

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research*, yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau di lingkungan tertentu.¹ Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang pengaruh inovasi, teknologi peralatan dan pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil pada usaha bakery.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisis pada data *numerical* yang diolah dengan metode statistik.² Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

C. Sumber Data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer atau data-data yang pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang diberi.³ Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah 32 karyawan usaha bakery. Kuesioner tersebut harus diuji apakah jawaban dari pertanyaan tersbut valid atau reliabel. Alat untuk menguji kuesioner adalah dengan uji validitas dan reliabilitas

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonomi, Yogyakarta, 2005, hlm. 14.

² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 5.

³ *Ibid.*, hlm. 91.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.⁴ Sampel adalah sebagian dari populasi.⁵ Sugiyono dalam bukunya "Statistik Untuk Penelitian" mengatakan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁶ Berhubungan dengan besarnya populasi yang ada dalam penelitian ini ada 38 karyawan usaha bakery yang ada di kabupaten Grobogan, maka dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil semua populasi yang ada untuk dijadikan sebagai sampel. Dengan menggunakan teknik penentuan sampel jenuh yaitu bila anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.⁷ Dalam penelitian ini peneliti mengambil semua jumlah populasi yaitu 38 karyawan usaha bakery yang ada di kabupaten Grobogan.

E. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:⁸

1. Variabel independen

Variabel ini sering disebut variabel *stimulus*, *predikator*, *antecedent*.

Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1992, hlm. 173.

⁵ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta, Rineka Cipta, 2000, hlm. 121.

⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk penelitian*, Alfabet, Bandung, 2013, hlm. 62.

⁷ *Ibid.*, hlm. 68.

⁸ *Ibid.*, hlm. 2-4.

bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independent dalam penelitian ini adalah faktor inovasi, teknologi peralatan dan pemasaran yang mempengaruhi pengembangan usaha kecil.

2. Variabel dependen

Variabel ini sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengembangan usaha kecil.

F. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa saja yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel. Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Teknologi (X1)	Teknologi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan produk baru, di mana dengan menggunakan teknologi yang canggih, perusahaan dapat menciptakan produknya menjadi lebih baik atau	1. Teknologi dipandang sebagai alat (<i>tool</i>) 2. Teknologi sebagai pengganti tenaga kerja manusia 3. Teknologi sebagai alat produktivitas dengan teknologi	Likert

		lebih inovatif. ⁹		
2.	Pemasaran (X2)	Suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. ¹⁰	1. Pemasaran pada produk 2. Pemasaran pada harga 3. Pemasaran pada tempat 4. Pemasaran pada promosi	Likert
3.	Pengembangan Usaha Kecil (Y)	Pengembangan usaha yaitu suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. ¹¹	1. Adanya target yang sesuai dengan perusahaan 2. Adanya keuntungan yang didapatkan sesuai dengan perusahaan	Likert

G. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *survey*, yaitu dengan cara menyebar kuesioner.

⁹ Heri Setiawan, *Pengaruh Organisasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk terhadap keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang*, Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke VIII, November, 2012, hlm. 13.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta, 2004, hlm. 9.

¹¹ Endang Purwanti, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatigi*, Jurnal Manajemen, 2012, hlm. 9.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan 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.¹² Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah manajer usaha bakery.

Angket didesain dengan pertanyaan terbuka, yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

Dalam metode survey didesain dengan menggunakan pada skala likert, di mana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).¹³

H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran tersebut valid dan reliabel maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas, uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2004, hlm. 135.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 135.

adalah jumlah konstruk. Apabila r hitung untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari r tabel dari nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau hasil stabil dari waktu ke waktu.¹⁴ Pengujian reliabilitas dengan *internal consistency*, dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian yang data diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen.

Didalam penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden berdasarkan penerapan teknologi dan pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan *reliable*, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.¹⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Pengujian keempat jenis asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas, presisi dan konsistensi data.

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier dan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$

¹⁴ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multifariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2002, hlm. 47.

¹⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm. 125.

(sebelumnya) jika terjadi korelasi maka terdapat konsistensi autokorelasi.¹⁶

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel-variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasinya antar sesama variabel independen sama dengan nol.¹⁷ uji multikolonieritas menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Multikolonieritas terjadi apabila terdapat hubungan linier antara variabel independen yang dilibatkan dalam model. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas adalah dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.

Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolonieritas nilai toleransinya harus kurang dari 0.10 atau nilai FIV lebih dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka

¹⁶ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multifariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2002, hlm. 110.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 105.

disebut homoskedastisitas. Dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁸ Model regresi yang baik adalah homokedastisitas.

Uji heterokedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai produksi variabel terikat (ZPRED) dengan resediuhnya (SRESID). Deteksi dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dengan SRESID. Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokdastisitas. Namun jika tidak dapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.¹⁹ Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandngkan distribusi normal. Jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, berarti data tersebut berdistribusi normal.

3. Uji Statistik

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 139.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 160.

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0 (nol), maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.²⁰

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.

Pegujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_0 diterima
- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.²¹

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1 dan X_2 .) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen,

²⁰ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hlm. 66.

²¹ *Ibid.*, hlm. 145.

apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.²²

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisis data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:²³

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana :

x1 :Teknologi

x2 :Pemasaran

Y :Pengembangan Usaha

a :Konstanta

b1 :Koefisien Regresi antara Teknologi terhadap Pengembangan Usaha Kecil.

b2 :Koefisien Regresi antara Pemasaran terhadap Pengembangan Usaha Kecil.

e :Faktor lain diluar penelitian

²² Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 61.

²³ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, Edisi 2, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm.