu dalam merancang angket peneliti merancang dan membuat pernyataan dan pertanyaan di arahkan untuk memberikan pendapat dan jawaban menurut pilihan-pilihan jawaban yang di sediakan juga pihak responden diberi sedikit kelonggaran untuk memberikan pendapat dan jawaban sesuai dengan pertanyaan yang di ajukan menurut pertanyaan mereka (Muhamad Teguh, 2005:142-143).

3.7 Teknik Analisis Data

Sebelum menganalisis data agar hasil penelitian tidak bias dan tidak diragukan kebenarannya maka instrument penelitian sebagai alat ukur harus diuji terlebih dahulu kevalidannya dan kereliabilitasnya. Pengujian alat ukur penelitian ini dilakukan melalui dua macam tes yaitu tes validitas dan tes reliabilitasnya.

3.7.1 Tes Validitas

Validitas merupakan suatu alat ukur yang berfungsi untuk menunjukkan kevalidan atau keahlian suatu instrument dalam penelitian. Menurut Arikunto

(2010:168) menyatakan bahwa, “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item. Menurut Sugiyono (2006:124) menyatakan bahwa, “Analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir”. Masrun dalam Sugiyono (2006:124) menyatakan bahwa “Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula”.

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2007:217) dalam uji validitas ini digunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Riduwan Kuncoro (2007:217)

Dimana:

- r_{hitung} = koefisien relasi
- $\sum X_i$ = jumlah skor item
- $\sum Y_i$ = jumlah skor total (seluruh item)
- n = jumlah responden

Menurut Sugiyono (2006:124), “Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0.3$ ”. Jadi apabila korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0.3 maka butir dalam instrumen ini dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Tes *Reliabilitas*

Reliabilitas tes di dalam penelitian berhubungan dengan masalah ketetapan hasil tes. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika soal tes/ instrument yang digunakan dalam penelitian dapat memberikan hasil

yang tetap, konsisten, dan stabil meskipun tes dilaksanakan pada waktu yang berbeda. berfungsi untuk menunjukkan kevalidan atau keahlian suatu instrument dalam penelitian. Untuk mencari reabilitas intrument yang angkanya bukan 1 dan 0 yaitu yang rentangnya merupakan beberapa nilai (misalnya 0-10 atau 0-100) atau yang berbentuk skala 1-3, 1-5, atau 1-7 dan seterusnya yaitu menggunakan rumus *alpha*.

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2007:220), “Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan atau keajegan) alat pengumpul data (*instrument*) yang digunakan”. Sedangkan Menurut Arikunto (2010:178), “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel arinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan”.

Adapun uji reliabilitas instrument penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Menurut Riduwan dan Kuncoro (2007:221), langkah-langkah mencari nilai reliabilitas dengan metode *Alpha* sebagai berikut:

1. Menghitung varians skor tiap-tiap item dengan rumus:

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Dimana:

S_i = varians skor tiap-tiap item

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat item X_i

$(\sum X_i)^2$ = jumlah item X_i dikuadratkan

N = jumlah responden

2. Menjumlahkan varians semua item dengan rumus:

$$\Sigma S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$$

Dimana:

ΣS_i = jumlah varians semua item

$S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$ = varians item ke-1, 2, 3, ..., n

3. Menghitung varians total dengan rumus:

$$S_t = \frac{\Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{N}}{N}$$

Dimana:

S_t = varians total

ΣX_i^2 = jumlah kuadrat X total

$(\Sigma X_i)^2$ = jumlah X total dikuadratkan

N = jumlah responden

4. Masukkan nilai *Alpha* dengan rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma S_i}{S_t} \right)$$

Dimana:

r_{11} = nilai reliabilitas

ΣS_i = jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = varians total

k = jumlah item

Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak, digunakan distribusi table-r (tabel-r) untuk $\alpha = 0.05$ dan df ($dk = n-2$) dengan keputusan jika $r_{11} > r_{\text{tabel}}$ berarti reliabel dan sebaliknya jika $r_{11} < r_{\text{tabel}}$ berarti tidak reliabel.

3.8 Pengujian Statistik

3.8.1 Analisis Regresi Berganda

Metode ekonometrika yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Menurut Yana Rohmana (2010:59) analisis regresi berganda adalah analisis regresi linear yang variabel bebasnya lebih dari satu buah. Dalam analisis ini dilakukan dengan bantuan program *Eviews 7.0* dengan tujuan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependennya.

Fungsi persamaan umum yang akan diamati dalam penelitian ini adalah :
Pendapatan Pengusaha Tas dan Dompet di Blok ransel Kota Bandung

Secara pengertian ekonomi, penjelasan fungsi matematis tersebut adalah perubahan pendapatan pengusaha (Y) akan dipengaruhi oleh diferensiasi produk (X1), perilaku kewirausahaan (X2). Hubungan tersebut dapat dijabarkan kedalam bentuk model regresi sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + e$$

Keterangan :

- Y = Pendapatan Pengusaha Tas dan Dompet
- β_0 = Konstanta
- β_1 = Koefisien Regresi
- X₁ = Diferensiasi Product
- X₂ = Perilaku Kewirausahaan
- e = *Error Variabel*

3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ukuran menaksir parameter dan standar erornya, perlu untuk di periksa apakah model regresi yang estimasinya cukup baik atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut harus di lakukan suatu cara untuk mengukur seberapa dekatkah garis

regresi estimasi dengan data. Ukuran yang biasa di gunakan untuk keperluan ini adalah *Goodness of fit* (R) Ukuran *goodness of fit* ini mencerminkan seberapa besar variasi dari regressand(Y) dapat di terangkan oleh regresand (X). Bila R = 0 maka variasi y tidak di terangkan oleh x sama sekali. Smentara apabila r = 1 dari variasi y , 100% y dapat di terangkan oleh x Nilai R² disebut juga koefisien determinasi. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diperoleh dengan menggunakan formula :

$$R^2 = \frac{b_{1.2.3} \sum x_{2i} y_i + b_{1.3.2} \sum x_{3i} y_i}{\sum y_i^2}$$

Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu (0 < R² < 1). Nilai R² yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya nilai R² yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.8.3 Uji Statistik t

Untuk menghitung nilai t hitung digunakan rumus :

$$t = \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)}$$

(Yana Rohmana, 2010:74)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat adanya pengaruh dari masing-masing variabel penjelas terhadap variabel yang dijelaskan. Mula-mula ditentukan hipotesis nol atau *null hypothesis* (Ho) yang menyatakan bahwa masing-masing variabel penjelas berpengaruh terhadap variabel yang dijelaskan secara individu.

Hipotesis yang diuji pada uji statistik t adalah sebagai berikut :

a. Hipotesis untuk X1

Diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap pendapatan pengusaha tas dan dompet

Uji hipotesis positif ini menggunakan satu sisi

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

b. Hipotesis untuk X2

Perilaku kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pendapatan pengusaha tas dan dompet

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Pada tingkat signifikansi 5 persen dengan pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila t hitung $<$ t tabel atau jika probabilitas t hitung $>$ tingkat signifikansi 0,05, artinya adalah salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila t hitung $>$ t tabel, atau jika probabilitas t hitung $<$ tingkat signifikansi 0,05, artinya adalah salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel independen di antara satu dengan lainnya. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan kaidah “*auxiliary regression*”. Penggunaan kaidah ini dilakukan dengan cara meregres masing-masing variabel independen dengan variabel independen yang lain. Apabila hasil dari proses meregres masing-masing variabel independen dengan variabel independen yang lain tersebut menunjukkan adanya nilai R^2 yang lebih rendah dari R^2 model utama, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen (Yana Rohmana, 2010 : 140-143).

3.9.2 Heterokedastisitas

Salah satu asumsi pokok dalam model regresi linear klasik adalah bahwa varian setiap *disturbance term* yang dibatasi oleh nilai tertentu mengenai variabel-variabel bebas adalah berbentuk suatu nilai konstan yang sama dengan σ^2 . Inilah yang disebut asumsi *heteroskedasticity* atau varian yang sama. Dalam heteroskedastisitas menunjukkan *disturbance* yang dapat ditunjukkan dengan adanya *conditional variance* Y_i bertambah pada waktu X bertambah. Dapat dikatakan bahwa *heteroskedastisitas* menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Hasil taksiran dapat menjadi kurang dari semestinya,

melebihi dari semestinya dan menyesatkan. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas maka dapat dilakukan dengan menggunakan *White Test*. Pengujian ini dilakukan dengan cara melihat probabilitas *Obs*R-squared*. Apabila nilai probabilitas *Obs*R-squared* lebih besar dari taraf nyata tertentu maka persamaan tersebut tidak mengandung gejala *heteroskedastisitas*, begitu juga sebaliknya (Yana Rohmana, 2010 : 158-160).

3.9.3 Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi lainnya. Bila asumsi ini tidak dipenuhi maka dalam hal ini uji t dan uji F tidak lagi menjadi valid dan kurang kuat karena selang keyakinan akan semakin lebar. Autokorelasi mengakibatkan koefisien regresi yang dihasilkan tidak efisien sehingga menjadi tidak dapat dilakukan. Pada penelitian ini digunakan uji *Breusch and Godfrey Serial Correlation LM-Test* untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi. Apabila nilai Probabilitas *Obs*R-squared* lebih besar dari taraf nyata tertentu (yang digunakan), maka persamaan ini dinyatakan tidak mengalami autokorelasi. Apabila nilai *Obs*R-squared* yang diperoleh lebih kecil dari pada taraf nyata tertentu maka persamaan tersebut mengandung autokorelasi (Yana Rohmana, 2010 : 192-194).