

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh persaingan dan perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan usaha pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC). Yang menjadi variabel bebasnya adalah persaingan dan perilaku kewirausahaan. Sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah pendapatan usaha pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC). Yang menjadi objek penelitian ini adalah para pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara yang dipakai untuk mencari tujuan tertentu, metode merupakan cara utama yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan misalnya untuk menguji serangkaian hipotesis dengan menggunakan teknik serta alat tertentu.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode *survai explanatory*. *Survai* adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data, sedangkan *explanatory* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Oleh karena itu peneliti bekerja bukan saja memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji

hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Dalam mengumpulkan data digunakan teknik wawancara, dengan menggunakan *schedule questionair* ataupun *interview guide*.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:108), populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Sedangkan Sugiyono (2008:215) populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pada pendapat-pendapat tersebut, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC) sebanyak 128 orang.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:109), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2008:215), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, yaitu penarikan sampel secara acak, tanpa memperhatikan populasi yang ada karena dianggap memiliki karakteristik yang sama..

Setelah menentukan populasi, kemudian mengambil ukuran sampel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (\text{Riduwan, 2004:65})$$

Dimana,  $n$  : ukuran sampel minimal

$N$  : ukuran populasi

$e$  : tingkat kesalahan (5 %)

Dengan demikian, ukuran sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu sebesar :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{128}{1 + 128(0,05)^2}$$

$$n = \frac{128}{1 + 0,38} = \frac{128}{1,38} = 92,7 = 93 \text{ pedagang}$$

Dibawah ini terdapat sebuah tabel yang menggambarkan ukuran sampel, yakni sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Ukuran sampel di Mall Metro Trade Centre (MTC)**

Jumlah Pedagang Pakaian Dewasa	Ukuran Sampel
128	93

Berdasarkan rumus tersebut didapat sampel dalam penelitian ini minimal sebanyak 93 orang pedagang yang tersebar di Mall Metro Trade Centre (MTC).

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara random atau secara acak, sehingga didapatkan 93 orang pedagang pakaian dewasa.

### 3.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer yang diperoleh melalui angket dari para pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Center (MTC) di jalan Soekarno Hatta no. 599.

Sedangkan data sekunder diperoleh dengan cara studi dokumenter, yaitu dengan cara memperoleh data atau mempelajari teori-teori atau literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti baik dari buku, artikel, jurnal, majalah, atau media cetak lainnya yang mempunyai kaitan dengan konsep dan permasalahan yang dibahas pada penelitian ini.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Nomor Soal
<b>Persaingan (X1)</b>	Adanya tingkat perbandingan persaingan (di pasar persaingan monopolistik) dengan melihat: - Persaingan antar pedagang dalam satu mall	Skor Persaingan dilihat dari aspek:	Ordinal	
		- Harga		(12)
		- Produk		(13,14,15)
		- Promosi		(16)
		- Pelayanan		(17,18,19)
- Keunggulan Keahlian	(20,21)			
- Keunggulan Perusahaan	(22,23,24,25)			

<b>Perilaku Kewirausahaan (X2)</b>	Perilaku seorang wirausaha ditujukan dengan ciri-ciri sikap sebagai berikut:	Skor Perilaku Kewirausahaan dilihat dari aspek:		
	a. Pandai memanfaatkan peluang	- Pedagang memanfaatkan peluang dengan melihat kelemahan pesaing		(26)
		- Pedagang mengamati pasar agar mengetahui perkembangan mode terbaru dan mengetahui keinginan konsumen		(27)
		- Pedagang memanfaatkan event-event tertentu untuk meningkatkan omset penjualan		(28,29)
	b. Menemukan dan menerima ide baru (inovasi)	- Menciptakan, menemukan, dan menerima ide-ide baru dalam desain produk yang akan dijual		(30,31,32)
		- Mencari cara-cara baru dalam menjual produk		(33)
	c. Berani menanggung resiko usaha	Resiko yang dihadapi pedagang:		
		- Resiko penjualan: barang tidak laku, kehilangan, rusak		(34)
		- Resiko pembelian: kualitas barang kurang bagus, desain tidak disukai konsumen		(35)
	d. Memiliki kemampuan manajerial	Usaha yang dilakukan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, meliputi:		
	- Usaha perencanaan		(36)	
	- Usaha untuk mengakomodir		(37)	
	- Usaha untuk menjaga kelancaran usaha		(38)	

	e. Kepemimpinan	- Usaha untuk mengawasi dan mengevaluasi usaha  Perilaku seorang wirausaha dalam memotivasi, melaksanakan, dan mengarahkan terhadap tujuan usaha		(39)  (40,41)
<b>Pendapatan Pedagang (Y)</b>	Jumlah rata-rata hasil seluruh penerimaan/pendapatan yang diterima oleh pedagang	Data didapat dari pendapatan hasil dagang rata-rata yang diterima oleh pedagang pakaian dewasa setiap bulannya dalam kurun waktu lima bulan terakhir (dalam rupiah)	Interval	(42)

