

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sumber informasi yang akan diteliti oleh peneliti. Penelitian ini menganalisis bagaimana Kecerdasan Emosional Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha. Adapun yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah Kecerdasan Emosional Wirausaha (X) yang terdiri dari kesadaran diri, pengaturan diri, motivasi, empati, dan keterampilan sosial. Variabel *dependent* (terikat) adalah Keberhasilan Usaha (Y) dengan indikatornya yang terdiri dari laba usaha, produktivitas, daya saing, kompetensi, dan terbangunnya citra yang baik.

Alasan yang mendasari penulis melakukan penelitian mengenai keberhasilan usaha para pengusaha kain yaitu dalam rangka meningkatkan pengetahuan agar bisnis yang dijalani mengalami kemajuan. Berdasarkan hal tersebut perlu diteliti juga mengenai kecerdasan emosional wirausaha sebagai faktor penyebab dari kesuksesan seseorang khususnya bagi para pengusaha kain di Cigondewah Bandung.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2008:45) pendekatan *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara memperbaiki objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka panjang.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Naresh K. Malhotra (2005:93) mengemukakan penelitian *deskriptif* adalah satu jenis riset *konklusif* yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu.

Melalui jenis penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh gambaran mengenai kecerdasan emosional wirausaha serta pandangan responden terhadap keberhasilan usaha pengusaha kain di sentra industri kain Cigondewah Bandung.

Adapun penelitian *verifikatif* menurut Suharsimi Arikunto (2006:8), “Pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan”. Penelitian *verifikatif* pada dasarnya menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Jadi, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional terhadap keberhasilan usaha.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sherri L. Jackson (2012:20) “*Survey method questioning individuals on a topic or topics then describing their response*”. Metode survei merupakan

mempertanyakan individu pada sebuah topik atau seberapa topik kemudian menggambarkan tanggapan mereka.

Menurut Kerlinger (2000:660) “penelitian survei mengkaji populasi yang besar maupun yang kecil dengan menyeleksi serta mengkaji sampel yang dipilih dari populasi itu untuk menemukan isidensi, distribusi, interelasi relatif dari variabel-variabel sosiologi dan psikologi”.

3.2.2 Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Asep Hermawan (2006:118) berpendapat “Operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel”. Operasional variabel menjabarkan variabel ke dalam konsep menurut para ahli, indikator, ukuran, dan skala sehingga memungkinkan bagi suatu variabel untuk diukur.

Variabel dalam penelitian ini meliputi dua variabel inti yang akan diteliti, yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2011:39). Variabel independen yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah Kecerdasan Emosional Wirausaha terdiri dari 5 (lima) dimensi meliputi: kesadaran diri, pengaturan diri, motivasi, empati, dan keterampilan sosial.

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011:39). Variabel dependen yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah Keberhasilan Usaha terdiri dari 5 (lima) dimensi meliputi: laba, produktivitas, daya saing, kompetensi, dan terbangunnya citra yang baik.

Jenis skala pengukuran yang digunakan yaitu menggunakan skala interval. Menurut Riduwan (2012:85) skala interval adalah skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama.

Sedangkan untuk pengukuran skala sikap penulis menggunakan skala diferensial semantik. Menurut Riduwan (2012:92) skala diferensial semantik atau skala perbedaan semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub), seperti; panas-dingin; populer-tidak populer; baik-tidak baik dan sebagainya.

Penjabaran operasionalisasi variabel-variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Variabel/ Subvariabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
Kecerdasan Emosional Wirausaha	Kecerdasan emosional wirausaha, secara langsung berkaitan dengan kegiatan kewirausahaan juga, kegiatan tersebut	Kesadaran diri: Mengetahui apa yang kita rasakan pada suatu saat, dan menggunakannya untuk memandu pengambilan keputusan diri sendiri, memiliki tolok ukur yang	Tingkat kepercayaan diri	Interval	1
			Tingkat penilaian diri	Interval	2

<p>meliputi negosiasi yang sukses, memilih mitra yang unggul, dan mempekerjakan karyawan berkualitas terbaik. Dengan demikian, kecerdasan emosional seorang pengusaha, khususnya akurasi mereka dalam mengamati orang lain (pesaing), sehingga akan berhubungan positif dengan keberhasilan usaha. (Erin B. McLaughlin, 2012:66)</p>	<p>realistis atas kemampuan diri dan kepercayaan diri yang kuat (Goleman, 2000:513)</p>	Tingkat kesadaran emosi	Interval	3,4
	<p>Pengaturan diri: Menangani emosi kita sedemikian sehingga berdampak positif kepada pelaksanaan tugas; peka terhadap kata hati dan sanggup menunda kenikmatan sebelum tercapainya suatu sasaran; mampu pulih kembali dari tekanan emosi. (Goleman, 2000:514)</p>	Tingkat kemampuan mengendalikan emosi	Interval	5
		Tingkat kemudahan menerima dan terbuka terhadap perubahan-perubahan baru	Interval	6
		Tingkat kemampuan bertanggung jawab terhadap pekerjaan	Interval	7,8
	<p>Motivasi: Menggunakan hasrat kita yang paling dalam untuk menggerakkan dan menuntun kita menuju sasaran, membantu kita mengambil inisiatif dan bertindak sangat efektif, dan untuk bertahan menghadapi kegagalan dan</p>	Tingkat dorongan prestasi	Interval	9,10
		Tingkat inisiatif untuk bertindak	Interval	11
		Tingkat optimisme kegigihan dalam memperjuangkan sasaran	Interval	12

		frustasi. (Goleman, 2000:514)			
		Empati: kemampuan untuk memahami perasaan dan pikiran orang lain, kemampuan untuk melihat dunia dari sudut pandang orang lain. Reuvan Bar- On (Stein & Book, 2002:39)	Tingkat kemampuan memahami minat konsumen	Interval	13, 14
	Tingkat kemampuan melayani konsumen		Interval	15	
	Tingkat kemampuan menumbuhk an peluang melalui pergaulan		Interval	16	
		Keterampilan Sosial: Menangani emosi dengan baik ketika berhubungan dengan orang lain dan dengan cermat membaca situasi dan jaringan sosial; berinteraksi dengan lancar; menggunakan keterampilan- keterampilan ini untuk mempengaruhi dan memimpin, bermusyawarah dan menyelesaikan perselisihan, dan	Tingkat kemampuan berkomunik asi	Interval	17
	Tingkat manajemen konflik		Interval	18	
	Tingkat kemampuan memimpin pegawai		Interval	19	
	Tingkat efektivitas bekerja dalam tim		Interval	20	

		untuk bekerja sama dan bekerja dalam tim. (Goleman, 2000:514)			
Keberhasilan Usaha	Keberhasilan Usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya (Henry Faizal Noor, 2007:397)	Laba: selisih antara pendapatan dengan biaya. (Henry Faizal Noor, 2007:398)	Tingkat kenaikan laba	Interval	21, 22, 23
		Produktivitas dan Efisiensi: Istilah yang digunakan untuk mengukur kemampuan produksi suatu usaha atau suatu faktor produksi. (Henry Faizal Noor, 2007:398)	Tingkat volume penjualan	Interval	24
			Tingkat ketercapaian target penjualan	Interval	25, 26
			Tingkat keterampilan pegawai	Interval	27
			Tingkat kesesuaian waktu	Interval	28
			Tingkat jumlah pelanggan	Interval	29
		Daya saing: kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. (Henry Faizal Noor, 2007:400)	Tingkat peningkatan jumlah cabang atau tempat usaha	Interval	30
			Tingkat perluasan bentuk usaha	Interval	31, 32
			Kompetensi: Merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman	Tingkat frekuensi pengawasan pada karyawan	Interval
		Tingkat		Interval	34

		secara kuantitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman. (Henry Faizal Noor, 2007:402)	kemampuan mencatat pembukuan		
		Terbangunnya citra yang baik: Citra baik perusahaan menjadi dua yaitu, <i>trust internal</i> dan <i>trust external</i> . <i>Trust internal</i> adalah amanah atau <i>trust</i> dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan <i>trust esternal</i> adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap <i>stakeholder</i> perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. (Henry Faizal Noor, 2007:408)	Tingkat pengelolaan modal dan pemasaran	Interval	35, 36,
			Tingkat volume pesanan produk	Interval	37, 38
			Tingkat rendahnya komplain	Interval	39

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kelompok data yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011:137). Data dalam penelitian ini diperoleh dari pengusaha kain di Cigondewah mengenai kecerdasan emosional wirausaha dan keberhasilan usaha berupa kuesioner. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah pengusaha kain yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi penelitian, yaitu pengusaha kain.

2. Data sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2011:137). Data yang diperoleh dari sumber-sumber informasi yang mendukung dalam penelitian ini adalah jurnal, artikel, situs internet, buku-buku dan literatur-literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti serta dokumen-dokumen, laporan-laporan yang ada di dalam lembaga yang bersangkutan.

TABEL 3.2
SUMBER DATA

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Kontribusi PDRB Provinsi-provinsi di Pulau Jawa Terhadap Total PDRB 33	Sekunder	Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat

	Provinsi		
2.	Laju Pertumbuhan Industri Pengolahan Non Migas (Kimulatif) (Dalam %)	Sekunder	Kementerian Perindustrian (Kemenperin)
3.	Perbandingan Pertumbuhan Produksi Mikro Nasional dan Jawa Barat	Sekunder	Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat
4.	Perbandingan Pertumbuhan Produksi Mikro Nasional dan Jawa Barat Berbagai Sektor Industri	Sekunder	Badan Pusat Statistik (BPS) Nasional
5.	Tujuh Kawasan Optimalisasi Perindustrian dan Perdagangan Bandung	Sekunder	www.bandung.go.id
6.	Sentra Industri Cigondewah	Sekunder	Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Kota Bandung
7.	Total Pendapatan Usaha Pengusaha Kain di Kawasan Cigondewah Tiga Tahun Terakhir	Sekunder	Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Kota Bandung dan Pra penelitian
8.	Perkembangan Total Laba Pengusaha Kain Cigondewah Tiga Tahun Terakhir	Sekunder	Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Kota Bandung dan Pra penelitian

Sumber: Hasil pengolahan data 2010-2012

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, 2012:37).

Populasi dalam penelitian ini adalah totalitas pengusaha kain di sentra industri kain Cigondewah Bandung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel

3.3.

TABEL 3.3
SENTRA INDUSTRI KAIN CIGONDEWAH

Nama Industri	Komoditi	Omset (perhari)	Tenaga Kerja	Unit Usaha
Sentra Kain	Perdagangan Kain	401.650.000	567	313
Sentra Konveksi	Konveksi	483.000	116	43

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Kota Bandung
Tahun 2012

Berdasarkan Tabel 3.3 populasi pengusaha kain sebanyak 313 pengusaha, akan tetapi hanya 281 yang akan diambil dikarenakan 32 pengusaha lainnya mengalami kenaikan pendapatan usaha sehingga tidak perlu diteliti.

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari ciri-ciri atau keadaan tertentu yang dimiliki oleh populasi. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Riduwan (2012:56) "Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti".

Tujuan dari penggunaan sampel ini untuk mempermudah penelitian yaitu dengan mengambil sebagian objek dari populasi yang memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel, sehingga sampel tersebut dapat mewakili populasi yang diteliti.

Penulis dalam penelitian ini tidak mungkin dapat meneliti populasi atau secara keseluruhan. Hal tersebut disebabkan beberapa faktor, yaitu :

1. Keterbatasan biaya
2. Keterbatasan tenaga
3. Keterbatasan waktu yang tersedia.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus dari Taro Yamane (Riduwan, 2012:65), yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidakteelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%. Adapun rumusnya adalah :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan

$$n = \frac{281}{281 \cdot 0,1^2 + 1}$$

$n = 73,75 \approx 74$ responden

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh jumlah sampel atau jumlah sampel minimum sebesar 74 orang/pengusaha responden.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik.

Menurut Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2012:40) “Teknik penarikan

sampel atau teknik *sampling* adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi”.

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Menurut Riduwan (2012:58) *Simple random sampling* adalah cara pengambilan sampel dan anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut.

Adapun langkah-langkah dalam menentukan sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling* sebagai berikut :

1. Menentukan populasi dengan menginventarisasi pengusaha kain di Cigondewah Bandung. Dalam penelitian ini, populasi berjumlah 281 pengusaha.
2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi, yaitu sebesar 74 responden (hasil perhitungan menggunakan rumus Taro Yamane).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. (Sugiyono, 2011:224).

Sumber data dalam penelitian ini, penulis berusaha mengumpulkan data dengan menggunakan berbagai teknik, meliputi :

1. Wawancara

Menurut Riduwan (2012:74) “wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.” wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung tatap muka kepada setiap pengusaha dan bagian pemasaran Kawasan Tekstil Cigondewah (KTC).

2. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2011:145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu di Sentra Industri Kain Cigondewah Bandung.

3. Angket (kuesioner)

Sugiyono (2011:142) menyatakan bahwa, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner dalam penelitian ini berisi pernyataan mengenai identitas responden dan pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu kecerdasan emosional wirausaha serta keberhasilan usaha. Kuesioner ditujukan kepada pengusaha kain di Cigondewah Bandung.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yaitu kecerdasan emosional wirausaha dan keberhasilan usaha. Studi kepustakaan tersebut diperoleh dari berbagai sumber, yaitu: 1) perpustakaan, 2) skripsi, tesis, disterasi, 3) jurnal-jurnal asing maupun Nasional, 4) buku-buku asing maupun Indonesia, 5) media elektronik (*internet*), serta 6) artikel dan lain sebagainya.

Selain itu, dengan cara memanfaatkan data hasil olahan dinas perindustrian setempat ataupun nasional yang kemudian diolah untuk digunakan dalam penelitian, data yang sudah dikumpulkan untuk kemudian dipelajari kembali.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2011:121). Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel (Sugiyono, 2011:122).

Suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Atau seandainya hasilnya

berubah-ubah, perubahan yang terjadi dapat dikatakan tidak berarti (Suharsimi Arikunto, 2009:86).

Penelitian ini menggunakan data interval, yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama (Riduwan, 2012:85).

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21.0.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas merupakan sebuah kata benda, sedangkan valid merupakan kata sifat. Sebuah data atau informasi dapat dikatakan valid apabila sesuai dengan keadaan senyatanya. Jika data yang dihasilkan dari sebuah instrumen tersebut valid, karena dapat memberikan gambaran tentang data secara benar sesuai dengan kenyataan atau keadaan sesungguhnya (Suharsimi Arikunto, 2009:58).

Menurut Sherri L. Jackson (2012:85) “*Validity is an indication of whether the instrument measuring what it claims to measure*”. Validitas adalah indikasi apakah instrumen mengukur apa yang dikatakannya untuk diukur. Suharsimi Arikunto (2006:168) mengemukakan pengertian validitas sebagai berikut:

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Adapun untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari nilai korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor keseluruhan yang merupakan jumlah setiap skor butir.

Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus korelasi *product moment* seperti berikut.

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2009:72)

Keterangan:

r_{XY} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel

3.4 sebagai berikut.

TABEL 3.4
INTERPRESTASI KOEFISIEN KORELASI NILAI r

Interval Koefisien	Interprestasi
Antara 0,800 – 1,00	Sangat kuat
Antara 0,600 – 0,799	Kuat
Antara 0,400 – 0,599	Cukup Kuat

Antara 0,200 – 0,399	Rendah
Antara 0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2012:62)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistis t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Riduwan, 2012:98)

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai t hitung

r = Koefisien korelasi

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

n = Banyaknya responden

Dengan keputusan pengujian validitas menggunakan kriteria sebagai berikut ;

- Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $dk = n-2$.
- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan valid.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak valid.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} atau $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
- b. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} atau $r_{hitung} < r_{tabel}$.
- c. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat kesalahan 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapati nilai r_{tabel} sebesar 0,374.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL
KECERDASAN EMOSIONAL WIRAUSAHA (X)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
1.	Bapak/Ibu percaya mampu membuat usaha kain menjadi sukses	0,538	0,374	Valid
2.	Bapak/Ibu yakin dengan kemampuan sendiri dalam mengembangkan usaha	0,455	0,374	Valid
3.	Bapak/Ibu mampu mengenali emosi diri sendiri dan efeknya dalam menjalankan usaha	0,636	0,374	Valid
4.	Bapak/Ibu mampu mengendalikan emosi dalam situasi usaha sedang terpuruk	0,616	0,374	Valid
5.	Bapak/Ibu mampu mengendalikan perasaan cemas ketika ada tekanan/masalah	0,469	0,374	Valid
6.	Bapak/Ibu mudah menerima dan terbuka terhadap perubahan-perubahan baru	0,618	0,374	Valid
7.	Bapak/Ibu mampu bertanggung jawab atas kinerja pribadi	0,619	0,374	Valid
8.	Bapak/Ibu mampu memimpin karyawan	0,741	0,374	Valid
9.	Bapak/Ibu terdorong untuk tetap berusaha dengan keras ketika mengalami kegagalan	0,550	0,374	Valid
10.	Bapak/Ibu selalu siap memanfaatkan setiap kesempatan	0,673	0,374	Valid
11.	Bapak/Ibu mampu berinisiatif dalam mencari solusi pada kejadian kegiatan usaha yang diluar perencanaan	0,665	0,374	Valid
12.	Bapak/Ibu mampu berusaha untuk menjadi lebih baik dalam mengembangkan usaha	0,740	0,374	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
13.	Bapak/Ibu mampu memahami produk kain yang sedang diminati oleh pelanggan	0,762	0,374	Valid
14.	Bapak/Ibu mengetahui harga produk yang cocok sehingga dapat bersaing dengan pengusaha lain	0,684	0,374	Valid
15.	Bapak/Ibu mampu melayani pelanggan dengan baik	0,693	0,374	Valid
16.	Bapak/Ibu mampu menumbuhkan peluang melalui pergaulan dengan bermacam-macam orang/pelanggan	0,410	0,374	Valid
17.	Bapak/Ibu mampu berkomunikasi secara baik dengan pegawai	0,706	0,374	Valid
18.	Bapak/Ibu mampu bernegosiasi dan memecahkan silang pendapat ketika ada masalah	0,606	0,374	Valid
19.	Bapak/Ibu mampu membangkitkan inspirasi dan memandu pegawai	0,639	0,374	Valid
20.	Bapak/Ibu mampu bekerjasama dengan pegawai secara baik dalam memperjuangkan tujuan usaha agar lebih maju	0,556	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel kecerdasan emosional wirausaha dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada item pernyataan mampu memahami produk kain yang sedang diminati oleh pelanggan bernilai 0,762 sehingga dapat dirafsirkan bahwa indeks korelasinya kuat sedangkan nilai terendah terdapat pada item pernyataan mampu menumbuhkan peluang melalui pergaulan dengan bermacam-macam orang/pelanggan yang bernilai 0,410 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya cukup kuat.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel Keberhasilan Usaha (Y) dapat dilihat pada Tabel 3.6.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL
KEBERHASILAN USAHA (Y)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
21.	Usaha kain Bapak/Ibu mengalami peningkatan laba	0,747	0,374	Valid
22.	Bapak/Ibu yakin dengan usaha yang telah dilakukan sekarang mampu meningkatkan laba usaha	0,729	0,374	Valid
23.	Bapak/Ibu mampu berusaha untuk menjadi lebih baik dalam meningkatkan pendapatan usaha	0,745	0,374	Valid
24.	Usaha kain Bapak/Ibu mengalami peningkatan volume penjualan	0,633	0,374	Valid
25.	Usaha kain Bapak/Ibu mampu tercapai target penjualan pada usaha kain	0,429	0,374	Valid
26.	Bapak/Ibu menggunakan bahan baku sesuai dengan kebutuhan penjualan	0,750	0,374	Valid
27.	Bapak/Ibu memiliki tenaga kerja yang terampil dalam penjualan	0,652	0,374	Valid
28.	Pelanggan Bapak/Ibu mendapatkan kain tepat waktu/sesuai dengan pesanan	0,455	0,374	Valid
29.	Usaha kain Bapak/Ibu mengalami peningkatan jumlah pelanggan selama tiga tahun terakhir	0,595	0,374	Valid
30.	Usaha kain Bapak/Ibu mengalami peningkatan jumlah cabang atau tempat usaha	0,616	0,374	Valid
31.	Usaha Bapak/Ibu mengalami peningkatan jumlah daerah pemasaran usaha	0,732	0,374	Valid
32.	Usaha Bapak/Ibu mengalami peningkatan perluasan bentuk usaha selain kain	0,465	0,374	Valid
33.	Bapak/Ibu sering melakukan pengawasan pada karyawan dalam melayani konsumen	0,476	0,374	Valid
34.	Bapak/Ibu mampu mencatat pembukuan setiap aktivitas usaha	0,658	0,374	Valid
35.	Bapak/Ibu mampu melakukan strategi pemasaran	0,548	0,374	Valid
36.	Bapak/Ibu mampu mengelola modal dengan baik	0,713	0,374	Valid
37.	Terdapat banyak pesanan kain dari konsumen Bapak/Ibu dalam per hari	0,659	0,374	Valid
38.	Bapak/Ibu yakin pelanggan akan selalu membeli kain di tempat usaha kain Bapak/Ibu	0,664	0,374	Valid
39.	Sedikit pelanggan yang komplain pada Bapak/Ibu	0,391	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan hasil uji coba instrumen penelitian pada Tabel 3.5 untuk variabel keberhasilan usaha berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21 *for windows*. Menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374.

