

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dalam situasi alamiah akan tetapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) dari pihak peneliti terhadap situasi di lapangan.¹ Adapun penelitian yang diterapkan dalam judul “Pengaruh Inovasi, Jiwa Kewirausahaan dan Strategi *Marketing Mix* Perspektif Syariah terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus UKM Camilan di Kecamatan Gembong” ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis).² Dengan demikian, fenomena dalam penelitian ini akan dijabarkan, dihitung dan diukur berdasarkan nilai numerik. Pendekatan penelitian banyak dituntut mengunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Sehingga, data diinput dalam skala ukuran statistik. Fenomena dan fakta dalam data ini kebanyakan tidak dinyatakan dalam bahasa alami, melainkan dalam numerik.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan istilah yang populer dalam penelitian kuantitatif. Istilah ini menggeneralisasikan sekelompok obyek yang menjadi fokus penelitian. Oleh sebab itu, istilah ini mengcover keseluruhan fenomena baik yang mati maupun hidup di area tersebut. Lebih jelasnya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.³ Secara spesifik, responden dari kajian ini adalah pengusaha UKM Camilan Gembong yang berjumlah 102 orang.

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2016), 21.

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 5.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 109.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi. Penentuan besarnya sampel dapat ditentukan dengan pendekatan Slovin sebagai berikut:⁴

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 5%

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel pengusaha UKM Cemilan Gembong adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{102}{1 + 102 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{102}{1 + 0,255} = \frac{102}{1,255}$$

$$= 81,27 \approx 81$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 81 UKM. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria nama sampel tertentu.⁵ Adapun kriteria dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu:

- a. UKM Cemilan Gembong yang telah berdiri selama 3 tahun.
- b. UKM Cemilan Gembong yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000,-

Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh jumlah sampel UKM Cemilan Gembong sebesar 81 UKM.

C. Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelian ini pada dasarnya adalah keseluruhan yang ditetapkan oleh peneliti sebagai sumber untuk menggali informasi, dan dijadikan pijakan guna memecahkan masalah secara praktis. Lebih khusus, variabel penelitian juga bisa diartikan sebagai suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang

⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016), 227.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 122.

mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya⁶. Sedangkan berdasarkan jenisnya, variabel dibedakan menjadi dua kelompok⁷:

1. Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Variabel bebas (Y) pada penelitian ini adalah keberhasilan usaha.
2. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat sebab eksistensi variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti, yakni inovasi (X1), jiwa kewirausahaan (X2) dan strategi *marketing mix* perspektif syariah (X3).

D. Variabel Operasional

Variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang diamati.⁸ Di bawah ini ada tabel yang akan digunakan pada penelitian ini:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Inovasi (X1)	Inovasi adalah sebuah mekanisme dalam melakukan usaha-usaha dalam meningkatkan nilai tambah dengan disesuaikan dengan kondisi lingkungan yang selalu berubah-ubah. ⁹	1. Inovasi Produk 2. Inovasi Layanan 3. Inovasi Tempat 4. Inovasi Promosi	Likert
Jiwa Kewirausahaan (X2)	Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan,	1. Penuh percaya diri. 2. Memiliki	Likert

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 31.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 61.

⁸ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 78

⁹ Mochammad Suaidi, dkk, “Pengaruh Inovasi Usaha dan Minat Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada UMKM Food and Beverage di Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang)”, *e – Jurnal Riset Manajemen* 10, no. 17 (2021): 133.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul. ¹⁰	inisiatif. 3. Memiliki motif berprestasi. 4. Memiliki jiwa kepemimpinan. 5. Berani mengambil risiko.	
Strategi <i>Marketing Mix</i> Perspektif Syariah (X3)	Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang bisa dikendalikan dan juga dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran. ¹¹	1. Aspek Produk 2. Aspek Harga 3. Aspek Distribusi atau Tempat 4. Aspek Promosi	Likert
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. ¹²	1. Modal 2. Pendapatan 3. Volume penjualan 4. Output produksi 5. Tenaga kerja	Likert

¹⁰ Fitria Lestari, "Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung", *Jurnal Ekonomi Bisnis* 1, no. 2 (2018): 5.

¹¹ Roni Mohamad dan Endang Rahim, "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah", *Mutawazin: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2021): 18.

¹² Lestari, "Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung", 9.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner, metode observasi dan metode dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode angket (kuesioner).¹³

Kuesioner terdiri dari pertanyaan atau pernyataan yang meliputi variabel inovasi (X1), jiwa kewirausahaan (X2), strategi *marketing mix* perspektif syariah (X3) dan keberhasilan usaha (Y). Dan angket didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan lamanya bekerja. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

2. Observasi

Observasi kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian sehingga data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Peneliti melakukan observasi langsung pada UKM Camilan di Kecamatan Gembong untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dan membagikan angket pada pemilik UKM Camilan di Kecamatan Gembong.¹⁴

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar,

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 193.

¹⁴ Sugiyono, 194.

majalah, prasasti, notulen rapat dan sebagainya.¹⁵ Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang pemilik UKM Camilan di Kecamatan Gembong.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹⁶

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.06. Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.¹⁷

Di dalam penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,06.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 274.

¹⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2015), 90.

¹⁷ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), 113.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitiandengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinyaterjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.¹⁸ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.¹⁹

b. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- 2) Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁰

¹⁸ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 180.

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), 92.

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2018), 77.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²¹

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Data Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

- | | |
|-----------------|----------------------------------------------------|
| Y | = Keberhasilan usaha |
| a | = Konstanta |
| b_1, b_2, b_3 | = Koefisien regresi variabel independen |
| X_1 | = Inovasi |
| X_2 | = Jiwa kewirausahaan |
| X_3 | = Strategi <i>marketing mix</i> perspektif syariah |
| e | = Standar error |

b. Uji-t

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantungan, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2018), 70.

hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan:

$$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0 \text{ ditolak (ada pengaruh)}$$

$$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0 \text{ diterima (tidak ada pengaruh)}$$

c. Uji Statistik F

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Kesimpulan diambil dengan melihat F_{hitung} dan F_{tabel} dengan ketentuan:

$$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0 \text{ ditolak (ada pengaruh)}$$

$$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0 \text{ diterima (tidak ada pengaruh)}$$

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar, hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel tergantung.²²

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), 44-45.