

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah data kuisioner yang di ambil dari UKM Kabupaten Bantul. Penelitian ini meliputi semua pelaku atau UKM di Kabupaten Bantul yang masih aktif usahanya di tahun 2015.

B. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder bersumber dari profil data jumlah Sentra UKM. Sedangkan sumber data primer dari responden UKM yang terdiri dari pemilik atau jajaran manajemen UKM yang terdapat pada Sentra UKM di Kabupaten Bantul.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Non Random Sampling* secara *purposive* yaitu memilih UKM yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan sebagai berikut:

- a. UKM (Usaha Kecil Menengah) yang bergerak dibidang Manufaktur dengan alasan bahwa UKM ini memang mampu bersaing di dunia bisnis.

- b. Usaha Kecil yang memiliki jumlah tenaga kerja minimum 6 orang.
- c. Yang menjadi responden (sampel) adalah Pemilik/Pengurus dan jajaran yang ada di UKM tersebut.
- d. Dari jumlah Unit Usaha yang terseleksi sesuai poin 1 dan 2, yang akan dijadikan sampel hanya sebesar 20%, dan ditentukan secara proporsional.

Sampel yang diambil adalah jumlah dari keseluruhan unit atau obyek analisa yang ciri-ciri karakteristiknya sudah ditetapkan menurut sampling yang digunakan. Sampel dalam penelitian ini adalah usaha kecil menengah yang bergerak pada bidang manufaktur di Kabupaten Bantul dengan total populasi UKM berjumlah ± 16.000 yang di publikasikan, ada 726 UKM yang memenuhi kireteria, sehingga jumlah sampel adalah $20\% \times 726 = 145$ unit usaha. Dengan demikian sampel pada penelitian ini ditetapkan 150 orang responden.

Sampel sebanyak 150 orang di ambil dari sejumlah unit usaha yang bergerak di bidang manufaktur seperti produksi kerajinan, makanan, tas, sepatu, kerupuk kulit, garmen dan sebagainya yang berada di Kabupaten Bantul.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Teknik Dokumenter, digunakan untuk pengumpulan data yang bersumber dari data sekunder seperti:
 - a. Keadaan Fisik dan Geografis daerah
 - b. Sentral UKM yang ada
 - c. Jumlah dan karakteristik UKM
2. Teknik Kuesioner, dilakukan dengan membuat serangkaian pertanyaan yang terkait dengan kinerja UKM di Kabupaten Bantul.
3. Teknik Wawancara: digunakan sebagai pelengkap untuk memperoleh data yang tidak dapat dikumpulkan melalui teknik lain, sekaligus sebagai *Cross-check* terhadap data yang dikumpulkan.

Data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisa dengan cara deskriptif dengan menggunakan beberapa teknik analisa statistik yang sesuai dengan kebutuhan.

Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam proses pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Merekrut surveyor dan supervisor sebagai pelaksana lapangan
2. Mengadakan pelatihan terhadap surveyor dan supervisor
3. Menyebarkan kuisisioner
4. Pelaksanaan pengumpulan data

5. Selanjutnya data yang terkumpul akan ditabulasi, diolah, dan diinterpretasi sesuai tujuan penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini yang diuji adalah variabel dependen kinerja UKM yang kemudian akan dilakukan analisis SWOT untuk hasil strategi pengembangannya.

a. Kinerja UKM

Untuk menentukan kinerja dapat diawali dengan menetapkan standar kinerja perusahaan berdasarkan tujuan yang akan dicapai, kemudian diproyeksikan pada standard kinerja yang ada. Penilaian kinerja dilakukan dengan membandingkan kinerja aktual dengan standar kinerja yang ditetapkan. Kinerja merupakan hasil yang telah dicapai dari apa yang telah dilakukan seseorang dalam melaksanakan kerja atau tugas. Sedangkan menurut Byars, 1984 (dalam Widodo, 2010) kinerja diartikan sebagai hasil dari usaha seseorang yang dicapai dengan adanya kemampuan dan perbuatan dalam situasi tertentu.

Korelasi antara kinerja dengan kepuasan menurut Lopez, 1982 (dalam Widodo, 2010) mempunyai tingkat signifikan tinggi. Kinerja diukur dengan instrumen yang dikembangkan dalam studi yang tergabung dalam ukuran kinerja secara umum kemudian diterjemahkan ke dalam penilaian perilaku secara mendasar, meliputi: kuantitas kerja,

kualitas kerja, pengetahuan tentang pekerjaan, pendapat atau pernyataan yang disampaikan, dan perencanaan kerja.

b. Strategi Pengembangan

Perkembangan sebuah UKM harus dilandasi berbagai faktor yang mempengaruhinya, menurut Haeruman (2000), tantangan bagi dunia usaha, terutama pengembangan UKM, mencakup aspek yang luas, antara lain:

- 1) Peningkatan kualitas SDM dalam hal kemampuan manajemen, organisasi dan teknologi.
- 2) Kompetensi kewirausahaan
- 3) Akses yang lebih luas terhadap permodalan
- 4) Informasi pasar yang transparan
- 5) Faktor input produksi lainnya, dan
- 6) Iklim usaha yang sehat yang mendukung inovasi, kewirausahaan dan praktek bisnis serta persaingan yang sehat.