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut pendapat Suharsimi Arikunto (2002: 107) dalam bukunya "Prosedur Penelitian" yang dimaksud dengan sumber data adalah subyek dari mana data yang diperoleh. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang berhubungan langsung dengan objek penelitian seperti mengambil data dengan angket (daftar isian atau daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa), selain data primer penelitian ini juga menggunakan data sekunder yaitu data yang tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian, tetapi sifatnya membantu dan memberikan informasi bagi penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam meneliti pengaruh persaingan dan perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan usaha pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC) diantaranya adalah:

1. Observasi, dilakukan dengan meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti
2. Studi dokumenter, yaitu dengan cara memperoleh data atau mempelajari teori-teori atau literature-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti baik dari buku, artikel, jurnal, majalah, atau media cetak lainnya yang mempunyai kaitan dengan konsep dan permasalahan yang dibahas

### **3.7 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 mengenai persaingan dan perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan usaha pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC).

Langkah-langkah penyusunan angket adalah sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan pembuatan angket yaitu mengetahui pengaruh persaingan dan perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan usaha pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC)
2. Objek yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah para pedagang pakaian dewasa di Mall Metro Trade Centre (MTC)
3. Menyusun kisi-kisi angket
4. Menyusun pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh para responden

5. Menyusun pertanyaan-pertanyaan dan alternatif jawaban untuk jenis pertanyaan yang sifatnya tertutup. Jenis pertanyaan yang sifatnya tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang disertai alternatif jawaban yang telah disediakan
6. Selain itu, instrumen yang bersifat terbuka adalah seperangkat daftar pertanyaan tertulis dengan memberikan kesempatan kepada responden untuk mengisi pertanyaan yang tidak disediakan alternatif jawabannya
7. Menetapkan kriteria pemberian skor untuk setiap pertanyaan yang bersifat tertutup. Setiap pertanyaan ditentukan dengan lima alternatif jawaban. Pilihan jawaban responden merupakan nilai skor jawaban, sehingga nilai variabel diperoleh dari total skor jawaban dari setiap item. Sedangkan data yang bersifat interval para responden diberi kebebasan untuk mengisi angket yang telah disediakan
8. Memperbanyak jumlah angket yang akan disebar
9. Menyebarkan angket
10. Mengelola dan menganalisis hasil angket

### **3.8 Pengujian Instrumen**

Sebagaimana dirancang dalam operasional variabel, data-data yang terkumpul dari hasil kuesioner/ angket dianalisis kebenarannya melalui uji validitas dan reabilitas.



### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah seberapa besar ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbedanya antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Untuk menguji validitas instrumen digunakan korelasi *product moment pearson* dengan rumus:

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

(Singarimbun, 1995:137)

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi ( $r$ ), kemudian diperbandingkan dengan nilai dari  $r$  tabel dengan derajat kebebasan ( $n-2$ ) dimana jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka valid sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka tidak valid.

Kemudian dilakukan uji keberartian koefisien  $r_{xy}$  dengan uji  $t$  yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad (\text{Suharsimi, 1998:283})$$

Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka item pertanyaan tersebut signifikan atau valid. Sebaliknya jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka item pertanyaan tersebut tidak signifikan atau tidak valid.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus  $\alpha$ . Rumus  $\alpha$  dapat digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen penelitian berbentuk angket dengan rentang nilai/ skala 1-5.

Rumus untuk menghitung reliabilitas angket:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sum \sigma^2} \right] \quad (\text{Suharsimi, 1998:36})$$

Keterangan:

$r_{11}$  = realibilitas angket

$k$  = banyaknya item angket

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians item

$\sigma^2$  = varians total

Kriteria pengujiannya adalah jika  $r_{hitung} > r_{kritis}$  maka dapat dikatakan *reliable*. Sehingga dapat menggambarkan secara tepat konsep yang diukur dan pengujian hipotesis akan mengenai sasaran.

### 3.9 Teknik Analisis Data

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal dan interval, langkah selanjutnya adalah penulis melakukan analisis dan interpretasi untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Analisis data dilakukan dengan

menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan melalui analisis statistik. Alat statistik yang digunakan peneliti untuk mempermudah pengelolaan data yaitu dengan menggunakan program komputer *SPSS for Windows*.

Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik parametrik dimana data yang digunakan adalah data-data yang berskala minimal interval. Mengingat skor yang diperoleh dari variabel bebas mempunyai tingkat pengukuran ordinal, maka perlu ditingkatkan dan diubah menjadi interval melalui MSI (*Method of Succesive Interval*). Salah satu kegunaan dari MSI dalam pengukuran skala adalah untuk menaikkan pengukuran dari ordinal ke interval. Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data melalui MSI menurut Harun Al-Rasyid (Sugiyono, 2008) adalah sebagai berikut:

1. Perhatikan tiap butir pertanyaan, misalnya dalam angket
2. Untuk tiap butir tersebut, tentukan berapa banyak orang yang mendapatkan (menjawab) skor 1,2,3,4,5 yang disebut frekuensi
3. Hitung frekuensi untuk masing-masing kategori responden
4. Tentukan nilai proporsi (P) untuk masing-masing kategori responden, dengan cara membagi frekuensi dengan banyaknya responden
5. Jumlahkan nilai proporsi yang ada dengan proporsi sebelumnya menjadi nilai proporsi kumulatif untuk masing-masing kategori responden
6. Diasumsikan proporsi kumulatif (PK) mengikuti distribusi normal baku, maka untuk setiap nilai PK (untuk masing-masing kategori responden) akan didapatkan nilai Z (dari tabel normal baku)
7. Hitung nilai densitas  $f(Z)$  untuk masing-masing nilai  $Z_i$

8. Hitung SV (*scala value*) untuk masing-masing kategori responden secara umum. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$SV = \frac{f(Z) \text{ batas bawah} - (f) \text{ batas atas}}{\text{Nilai peluang } P_i}$$

Tentukan nilai transparansi dengan rumus:

$$Y = SV + \{1 + | SV \text{ min } |\}$$

Dimana nilai  $K = 1 + | SV \text{ min } |$

9. Setelah data ditransformasikan ke skala interval kemudian data di uji dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda (*multiple regression method*) karena penelitian ini mempunyai lebih dari satu variabel, tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Oleh karena itu, model ekonometrik mengenai variabel yang dapat mempengaruhi pendapatan usaha adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Pendapatan Usaha

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Nilai koefisien Regresi

$X_1$  = Persaingan

$X_2$  = Perilaku Kewirausahaan

e = Faktor pengganggu/ eror

### 3.10 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan melalui uji dua pihak. Uji pihak kanan dengan kriteria jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan uji pihak kiri dengan kriteria jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Pengujian hipotesis dapat dirumuskan secara statistik sebagai berikut:  
 $H_0 : \beta < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

$H_1 : \beta > 0$ , artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

#### a. Uji F Statistik

Pengujian F-statistik untuk mengetahui pengaruh bersama (simultan) dari variabel-variabel *independent* secara keseluruhan terhadap variabel *dependen* dengan menggunakan uji F-statistik

Dalam uji F-statistik ini akan dibandingkan antara nilai F-hitung yang didapat dari hasil regresi dengan nilai kritis yang didapat dari F-tabel. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka pengaruh seluruh variabel *independent* adalah signifikan, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka pengaruh seluruh variabel *independent* tidak signifikan.

$$F = \frac{(R^2) / k}{(1-R^2) / (n-k-1)} \quad (\text{Sudjana, 1996: 388})$$

b. Uji t Statistik

$$t = \frac{b_k}{Sb_k} \quad (\text{Sudjana, 1996: 388})$$

Pengujian t-statistik bertujuan untuk menguji signifikansi masing-masing variabel *independent* dalam mempengaruhi variabel *dependen*. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan t-hitung yang didapat dari hasil regresi dengan t-tabel yang merupakan nilai kritis, dengan syarat-syarat:

- a. Jika nilai t-hitung lebih besar atau sama dengan dari t-tabel maka hipotesis nol ditolak, artinya bahwa koefisien regresi dari setiap variabel *independent* adalah signifikan terhadap variabel *dependen*
  - b. Sebaliknya jika nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel maka koefisien dari setiap variabel *independent* adalah tidak signifikan terhadap variabel *dependen*
- c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan cara untuk mengukur ketepatan suatu garis regresi. Menurut Gujarati (2001:98) dalam bukunya *Ekonometrika* dijelaskan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan yang menerangkan variabel *independent* terhadap variabel *dependen* dari fungsi tersebut.

Pengaruh variabel X terhadap Y dapat dihitung dengan koefisien determinasi secara simultan melalui rumus:

$$R^2 = \frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 dan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $R^2$  semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependen* semakin erat/ dekat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai baik
- b. Jika  $R^2$  semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependen* jauh atau tidak erat, dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik