

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian

Dalam Penelitian ini obyek penelitian adalah sentra batik di Kabupaten Bantul yang berada di Dusun Giriloyo Desa Wukirsari Kecamatan Imogiri, Dusun Pajimatan Desa Girirejo kecamatan Imogiri dan Dusun Pajenan Desa Wijirero kecamatan Pandak.

Oleh sebab itu subyek penelitian adalah para pengkrajin batik tulis dan cap di sentra batik Wukirsari, Wijirejo dan Girejo yang berjumlah empat puluh enam pengkrajin batik tulis maupun cap.

B. Jenis Data

Menurut Kuncoro (2003) Suatu variable adalah jumlah yang terukur yang dapat berfariasai atau mudah berubah. variabel umumnya di kategorikan menjadi dua yaitu variable dipenden, identik dengan variable terikat (yang di jelaskan). Variabel Independen Identik dengan variable bebas, penjelas, atau *independent/ explanatory*, Variabel ini biasanya di anggap sebagai variabel perekdiktor atau penyebab karena memproduksi ataumenyebabkan variabel. Jenis data yang di gunakan adalah:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh melalui wawancara (kuesioner) dengan responden yang relevan dengan survei lapangan dan *stakeholder* yang berkepentingan dengan objek penelitian. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui

pengisian kuesioner oleh responden dan *stakeholders* untuk menganalisis pola klaster dan para pengusaha industri yang berkepentingan dengan objek penelitian untuk melihat formasi keterkaitan dan faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi pasar

2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari lembaga pengumpul data. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari BPS, DISPERINDAGKOP

C. Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner yang disusun dalam pertanyaan-pertanyaan dan responden diminta untuk memberikan jawaban dan tanggapannya secara langsung dengan memilih salah satu pilihan jawaban. Kemudian Jawaban yang telah diberikan responden yang bersifat kualitatif di ubah menjadi kuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2008), penentuan skor pada masing-masing item pertanyaan terhadap masalah yang diteliti diukur dengan skala Likert, yaitu skala yang berhubungandengan pertanyaan sikap/persepsi seseorang terhadap keadaan atau fenomena sosial.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2008) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan *sampling* yaitu suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh objek akan tetapi hanya sebagian dari populasi saja, yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Survei

Merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan susunan pertanyaan sesuai tujuan penelitian yang diberikan kepada responden dan stakeholders dalam bentuk tertulis. Kuesioner menggunakan tipe pertanyaan tertutup agar jawaban responden berbentuk data nominal, ordinal, interval, maupun rasio.

2. Metode Literatur (Studi Pustaka)

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur dan penerbitan seperti jurnal, buku-buku, artikel dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2012) Variabel penelitian adalah atribut atau sifat dari seseorang, Objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian dipelajari selanjutnya di tarik kesimpulannya. Pada Penelitian ini telah ditentukan menggunakan dua variabel, yaitu variabel dependen yang bersifat variabel terikat dan variabel independen yang bersifat variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Pada Penelitian ini, Variabel dependen adalah orientasi pasar dari sentra batik di Kabupaten Bantul (sentra batik Wukirsari, Girirejo, dan Wijirejo), dimana 0 = orientasi pasar lokal dan 1 = orientasi pasar non lokal. Sedangkan variabel bebasnya di kembangkan dari penelitian sebelumnya dari Markussen (1996), Aisyah (2007), Choirunnisa (2012), Setiani (2015), Dewi (2014). Sehingga variabel bebas yang digunakan yaitu jumlah tenaga kerja, umur perusahaan, pelatihan usaha, jaringan dengan pembeli terbesar, jaringan dengan pemasok bahan baku, keaktifan berpromosi dan nilai penjualan. dan analisis pola kluster mengacu pada variabel dalam model Markussen yang berdasarkan studinya, terdapat empat pola yaitu Distrik *Marshallin*, Distrik *Hub and Spoke*, Distrik *Satelit*, dan Distrik *State-anchored*.

Menurut Setiani (2015) Definisi oprasional variabel merupakan definisi yang di dasarkan pada karakteristik yang diamati, dalam penelitian ini definisi operasional merupakan hal yang sangat penting agar terhindar dari kesalahan saat pengumpulan data dan bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran atau pengamatan terhadap variabel-variabel yang bersangkutan untuk pengembangan instrumen (alat ukur). Dan berikut variebel dependen dan independen:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini D_{ori} adalah dummy orientasi pasar dari industri batik tulis di Kabupaten Bantul Yogyakarta. Dimana 0= orientasi pasar lokal dan 1= orientasi

pasar non lokal. Orientasi pasar lokal adalah hasil produksi dari industri bati hanya di pasarkan disekitar Kabupaten Bantul dan kota Yogyakarta sedangkan orientasi pasar non lokal adalah hasil produknya sudah dipasarkan sampai keluar wilayah Kabupaten Bantul antara lain Kota Bali, Jakarta, Surabaya bahkan sampai luar negeri seperti Jepang.

2. Variabel Independen

- a. Tenaga Kerja (X1), merupakan variabel yang menggambarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan satu kali proses produksi yang didasarkan dengan satuan hari orang bekerja (HOK). Tenaga kerja merupakan variabel dinyatakan dengan satuan orang.
- b. Pelatihan Usaha yaitu dengan bentuk pelatihan manajerial bagi pengusaha batik di Kabupaten Bantul, apakah industri batik di Kabupaten yang berdiri sudah pernah melakukan pelatihan usaha dinyatakan dalam 0= sudah pernah mengikuti pelatihan dan 1= belum pernah melakukan pelatihan.
- c. Umur Perusahaan (X3) yaitu seberapa lamanya perusahaan mampu bertahan bertahan hidup dan menjalankan operasionalnya dan merupakan variabel kontinu yang dinyatakan dalam satuan tahun.
- d. Jaringan dengan pemasok bahan baku (X4) kondisi hubungan industri dengan pemasok bahan baku. Hubungan diantara

keduanya dilihat dari intensitas bertransaksi kontrak, dan komitmen yang terjalin berdasar penelitian terdahulu dan teori. Klasifikasi intensitas untuk subindikator menjadi lima bagian, jika hubungan keduanya sangat lemah diberikan kode 1, lemah diberikan kode 2, sedang diberikan kode 3, kuat diberikan kode 4, atau sangat kuat diberikan kode 5.

- e. Jaringan dengan pembeli terbesar (X5) yaitu kondisi hubungan industri dengan pembeli terbesarnya, hubungan diantara keduanya dilihat dari intensitas bertransaksi. Indikator jaringan pembeli diukur dari intensitas transaksi setiap bulannya, jenis jaringan atau pembeli dan komitmen yang terjalin berdasar penelitian terdahulu dan teori. Klasifikasi intensitas untuk subindikator menjadi lima bagian, jika hubungan keduanya sangat lemah diberikan kode 1, lemah diberikan kode 2, sedang diberikan kode 3, kuat diberikan kode 4, atau sangat kuat diberikan kode 5.
- f. Aktif Berpromosi (X6), yaitu Promosi merupakan cara untuk mendapatkan konsumen untuk membeli lebih banyak barang di suatu perusahaan. keaktifan promosi industri batik dilihat dari seberapa intensitas melakukan promosi penjualan untuk memasarkan produk. sangat tidak aktif diberikan kode 1, tidak aktif diberikan kode 2, cukup aktif diberikan kode 3, aktif diberikan kode 4, atau sangat aktif diberikan kode 5.

- g. Nilai penjualan (X7), Total nilai penjualan atau penerimaan dari barang atau jasa pada suatu periode waktu tertentu dan diukur dengan 0 = sedikit dan 1 = banyak.

Variabel masing-masing tipe klaster dalam penelitian ini, diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin, yang menunjukkan skala intensitas persepsi responden secara langsung mulai dari 1=tidak pernah, 2= sangat jarang, 3 = kadang-kadang, 4 = sering, 5= sangat sering, yang mencerminkan hubungan indikator 1= sangat lemah, 2 = lemah, 3= sedang, 4= kuat, dan 5=sangat kuat.

Klasifikasi intensitas dalam pengukuran indikator yaitu sangat lemah, lemah, sedang, kuat, dan sangat kuat dalam variabel jaringan pemasok dan pembeli menggunakan metode distribusi data yang disesuaikan dengan kemencengan sebaran data yang kemudian dibagi menjadi lima yang terlihat pada

Tabel 3.1
Klasifikasi Jaringan Pemasok dan Pembeli

Klasifikasi Intensitas	Interval Nilai
Sangat lemah	$I < X - SD$
Lemah	$X - SD \leq I < X$
Sedang	$X \leq I < X + SD$
Kuat	$I \geq X + SD$
Sangat Kuat	$X \geq I \geq X + SD$
Ket : I = Nilai Indikato, SD = Standar Deviasi, X = Rata - Rata	

Skala Likert

Klasifikasi intensitas pada variabel keaktifan promosi, juga dilihat dari intensitas distribusi rata-rata responden yang kemudian dibagi menjadi 3 kategori yaitu 1 = sangat tidak aktif berpromosi, 2

= tidak aktif berpromosi, 3 = cukup aktif berpromosi, 4 = aktif berpromosi dan 5 = sangat aktif berpromosi, dapat dilihat.

Tabel 3.2
Klasifikasi Intensitas Promosi

Klasifikasi Intensitas	Interval Nilai
Sangat Tidak aktif	$I < X - SD$
Tidak Aktif	$X - SD \leq I < X$
Cukup Aktif	$X \leq I < X + SD$
Aktif	$I \geq X + SD$
Sangat Aktif	$X \geq I \geq X + SD$
Ket : I = Nilai Indikato, SD = Standar Deviasi, X = Rata2	

Skala linkert

F. Uji Kualitas Intrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Dimana kuesiner dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang semestinya diukur atau mampu mengukur apa yang ingin dicari secara tepat (Ghozali, 2005). Valid tidaknya suatu kuesioner dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor item dengan skor total pada taraf signifikan 5%, item-item yang tidak berkorelasi secara signifikan dinyatakan gugur dan tidak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai antara r hitung dengan r tabel. Jika r hitung < r tabel, maka item-item yang tidak berkorelasi secara signifikan

dinyatakan gugur dalam artian variabel yang tidak valid, tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya. Hasil perhitungan pada uji validitas diperoleh r tabel ($df = n - k = 46 - 2 = 44$) sebesar 0,2632.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2005). Dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut nunnally (dalam Ghozali 2005) untuk mengetahui apakah alat ukur reliabel atau tidak, diuji dengan menggunakan metode Alpha Cronbach (α). Sebuah instrument dianggap telah memiliki tingkat kehandalan yang dapat diterima, jika nilai Alpha Cronbach yang terukur adalah lebih besar atau sama dengan 0,60. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas pengamatan adalah *Cronbach Alpha* (α) dengan cara membandingkan nilai alpha dengan standarnya dengan ketentuan jika :

- a. Nilai Cronbach Alpha 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel.
- b. Nilai Cronbach Alpha 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel.
- c. Nilai Cronbach Alpha 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
- d. Nilai Cronbach Alpha 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.
- e. Nilai Cronbach Alpha 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

Pengukuran reabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang/responden akan diberi pertanyaan yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda, dan kemudian akan dilihat dari jawabannya apakah jawaban responden akan tetap konsisten atau tidak.
- b. One shot atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif menggunakan metode analisis deskriptif untuk menjelaskan pola klaster berdasarkan pola klaster Markussen, Sedangkan analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi logistik untuk mengetahui probabilitas faktor yang mempengaruhi orientasi pasar. Metode analisis tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Analisis Diskriptif

Analisis yang digunakan untuk menghasilkan gambaran dari data yang telah terkumpul berdasarkan jawaban responden adalah melalui distribusi item dari masing-masing variable. Penyajian data yang telah terkumpul pembahasannya secara deskriptif dilakukan dengan menggunakan tabel frekuensi.

a. Analisi Statistik Deskriptif

Analisi statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penyajian data yang telah terkumpul pembahasannya secara deskriptif dilakukan dengan menggunakan tabel frekuensi (Sugiono, 2012).

b. Analisis kluster

Analisis kluster merupakan teknik mereduksi informasi. Informasi dari sejumlah objek akan direduksi menjadi sejumlah kelompok, dimana jumlah kelompok lebih kecil dari jumlah objek. Objek-objek yang sama dikelompokkan dalam suatu kelompok sehingga mempunyai tingkat kesamaan yang tinggi dibandingkan dengan objek dari kelompok lain.

Analisis kluster yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada pola kluster yang telah diterapkan Markussen. Terdapat empat pola yang diterapkan Markussen yaitu distrik Marshallian, distrik *Hub and Spoke*, distrik satelit, dan distrik *State-anchored*. Dari pola yang diterapkan Markussen dapat ditentukan pola kluster apa yang diterapkan oleh industri batik pada sentra batik di Kabupaten Bantul.

Masing-masing industri nantinya akan dibagi termasuk dalam pola yang mana berdasarkan variabel Struktur Bisnis dan Skala ekonomi, Kontrak dan Komitmen antara pembeli dan pemasok bahan baku, Kerjasama dan keterkaitan antar sesama pengusaha di dalam klaster, Kerjasama dan keterkaitan antar sesama pengusaha di luar klaster, Pasar dan migrasi tenaga kerja, Keterkaitan identitas budaya lokal, Unit/tempat peminjaman dana, Peranan Pemerintah Lokal, Peranan Asosiasi Dagang.

2. Analisis Logistik

Analisis regresi logistik adalah analisis yang menjelaskan efek dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan variabel bebas bertipe kualitatif maupun kuantitatif dan variabel terikat memiliki tipe data berupa dikotom maupun polikotom, karena model yang dihasilkan dengan regresi logistik bersifat non linear, persamaan yang digunakan untuk mendiskripsikan hasil sedikit lebih kompleks dibanding dengan regresi berganda. Variabel hasil adalah probabilitas mendapatkan dua hasil atau lebih berdasarkan fungsi *non linear* dari kombinasi linear dari sejumlah variabel (Kuncoro, 2001).

Regresi logistik sebetulnya mirip dengan analisis diskriminan yaitu dengan menguji probabilitas terjadinya variabel terikat dapat di perediksikan dengan variabel bebasnya. bedanya dengan diskriminan tidak memerlukan asumsi multivariate normal distributor karenan

variabel bebas merupakan campuran antara variabel kontinyu (metrik) dan kategorial (nonmetrik), dalam hal ini dapat menggunakan regresi logistik karena tidak memerlukan asumsi normalitas. (Ghozali, 2011)

Data yang dikumpulkan dalam penelitian, kemudian diolah dan dianalisis dengan alat statistik atau dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi logistik. Penggunaan model regresi logistik ini dianggap sebagai alat yang paling tepat untuk menganalisis data dalam penelitian ini, karena variabel dependen bersifat dikotomi atau multinomial yaitu lebih dari satu atribut.

Regresi logistik dengan lebih dari dua pilihan sering disebut *Binominal Logistic Regression* (BLR). Metode regresi logistik adalah lebih fleksibel dibanding teknik lain (Mudrajad Kuncoro, 2001), yaitu :

- a. Regresi logistik tidak memiliki asumsi normalitas atas variabel bebas yang digunakan dalam model. Artinya variabel penjelas tidak harus memiliki distribusi normal, linier maupun memiliki varians yang sama dalam setiap grup.
- b. Variabel bebas dalam regresi logistik bisa dicampur dari variabel continue, diskrit dan dikotomis.
- c. Regresi logistik akan sangat bermanfaat digunakan apabila distribusi respon atas variabel terikat diharapkan non-linier dengan satu atau lebih variabel bebas

Dalam penelitian ini analisis regresi logistik dipakai untuk menjawab kategori sektor industri batik yang berorientasi pasar lokal mampu diprediksi dengan sejumlah variabel bebas. Sehingga dalam penelitian ini akan dihasilkan model persamaan

Analisi regresi logistik di gunakan untuk menjawab apakah variabel bebas pasar tenaga kerja, pelatihan usaha, umur perusahaan, jaringan pembeli terbesar, jaringan pemasok bahan baku, keaktifan promosi, dan nilai penjualan berpengaruh terhadap probabilitas orientasi pasar lokal dan lokal pada sentra batik di Kabupaten Bantul. Pada persamaan regresi logistik dinyatakan hubungan antar variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas X1, X2, X3.....Xn. Dalam model dimana Y adalah variabel kualitatif, tujuan kita adalah mencari kemungkinan (*probability*) suatu peristiwa akan terjadi (Gujarati, 2003). Sehingga dalam penelitian ini akan di dapat model Persamaan 3.1

$$D_{Ori} = b_0 + b_1 TK_1 + b_2 PEL_2 + b_3 UMUR_3 + b_4 JPBB_4 + b_5 JPT_5 + b_6 JP_6 + b_7 NP_7 + e_{ori} \dots \dots \dots (3.1)$$

Tabel 3.3
Keterangan Persamaan 3.1

Nama	Variabel	Keterangan
D_{Ori} H. M	Orientasi Pasar	0 = pasar lokal 1 = pasar non local
b_o	Konstatnta	
TK^o	Tenaga Kerja	Variabel Kontiyue
PU_d	Pelatihan Usaha	0 = belum pernah, 1= sudah pernah
UMUR	Umur Perusahaan	Variabel Kontiyue
$JPBB_1$	Jaringan Pemasok Bahan Baku	1= sangat lemah, 2 = lemah, 3= sedang, 4= kuat, 5= sangat kuat
JPT	Jaringan Pembeli Terbesar	1= sangat lemah, 2 = lemah, 3 = sedang, 4 = kuat, 5 = sangat kuat
JP^F_i	Jaringan Promosi	1= sangat tidak aktif, 2= tidak aktif, 3= cukup aktif, 4= aktif, 5= sangat aktif
NP	Nilai Penjualan	0 = sedikit . 1 = banyak

Model regresi biner merupakan salah satu model regresi logistik yang di gunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel responden dan beberapa variabel predictor, yang berupa data kalitatif yang menyatakan 1 untuk menyatakan sebuah karakteristik dan 0 menyatakan ketidak beradaan sebuah karakteristik tersebut. Untuk meyakinkan kebenaran hipotesis telah baik apa belum maka menggunakan Uji model fit :

Ho : Model yang dihipotesiskan fit dengan data

Ha : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data

Dari hipotesis ini, agar model fit dengan data maka Ho harus diterima atau Ha harus ditolak (Ghozali, 2007). Menurut

Santoso (2006) dalam menggunakan regresi logistik perlu diperhatikan hal-hal berikut :

1) Uji Kelayakan Model

Kelayakan model regresi dinilai berdasarkan hasil uji Hosmer dan Lemeshow Goodness of Fit Test. Penilaian terhadap regresi ini dilakukan dengan melihat output dari Hosmer dan Lemeshow dengan hipotesis:

H₀ : Tidak terdapat perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

H₁ : Terdapat perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

Dengan dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai Goodness of Fit Test yang diukur menggunakan nilai Chi-Square. Dasar keputusan uji Hosmer dan Lemeshow adalah $p\text{-value} > 0,05$ maka tidak ada perbedaan yang nyata antara model dengan data (model tidak mampu memprediksi nilai data).

2) Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Penilaian keseluruhan model dalam regresi logistik ($-2\log \textit{likelihood}$) merupakan penilaian terhadap $-2\log \textit{likelihood}$. Perhatikan angka $-2\log \textit{likelihood}$ pada awal $\textit{block number} = 0$, dan pada angka $-2 \log \textit{likelihood}$ pada

block number = 1. Jika terjadi penurunan dalam nilai $-2\log$ *likelihood* (*block number* = 0 – *block number* = 1) maka model dapat diterima karena cocok dengan data (model fit dengan data) hal ini juga mengidentifikasi bahwa model regresi tersebut adalah regresi yang baik.

3) Uji Hipotesis secara partial

Uji secara parsial bertujuan menghubungkan dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat dengan membandingkan antara nilai signifikansi setiap variabel dengan taraf nyata berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan juga sebaliknya. Apabila nilai *B* di *Variabel In the Equation* pada variabel bebas adalah positif (+), maka variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan positif (+) terhadap variabel terikat, berlaku pula sebaliknya.