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen keberhasilan usaha dapat diketahui bawah nilai tertinggi terdapat pada item pernyataan menggunakan bahan baku sesuai dengan kebutuhan penjualan yang bernilai 0,750 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya kuat. Sedangkan nilai terendah terdapat pada item pernyataan sedikitnya pelanggan yang komplain dengan nilai 0,391 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya rendah.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:121) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Sherri L. Jackson (2012:81) "*Reliability is indication of consistency or stability of a measuring instrument*". Reliabilitas adalah indikasi dari konsistensi atau stabilitas dari sebuah alat ukur.

Suharsimi Arikunto (2006:178) mengemukakan pernyataan tentang reliabilitas sebagai berikut:

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

Apabila suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus *cronbach alpha*. Rumus *cronbach alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal berbentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma^2 t$ = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians t butir, kemudian dijumlahkan, seperti berikut.

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:184)

Keterangan :

N = Jumlah sampel

σ^2 = Nilai varians

X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan ($dk=n-2$) maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $< r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan ($dk=n-2$) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian realibilitas instrumen yang dilakukan dengan program SPSS 21 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} yang bernilai 0,374, hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.7 berikut ini.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kecerdasan Emosional Wirausaha	0,931	0,374	Reliabel
2.	Keberhasilan Usaha	0,925	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

3.2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal penelitian. Menurut Bogdan yang dikutip oleh Sugiyono (2011:244).

