

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini ialah jenis kajian lapangan yang dijalankan di dalam masyarakat sebenarnya untuk mengungkap realitas mengenai suatu masalah tertentu. pada kajian ini, dipergunakan metode kajian kuantitatif yang fokus pada analisa data statistik berupa angka.¹

2. Pendekatan Penelitian

Dalam kajian kuantitatif ataupun positivistik, diasumsikan jika fenomena bisa diklasifikasikan serta hubungannya bisa ditemukan secara kausal (sebab akibat). Oleh karenanya, penulis bisa memusatkan kajiannya pada beberapa variabel tertentu. Sesudah itu, data yang didapat diolah memakai metode statistik guna mengungkap hasil analisa yang diharapkan.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada suatu ruang lingkup yang mencakup berbagai objek ataupun subjek dengan kualitas serta karakteristik yang sudah ditentukan oleh penulis untuk tujuan studi serta penarikan kesimpulan.³

Populasi pada kajian ini ialah seluruh UMKM Sentra Garam Desa Jono Kabupaten Grobogan, sebagai representasi populasi. Adapun populasi pada kajian ini sejumlah 36 UMKM.

2. Sampel

Sampel termasuk sebagian dari totalitas serta sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi. pada kajian ini, dipergunakan teknik pengambilan sampel aksidental, yakni mengambil sampel secara kebetulan dengan memilih kasus ataupun responden yang ada ataupun tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks kajian.⁴

Guna menjalankan penentuan jumlah sampel umumnya penulis memakai rumus solving seperti berikut:

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 3rd ed. (yogyakarta: pustaka belajar, 2017).

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (bandung: alfabeta, 2010). 63

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*.(bandung : alfabeta,2010) 60

⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*.(bandung : alfabeta,2012) 60

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)⁵

Kajian ini mengungkapkan jika jumlah pengusaha garam di kabupaten Grobogan mencapai 4000 responden. Penulis memakai batas toleransi kesalahan senilai 10%, yang menghasilkan jumlah sampel berikut ini:

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

$$n = \frac{4000}{1 + 4000 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{4000}{111}$$

n = 36,0 ataupun dibulatkan menjadi 36 responden

Jadi, sampel kajian ini dengan tingkat toleransi 10% ialah 36,0 dibulatkan menjadi 36 responden.

C. Tata Variabel Penelitian

Dalam kajian, variabel kajian termasuk segala hal yang dipilih oleh penulis sebagai objek yang bakal dipelajari untuk mendapatkan informasi yang kemudian bakal dipergunakan untuk membuat kesimpulan. pada kajian kuantitatif, variabel kajian bisa dikelompokkan menjadi dua jenis, yakni:⁶

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas, termasuk variabel yang memberi pengaruh ataupun menjadi sebab perubahannya ataupun timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas (X) pada kajian ini Karakteristik Wirausaha, Peran *Business Development Service* serta Strategi Pemasaran.

⁵ Yusniar Lubis, *Manajemen dan Riset*, (Bandung: ALFABETA CV, 2018).

⁶ Indarto, Susanto, "Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah."

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat, termasuk variabel yang diberi pengaruh ataupun yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada kajian ini ialah Pengembangan Usaha.

D. Definisi Operasional

Tabel 3.1.
Definisii Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Karakteristik Wirausaha (X ₁)	Seorang wirausahawan sebaiknya mempunyai kemampuan untuk meramalkan masa depan. Dalam meramalkan masa depan, mereka wajib berpikir secara kritis serta mempertimbangkan berbagai alternatif solusi untuk mengatasi masalah. ⁷	Indikatornya meliputi yakni: ⁸ 1) Mempunyai motivasi yang tinggi untuk memenuhi hidup 2) Orientasi ke masa depan 3) Mempunyai jiwa kepemimpinan yang unggul 4) Mempunyai jaringan usaha yang luas 5) Tanggap serta kreatif menghadapi perubahan	Skala likert 4
2	Peran Business Development Service (X ₂)	Secara spesifik, Komite Agen Donor untuk Pengembangan	Indikator <i>Business Development Services</i> meliputi ¹⁰	Skala likert 4

⁵¹ Kartib Bayu, Yuyus Suryana, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*,. 66.

⁸ Kartib Bayu, Yuyus Suryana, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*,.

¹⁰ Sudrartono, “Dani Saepudin. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan UKM Di Dinas Koperasi UKM Kabupaten Bandung.”

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
		Usaha Kecil mendefinisikan BDS sebagai layanan non-keuangan yang memberi peningkatan kinerja perusahaan serta memperluas aksesnya ke pasar, serta memberi peningkatan kemampuannya dalam bersaing. Layanan ini mencakup berbagai jenis usaha yang didesain untuk memenuhi kebutuhan individual perusahaan, bukan untuk melayani secara umum dalam komunitas bisnis. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional dalam memberi layanan bisnis kepada UKM, 2. Layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan UKM, 3. Fee dihitung atas jasa layanan, 4. Pemberdayaan masyarakat oleh serta untuk masyarakat, 5. Menjembatani antara UKM dengan Pemda 	
3	Strategi Pemasaran (X ₃)	Strategi pemasaran ialah metode yang dipergunakan untuk mendukung proses pembuatan serta penjualan produk serta layanan yang sesuai dengan keadaan perusahaan serta preferensi pasar	Indikatornya meliputi ¹² <ol style="list-style-type: none"> 1) Konsumen yang Dituju (Target Konsumen) 2) Menentukan Keinginan Konsumen 3) <i>Marketing Mix</i> 	Skala likert 4

⁹ K. Glancey, "Determinants of Growth and Profitability in Small Entrepreneurial Firms," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, (2018).

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
		ataupun keinginan konsumen yang dituju ¹¹ .		
4	Pengembangan Usaha (Y)	Pengembangan bisnis melibatkan segala aktivitas yang diatur oleh individu yang terlibat dalam dunia bisnis serta industri untuk menyediakan produk serta layanan guna memenuhi serta memberi peningkatan kualitas hidup mereka. ¹³	Indikatornya: ¹⁴ 1. Peningkatan pendapatan 2. Peningkatan jumlah produksi 3. Peningkatan kreativitas serta inovatif 4. Peningkatan SDM 5. Peningkatan jumlah pelanggan	Skala likert 4

E. Sumber Data

Adapun sumber data pada kajian itu terbagi menjadi dua¹⁵

1. Sumber data Primer

Sumber data primer termasuk data yang didapat secara langsung dari subjek kajian dengan memakai alat pengukuran ataupun pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber utama yang dipergunakan penulis untuk mendapatkan informasi di lokasi kajian, yakni Sentra Garam Desa Jono Kabupaten Grobogan. pada kajian ini, data didapat melalui penyebaran kuisioner kepada konsumen Sentra Garam Desa Jono Kabupaten Grobogan.

¹² Sudrartono, "Dani Saepudin. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan UKM Di Dinas Koperasi UKM Kabupaten Bandung."

¹¹ Suharyadi, *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. (Jakarta: Salemba Empat, 2007) 184

¹³ Dini Hertia, *Setiap Pembisnis harus Punya Buku Ini!*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), 11

¹⁴ Rizky, Alya Ilham, "Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM Di Kecamatan Cigugur)."

¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2000).

2. Sumber data sekunder

Sementara itu, sumber data sekunder termasuk data yang didapat tidak langsung oleh penulis dari subjek kajian melalui pihak lain. Biasanya, data sekunder berupa dokumen ataupun laporan yang sudah ada. Untuk memperoleh data ini, penulis mengumpulkan berbagai buku, brosur, informasi dari website, serta contoh kajian terdahulu yang terkait dengan kajian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam kajian ini, metode pengumpulan data yang dipergunakan penulis adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner ialah sebuah metode untuk mengumpulkan data yang melibatkan penyediaan kumpulan pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka jawab. Sebagai instrumen kajian, penulis memakai kuesioner tertutup sebagai pendekatan yang dipergunakan. Validitas serta reliabilitas data dari instrumen kuesioner perlu diukur supaya kajian itu menghasilkan data yang akurat serta bisa diandalkan.

2. Wawancara

Wawancara termasuk metode pengamatan langsung pada kajian dengan memakai pertanyaan langsung kepada responden. Tujuan dari wawancara ini ialah untuk mengumpulkan informasi secara langsung. Dalam konteks ini, wawancara dijalankan terhadap konsumen Sentra Garam Desa Jono Kabupaten Grobogan. Wawancara ini mempunyai tujuan untuk melengkapi data yang tidak ada dalam kuesioner. Selain itu, wawancara juga dijalankan pada pihak manajemen guna memahami sejauh mana efektivitas dari upaya Periklanan serta Publisitas yang sudah dijalankan.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum instrumen kajian dipergunakan maka terlebih dahulu diadakan uji validitas serta reliabilitas:

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid mengacu pada alat pengukur yang efektif dalam mengumpulkan data yang akurat. Kevalidan instrumen mencerminkan kemampuannya untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dijalankan melalui analisa faktor, yang melibatkan korelasi antara skor item instrumen dalam satu faktor, serta korelasi antara skor faktor serta skor

total. Terdapat beberapa kriteria yang wajib dipenuhi untuk menilai validitas instrumen, yang meliputi:¹⁶

Adapun validitas soal ialah seperti berikut

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi tiap soal

N = banyak subjek

$\sum x$ = jumlah skor item

$\sum y$ = jumlah skor total

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total

$\sum xy$ = jumlah perkalian skor item dengan skor total

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner ialah seperti berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan disebut valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan disebut tidak valid.

Atau

- a. Jika $Sig > 0,05$ maka pertanyaan disebut tidak valid.
- b. Jika $Sig < 0,05$ maka pertanyaan disebut valid.

Pengujian validitas serta reliabilitas pada kajian ini memakai bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 19.0 for Windows.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang bisa dipercaya ialah instrumen yang, jika dipergunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, bakal menghasilkan data yang serupa. Pada kajian ini, reliabilitas diuji melalui konsistensi internal dengan cara menguji instrumen sekali saja serta menganalisa data yang didapat memakai metode tertentu.¹⁷

Suatu kuisisioner disebut reliable ataupun handal jika jawaban-jawaban seseorang konsisten.¹⁸ Untuk uji reliabilitas instrumen, dipergunakan rumus Alpha dari *Cronbach*.¹⁹ seperti berikut:

¹⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*. (bandung: alfabeta,2010) 172

¹⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*. (bandung : alfabeta,2010) 182

¹⁸ Bambang Setiaji, *Panduan Riset Dengan Pendekatan Kuantitatif* (surarkarta: Program Pascasarjana UMS, 2004).

¹⁹ Umar Husein, *Metodologi Penelitian* (jakarta: raja grafindo, 2005).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

α = reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

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

σ_t^2 = Varian total

Kriteria pengujiannya yakni:

- bila nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,600$ maka bisa dikatakan jika variabel dalam penelitian ini ialah reliable/ handal.
- bila nilai *Cronbach Alpha* $\leq 0,600$ maka bisa dikatakan jika variabel dalam penelitian ini ialah tidak reliable/ tidak handal.

H. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari pengujian asumsi klasik ini ialah untuk memahami serta menguji validitas model regresi yang dipergunakan pada kajian ini. Pengujian asumsi klasik melibatkan 3 pengujian yang mencakup normalitas, multikolinieritas, serta heterokedastisitas, dengan tujuan untuk menilai apakah model itu memenuhi persyaratan yang diperlukan.

Adapun beberapa tahap uji antara lain:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk memeriksa apakah data yang bakal dipergunakan pada model regresi mempunyai distribusi yang normal ataupun tidak. Guna memahami apakah suatu data mempunyai distribusi normal, kita bisa memakai grafik normal plot. Grafik normal plot dipergunakan dengan asumsi tertentu:²⁰

- Jika titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola diagonal, ataupun jika grafik histogram memperlihatkan distribusi yang normal, oleh karenanya model regresi bisa dikatakan memenuhi asumsi normalitas.
- Namun, jika titik-titik data tersebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti pola diagonal, ataupun jika grafik histogram tidak memperlihatkan pola distribusi normal, oleh karenanya model regresi tidak bisa memenuhi uji asumsi normalitas..

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005). 112

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dijalankan untuk menguji apakah terdapat perbedaan dalam variasi residual antara pengamatan yang satu dengan yang lain pada model regresi. Masalah heteroskedastisitas bisa terdeteksi melalui analisa grafis, di mana jika terbentuk pola tertentu pada grafik, oleh karenanya model itu mengalami heteroskedastisitas.²¹

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Apabila terdapat urutan tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola yang berkelompok secara teratur (mengalami variasi lebar serta sempit), oleh karenanya bisa dikatakan jika terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak terdapat pola yang terlihat jelas, serta titik-titik tersebar di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, oleh karenanya bisa diambil simpulan jika tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipergunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas pada model regresi. Model regresi yang efektif seharusnya tidak mempunyai korelasi yang signifikan antara variabel bebas. Jika terdapat korelasi yang tinggi antara variabel bebas, oleh karenanya variabel-variabel itu tidak independen secara linear. Variabel independen secara linear ialah variabel bebas yang tidak mempunyai korelasi yang signifikan dengan variabel bebas lainnya (korelasi bernilai nol). Untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas pada model regresi, bisa dijalankan langkah-langkah berikut ini:²²

- a. Mempunyai angka *Tolerance* diatas ($>$) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah ($<$) 10

4. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi ialah untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$) pada model regresi linier. Jika terdapat korelasi itu, oleh karenanya kita mengatakan jika terdapat masalah autokorelasi. Masalah autokorelasi muncul ketika observasi yang berurutan sepanjang

²¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.(semarang : badan penerbit universitas Diponegoro,2005) 105

²² Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang : badan penerbit universitas Diponegoro,2005) 92

waktu saling terkait. Sebuah model regresi yang baik ialah model regresi yang tidak terpengaruh oleh autokorelasi.

Dalam kajian ini, autokorelasi bakal diuji memakai uji Durbin-Watson (uji DW) yang memakai batas bawah (dl) serta batas atas (du) sebagai titik kritis. Uji Durbin-Watson hanya bisa dipergunakan untuk menguji autokorelasi tingkat satu (autokorelasi pada periode sebelumnya) serta mensyaratkan keberadaan intercept (konstanta) pada model regresi, serta tidak ada variabel lain di antara variabel bebas.

Kriteria yang dipergunakan untuk pengambilan keputusan mengenai keberadaan autokorelasi ialah seperti berikut.²³

Tabel 3.2
Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif ataupun negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

I. Analisis Data

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda dipergunakan untuk memprediksi dampak dari dua ataupun lebih variabel prediktor (variabel independen) terhadap suatu variabel kriteria (variabel dependen) ataupun untuk menguji keberadaan hubungan fungsional antara dua ataupun lebih variabel independen (X) dengan suatu variabel dependen (Y)..²⁴

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

a = konstanta

β_1, β_2 = koefisien regresi

Y = Variabel Pengembangan Usaha

²³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang : badan penerbit universitas Diponegoro,2005) 100

²⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang : badan penerbit universitas Diponegoro,2005) 114

X_1 = Variabel Karakteristik Wirausaha
 X_2 = Variabel Peran *Business Development Service*
 X_3 = Variabel Strategi Pemasaran
 e = error

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Untuk memperoleh pemahaman tentang sumbangan relatif setiap variabel independen terhadap variabel dependen, dipergunakan pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen untuk menentukan apakah mempunyai dampak yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk mengevaluasi signifikansi hipotesis yang diajukan, perlu membandingkan nilai T-hitung dengan T-tabel memakai kriteria berikut:

$T_{hitung} > T_{tabel}$ = Ho ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel}$ = Ho diterima (tidak ada pengaruh)

b. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan dipergunakan untuk menentukan apakah semua variabel independen dalam persamaan regresi secara kolektif mempunyai dampak signifikan terhadap nilai variabel dependen. Uji statistik F dipergunakan untuk mendapatkan hasil uji signifikan serta parameter simultan.

Kesimpulan diambil dengan melihat F_{hitung} serta F_{tabel} dengan ketentuan:

$F_{hitung} > F_{tabel}$ = Ho ditolak (ada pengaruh)

$F_{hitung} < F_{tabel}$ = Ho diterima (tidak ada pengaruh)

c. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dipergunakan untuk menilai sejauh mana model analisa yang dibuat akurat. Koefisien determinasi mengukur sejauh mana variabel bebas berkontribusi terhadap variasi variabel tergantung. Dengan kata lain, semakin besar kontribusi variabel bebas terhadap variasi variabel tergantung, semakin kuat model yang dipergunakan untuk menerapkan variasi itu.²⁵

Adapun rumus koefisien determinasi yakni:

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

Keterangan:

²⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (semarang : badan penerbit universitas Diponegoro,2005) 44

KD = Koefisien determinasi.

r^2 = Koefisien korelasi

Dalam kajian ini, untuk mengolah data dipergunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

