

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada Usaha Bidang Fashion Di Baturajayang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2021.

#### **1.2 Jenis Data Dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Arikunto (2010:22) data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya. Menurut Arikunto (2010:172) yang dimaksud dengan sumber data dalam adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yaitu Usaha Kecil dan Menengah Bidang Fashion di Baturaja. Kuisioner merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang disusun secara tertulis dengan tujuan untuk memperoleh data berupa jawaban para responden.

#### **1.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuesioner atau dikenal dengan sebutan angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan

tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui (Arikunto, 2010: 194).

## **1.4 Populasi dan Sampel**

### **a. Populasi**

Menurut Arikunto (2016:42), populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan membentuk masalah pokok. Populasi penelitian ini adalah semua Usaha Kecil dan Menengah bidang fashion yang ada di Kota Baturaja yang menggunakan media sosial yaitu 6.436 usaha yang terdiri dari pengusaha mikro, pengusaha kecil dan pengusaha menengah.

### **b. Teknik Penentuan Sampel**

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *area sampling* (pengambilan sampel area). Menurut Sakaran dan Bougie (2017:65) *area sampling* yaitu sampel yang terdiri dari klaster area geografis seperti kota, blok dalam kota atau pembatasan tertentu dalam satu wilayah. Dalam penelitian yang bersifat pemasaran pengambilan sampel area dapat terjadi secara alami seperti klaster pembeli, penduduk, mahasiswa atau toko.

Dalam penelitian ini peneliti memilih usaha fashion di Kota Baturaja yang terletak di Pasar Impres dan Air Karang hal ini dikarenakan pada daerah tersebut merupakan tempat atau area yang paling banyak usaha fashion berkumpul dan memiliki daya saing cukup tinggi antara usaha fashion satu dengan yang lainnya, sehingga sampel penelitian tertuju kepada kedua area tersebut. Berdasarkan data maka terdapat 60 usaha fashion yang terletak di area Pasar Impres dan Air Karang.

## **1.5 Model Analisis**

### **1.5.1 Analisis Kuantitatif**

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis kuantitatif. Disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik Arikunto (2010:20).

### **1.5.2 Analisis Data**

Dalam penelitian ini yang akan dianalisis adalah tanggapan responden tentang pengaruh Karakteristik kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM di Klaster Fashion di Baturaja, berdasarkan kuesioner atau angket yang telah disebar. Menurut Arikunto (2010:194) kuesioner adalah jumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket langsung dan tertutup, dimana daftar pertanyaan ditanggapi langsung oleh responden dengan memilih jawaban yang sudah tersedia.

Konsep alat ukur ini berupa kisi-kisi angket, kisi- kisi angket kemudian dijabarkan kedalam variabel dan indikator, selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item- item pernyataan sebagai instrumen penelitian. Skala pengukuran untuk menentukan nilai jawaban angket dari pertanyaan yang diajukan adalah dengan menggunakan *Skala Likert*. *Skala Likert* merupakan skala yang berisi lima tingkatan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statement atau pernyataan yang dikemukakan melalui opsi yang tersedia. Arikunto (2010:21) mengemukakan *skala likert* atas tingkatan kesetujuan terhadap statement dalam angket diklasifikasikan sebagai berikut.

Adapun alternatif jawaban menggunakan skala likert yakni memberikan skor pada masing- masing pertanyaan adalah sebagai berikut:

- |        |                       |                   |
|--------|-----------------------|-------------------|
| 1) SS  | : Sangat Setuju       | : Diberi Skor : 5 |
| 2) S   | : Setuju              | : Diberi Skor : 4 |
| 3) RR  | : Ragu- Ragu          | : Diberi Skor : 3 |
| 4) TS  | : Tidak Setuju        | : Diberi Skor : 2 |
| 5) STS | : Sangat Tidak Setuju | : Diberi Skor : 1 |

### **1.6 Karakteristik Responden**

Deskripsi karakteristik responden adalah menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini, sebab dengan menguraikan identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini maka akan dapat diketahui sejauh mana identitas responden dalam penelitian ini. Oleh karena itulah deskripsi identitas responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu :

#### **1. Jenis kelamin**

Jenis kelamin diukur melalui banyaknya usaha yang menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian dengan ini jenis kelamin terbagi menjadi dua jenis yaitu laki-laki dan perempuan.

#### **2. Usia**

Usia responden diukur melalui usia pemilik usaha fashion dimana usia dihitung pada saat penelitian ini berlangsung.

#### **3. Pendidikan**

Pendidikan responden diukur melalui pendidikan pemilik usaha fashion dimana pendidikan dilihat melalui pendidikan formalnya yaitu SMP, SMA dan S1.

#### 4. Pengalaman wirausaha

Pengalaman wirausaha diukur melalui lamanya pemilik usaha fashion melakukan kegiatan usaha, dimulai dari awal responden merintis usaha hingga saat dilakukannya penelitian.

#### 5. Pendapatan

Pendapatan diukur melalui keuntungan yang didapatkan pemilik usaha fashion diperkirakan pendapatan yang didapatkan dalam setiap satu tahun sekali.

### **1.7 Uji Validitas & uji Reliabilitas**

Validitas (kesahihan) dan reliabilitas (keandalan) suatu hasil penelitian tergantung pada alat ukur yang digunakan dan data yang diperoleh. Jika alat ukur yang digunakan itu tidak valid dan tidak handal maka hasilnya tidak menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Untuk itu, diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Pengujian tersebut adalah:

#### **1.7.1 Uji Validitas**

Menurut Priyatno (2011:42) uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan

penilaian langsung dengan metode korelasi *pearson* atau metode *corrected item-total correlation* dengan  $r$  tabel dimana  $r = 5\%$ ,  $df (n - 2)$ .

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode *Corrected Item-Total Correlation*. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka angket tersebut adalah valid
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka angket tersebut adalah tidak valid

### 1.7.2 Uji Reliabilitas

Riduwan dan Sunarto (2010:348) reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik. Reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasil akan tetap sama (konsisten).

Pertanyaan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dimulai dengan menguji validitas terlebih dahulu. Jadi jika sebuah pertanyaan tidak valid, maka pertanyaan tersebut dibuang. Pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid kemudian baru secara bersama diukur reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas dapat digunakan uji *cronbach's alpha* (Kuncoro, 2010:201), dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_b^2}{s_t^2} \right) \dots \dots \dots (3.1)$$

Dimana :

$r_{xy}$  = realibilitas instrument

$k$  = banyak butir pertanyaan

$S_t^2$  = deviasi standar total

$\sum S_b^2$  = jumlah deviasi standar butir

Kaidah keputusannya adalah apabila nilai  $r_{11}$  (*cronbach's alpha*) di atas 0,6. Maka kuiseoner adalah realibel. Uji reabilitas instrumen menggunakan pengujian dengan singkat (*alpha*) 5%.

### **1.8 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian ini dilakukan untuk melihat model kemungkinan adanya gejala heteroskedastisitas, yaitu menunjukkan adanya varian yang tidak konstan dari variabel residual, multikolinearitas yang merupakan keadaan dimana satu atau lebih variabel bebas dapat dinyatakan sebagai kombinasi dari variabel bebas lainnya, dan uji autokorelasi yaitu menunjukkan keadaan dimana kesalahan pengganggu antara periode  $t$  dengan  $t-1$  dalam regresi linier (Sunyoto, 2011: 143).

#### **a. Uji Normalitas**

Syarat dalam analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Pengujian menggunakan uji kolmogorov-smimov (Analisis Explore) untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika Signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, dan jika Signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal. Sedangkan pengujian normal probability dapat dilihat pada output regresi.

Kriteria pengambil keputusan dengan melihat grafik normal P-P Plot dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji Multikolinieritas**

Menurut Priyatno (2011:288), uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas.

Pada penelitian ini, metode pengujian yang digunakan yaitu dengan melihat nilai *inflation factor (VIF)* dan *tolerance* pada model regresi. pedoman untuk menentukan suatu model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas adalah:

- 1) Apabila nilai  $VIF < 10$  dan mempunyai nilai *tolerance*  $> 0,10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai  $VIF$  hasil regresi  $> 10$  dan nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka dapat dipastikan ada multikolinieritas di antara variabel bebas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Rasul (2011:86) tujuan dari heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas merupakan alat untuk menguji keseragaman perpencaran varians residual tersebut. Dalam hal perpencaran varians residu seragam atau tetap disebut homoskedastisitas. Demikian regresi liner yang baik adalah regresi yang varians residunya homoskedastisitas. Metode pengujian yang digunakan yaitu uji metode pola grafik (*scatterplot*) dan uji *glejser*.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara melihat grafik (*scatterplot*) antara *standardized predicted value* dengan *studentdized residual*, dasar pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar, kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 1.9 Transformasi data

Data dari jawaban responden adalah bersifat ordinal, syarat untuk bisa menggunakan analisis regresi adalah paling minimal skala dari data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval, melalui *metode of sucesive inteval (MSI)* skala interval menentukan perbedaan, urutan dan kesamaan perbedaan dalam variabel, karena itu skala interval lebih kuat dibandingkan skala nominal dan ordinal.

Transformasi data dari skala ordinal ke skala interval dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Perhatikan setiap item pertanyaan dalam kuesioner
2. Tentukan beberapa orang reponden mendapat skor 1, 2, 3, 4, 5, yang disebut frekuensi.
3. Setiap frekuensi di bagi dengan banyaknya responden yang disebut proporsi
4. Hitung proporsi komulatif (pk).
5. Gunakan tabel nominal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi komulatif
6. Nilai densitas normal (fd) yang sesuai dengan nilai Z.
7. Tentukan nilai interval ( *scale value* ) untuk setiap skor jawaban.

$$\text{Nilai interval (scale value)} = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area under upper limit}) - (\text{area under lower limit})}$$

Sesuai dengan nilai skala ordinal ke interval, yaitu skala value (SV) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

$$\text{Transformed Scala value} = Y = SV + SV_{\min} + 1 \dots\dots\dots(3.2)$$

### 1.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen yaitu karakteristik kewirausahaan dan inovasi serta variabel dependen yaitu keberhasilan usaha. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + e \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- $X_1$  = Karakteristik Kewirausahaan
- $X_2$  = Inovasi
- Y = Keberhasilan Usaha
- e = *error term*

Untuk mempermudah analisis, dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS 21.0 for *windows*.

### **1.11 Pengujian Hipotesis**

Menurut Priyanto (2011) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis statistik pada pengujian ini adalah:

#### **1. Pengujian Hipotesis(Uji t parsial)**

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2001). Langkah-langkah uji hipotesis untuk koefisien regresi adalah :

- a. Merumuskan hipotesis

Untuk Variabel Karakteristik Kewirausahaan ( $X_1$ )

$H_0: b_1 = 0$ , Tidak ada pengaruh yang signifikan karakteristik kewirausahaan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM di Klaster Fashion di Baturaja.

$H_a: b_1 \neq 0$ , Ada pengaruh yang signifikan karakteristik kewirausahaan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM di Klaster Fashion di Baturaja.

Untuk variabel Inovasi ( $X_2$ )

$H_0: b_1 = 0$ , Tidak ada pengaruh yang signifikan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM di Klaster Fashion di Baturaja.

$H_a : b_1 \neq 0$ , Ada pengaruh yang signifikan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM di Klaster Fashion di Baturaja .

b. Menentukan  $t$  hitung yang diperoleh dari hasil regresi melalui perangkat lunak SPSS versi 16.00

c. Menentukan  $t$  tabel

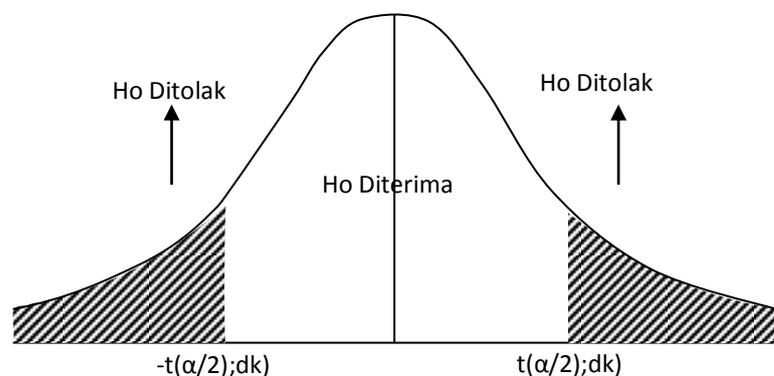
$t$  tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi  $\alpha = 5\%$  (0,05) uji 2 sisi maka  $\alpha/2 = 5\% / 2 = 2,5\%$  (0,025) dengan derajat kebebasan ( $df = n - k - 1$ ). Hasil diperoleh untuk  $t$  tabel dapat dilihat pada lampiran  $t$  tabel.

d. Kriteria pengujian :

Jika  $-t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka,  $H_0$  diterima artinya signifikan.

Jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka,  $H_0$  ditolak artinya tidak signifikan.

e. Menentukan daerah menerima  $H_0$  dan menolak  $H_0$  adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Uji t Tingkat Keyakinan 95%**

## 2. Pengujian Hipotesis (Uji F- secara simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variable independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependent (Priyatno. 2011:67):

### a. Menentukan Hipotesis

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ , Tidak ada pengaruh yang signifikan karakteristik kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM di Klaster Fashion di Baturaja.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$ , Ada pengaruh yang signifikan pengaruh yang signifikan karakteristik kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM di Klaster Fashion di Baturaja.

### b. Mencari nilai F hitung yang diperoleh dari hasil pengolahan data melalui SPSS versi 16.0.

### c. Menentukan F tabel

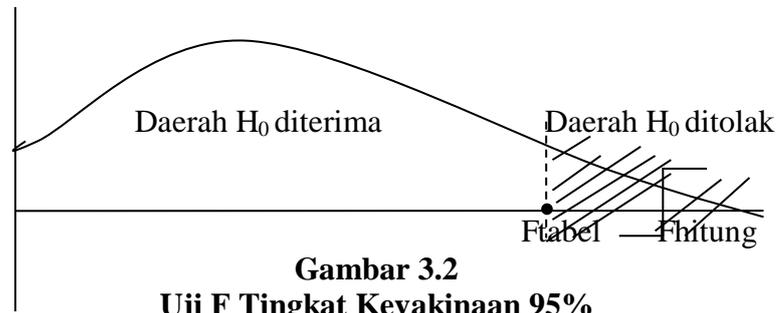
Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ ,  $dk_1$  (jumlah variable - 1), dan  $dk_2$  (n-k-1).

### d. Kriteria pengujian

1)  $H_0$  diterima bila  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$

2)  $H_a$  diterima bila  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$

### e. Menentukan daerah pengujian



**1.12 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variable independen terhadap variabel dependen menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan rumus menurut Sugiyono (2018: 257) sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.4)$$

Dimana :

$R^2$  = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien Korelasi

**1.13 Batasan Operasioanal Variabel**

Variabel penelitian ini secara umum dibagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen dan independen dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1**  
**Batasan Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Karakteristik Wirausaha (X <sub>1</sub> )	Karakteristik wirausaha merupakan Individu yang mempunyai ciri dan watak untuk berprestasi lebih tinggi dari kebanyakan individu-individu lainnya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komitmen dan tekad yang kuat</li> <li>2. Bertanggung jawab</li> <li>3. Berobsesi untuk mencari peluang</li> <li>4. Toleransi terhadap resiko dan ketidakpastian</li> <li>5. Percaya diri</li> <li>6. Kreatif dan fleksibel</li> <li>7. Selalu menginginkan umpan balik yang segera</li> <li>8. Memiliki tingkat energi yang tinggi</li> <li>9. Dorongan untuk selalu unggul</li> <li>10. Berorientasi ke masa depan</li> <li>11. Selalu belajar dari kegagalan</li> <li>12. Memiliki kemampuan dalam kepemimpinan</li> </ol> <p><b>Suryana (2014:27)</b></p>
2	Inovasi (X <sub>2</sub> )	Inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovasi produk</li> <li>2. Inovasi administratif</li> <li>3. Inovasi kontinum</li> <li>4. Inovasi proses</li> <li>5. Inovasi teknik</li> </ol> <p><b>Rusdiana (2018:109)</b></p>
3	Keberhasilan Usaha (X <sub>3</sub> )	Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Atau suatu keadaan yang menggambarkan keadaan yang lebih baik sebelumnya	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kemampuan mendapat laba</li> <li>b. Produktivitas dan efisiensi</li> <li>c. Daya saing</li> <li>d. Kompetensi dan etika usaha</li> <li>e. Terbangunnya kepercayaan diri</li> </ol> <p><b>Noor (2011: 401)</b></p>