Data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbentuk angket. Angket disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data

seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut.

1. Menyusun data

Kegiatan menyusun data dilakukan untuk memeriksa kelengkapan data, kelengkapan identitas responden, dan isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

3. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Memberi skor pada tiap item

Dalam penelitian ini, pernyataan dari angket terdiri dari 7 kategori sebagai berikut:

TABEL 3.8
SKOR ALTERNATIF JAWABAN POSITIF DAN NEGATIF

Alternatif Jawaban	Setuju/Baik	Rentang Jawaban							Tidak Setuju/Tidak Baik
		←	→						
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	
Negatif		1	2	3	4	3	2	1	

Sumber: Modifikasi dari Husein Umar (2008:99)

b. Menjumlahkan skor pada setiap item

c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *semantic differential*. Skala ini dikembangkan oleh Osgood dan digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positifnya” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono, 2011:97).

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif variabel X (Kecerdasan Emosional Wirausaha)

Variabel X berfokus pada penelitian terhadap kecerdasan emosional wirausaha yang meliputi kesadaran diri, pengaturan diri, motivasi, empati, dan keterampilan sosial.

2. Analisis deskriptif variabel Y (Keberhasilan Usaha)

Variabel Y berfokus pada penelitian terhadap keberhasilan usaha yang meliputi laba, produktivitas, daya saing, kompetensi, dan terbangunnya citra yang baik.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.8 sebagai berikut:

TABEL 3.9
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorngpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali (1985:184)

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh Kecerdasan Emosional Wirausaha (X) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) yaitu menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel.

Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi sederhana. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen (X) yaitu Kecerdasan Emosional Wirausaha terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keberhasilan Usaha.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mempelajari hubungan fungsional antara variabel sehingga yang diperoleh dapat menaksir variabel yang satu (variabel *dependent*) apabila yang lainnya diketahui, dengan rumus :

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Riduwan, 2012:148)

Keterangan :

- \hat{Y} = Subyek variabel terikat yang diproyeksikan.
 X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan
 a = Nilai konstanta harga Y jika $X = 0$
 b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y .

Dengan ketentuan untuk nilai a dan b masing-masing adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{n(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sugiyono (2009:262)

Keterangan :

- Y = Keberhasilan Usaha
 X = Kecerdasan Emosional Wirausaha
 a = Bilangan Konstan
 b = Koefisien Arah Garis Regresi

n = Lamanya Periode

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3.2.7.3 Koefisien Determinasi

Untuk menentukan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan. Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi yang dikalikan dengan 100% (Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2012:223).

Dengan rumus sebagai berikut :

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

(Riduwan, 2012:139)

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinan

r = Nilai Koefisien Korelasi

100% = Konstanta

Selanjutnya untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kecerdasan emosional wirausaha terhadap keberhasilan usaha digunakan pedoman

interpretasi koefisien penentu. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.10.

TABEL 3.10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRESTASI KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0-20%	Sangat Lemah
21%-40%	Lemah
41%-60%	Sedang
61%-80%	Kuat
81%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan (2012:89)

3.2.7.4 Pengujian Hipotesis

Analisis data yang terakhir adalah melakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji berada pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Hipotesis akan diuji pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dari kecerdasan emosional wirausaha terhadap keberhasilan usaha.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dari kecerdasan emosional wirausaha terhadap keberhasilan usaha.

Untuk mengetahui apakah penilaian yang dilakukan akan menerima atau menolak hipotesis, maka digunakan uji t, yang dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Riduwan, 2012:139)

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai t

r = Nilai Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2011:185) adalah sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 21.0 dan dibantu *software microsoft excel*.