Salah satu usaha pengembangan bisnis oleh perusahaan (termasuk UKM) pada awalnya ditentukan oleh kemampuan untuk mengidentifikasi atau membuat diagnosis atas faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities dan Threats). Dengan analisis ini didapatkan tahapan seperti menilai keadaan, menentukan tujuan dan memutuskan (pemilihan dan evaluasi kegiatan).

Analisis SWOT ini biasa digunakan untuk men-swot per item permasalahan yang dihadapi perusahaan ataupun men-swot perusahaan secara keseluruhan.

Diagnosis ini mutlak diperlukan untuk mengidentifikasi karakteristik dari produk yang dihasilkan (keunggulan yang telah ada atau memungkinkan untuk dikembangkan), pasar yang telah dimasuki (peluang pengembangan dan kemampuan tambahan yang diperlukan), teknologi yang digunakan (optimalisasi penggunaan teknologi disesuaikan dengan karakteristik UKM tersebut), akses bahan baku dan asupan lainnya (kendala yang dihadapi dan kemungkinan pemecahannya), modal yang terserap (optimalisasi kebutuhan modal disesuaikan dengan peluang pasar), serta aspek manajerial pengelolaan (pembukuan, organisasi dan sebagainya).

Diagnosis yang baik akan menghasilkan tipologi UKM berdasarkan peluang pengembangannya. Dari tipologi ini dapat disusun suatu strategi pengembangan yang spesifik sesuai dengan tipologi yang dimiliki oleh UKM tersebut. Jika strategi pengembangannya (ingin menjadi seperti apa dan kapan pencapaiannya) sudah jelas, maka program pembinaan yang diberikan oleh pemerintah juga tidak akan salah sasaran.

2. Variable independen

Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen, variabel-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Modal Usaha

Modal usaha merupakan faktor penting dalam rangka membangun, mengembangkan dan mempertahankan berdirinya sebuah perusahaan. Modal pun dijadikan instrumen untuk mengantisipasi risiko kerugian perusahaan dan alat untuk melakukan ekspansi usaha. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Bambang Riyanto,2001). Modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal dari luar yaitu dari lembaga lembaga kredit.

b. Karakteristik Wirausaha

Terdapat 6 karakteristik pokok dari wirausahawan dari Swa, 16 Januari 2007 (dalam Wijayanto, 2013) yaitu:

- 1) Kreatif dan inovatif
- 2) Mampu mengaplikasikan kreativitasnya
- 3) Memiliki semangat berkarya
- 4) Fokus untuk menghasilkan nilai
- 5) Bersedia mengambil risiko dan

- 6) Berbeda dari persepsi atau stereotip wirausaha sebagai figur pemberani dan hanya bekerja sendiri, mereka sangat kolaboratif.

Seorang wirausahawan dicirikan dengan karakteristik mempunyai hasrat untuk selalu bertanggung jawab bisnis dan sosial, komitmen terhadap tugas, memilih resiko yang moderat, merahasiakan kemampuan untuk sukses, cepat melihat peluang, orientasi ke masa depan, selalu melihat kembali prestasi masa lalu, sikap haus terhadap “*money*”, skill dalam organisasi, toleransi terhadap ambisi, fleksibilitas tinggi.

Steinhoff dan Burgess (1993) menyebutkan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki beberapa karakteristik berikut ini agar berhasil, yaitu: (a) memiliki rasa percaya diri untuk bekerja secara independent, kerja keras, dan memahami risiko sebagai bagian dari upaya meraih sukses; (b) memiliki kemampuan organisasi, dapat menentukan tujuan, berorientasi hasil, dan memiliki tanggung jawab terhadap hasilnya, baik maupun buruk; (c) kreatif dan selalu mencari celah-celah untuk kreatifitasnya; (d) menyukai tantangan dan mendapatkan kepuasan pribadi ketika berhasil mencapai ide-idenya.

c. **Teknologi Informasi**

Thong dan Yap, 1995 (dalam Endraswari, 2006) mengkategorikan faktor-faktor yang mempengaruhi aplikasi TI pada usaha kecil menjadi dua, yaitu karakteristik individual dan karakteristik organisasional.

Zinatelli et al., (1997) dalam penelitiannya menemukan bahwa kurangnya keahlian dan training komputer, kurangnya dukungan dari manajer dan keuangan yang terbatas merupakan faktor terbesar yang menghambat aplikasi TI.

Salah satu cara agar organisasi bisnis mampu bersaing dengan para kompetitornya adalah dengan menggunakan sistem informasi, tidak sedikit organisasi bisnis yang mengeluarkan dana besar dalam investasi sistem informasi tersebut. Rockart, 1995 (dalam Irwansyah, 2003) menyatakan bahwa teknologi informasi merupakan sumber daya keempat setelah sumber daya manusia, sumber daya uang, dan sumber daya mesin yang digunakan manajer untuk membentuk dan mengoperasikan perusahaan.

d. Strategi Pengembangan

Dengan kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung maka suatu produk perusahaan akan tambah berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk tersebut nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan lainnya. Agar menang dalam suatu persaingan, maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan perusahaan yaitu orientasi pasar. Never and Slater, 1990 (dalam Supranoto, 2009) dan inovasi (Wahyono,2002) serta orientasi kewirausahaan (Weerawerdena,2003).

Instrumen kinerja UKM diadopsi dari Bernadine (dalam Mas'ud, 2004, dalam Abdilah, 2012) menggunakan skala 5 poin skala *likert*. Responden diminta memilih alternatif jawaban dari skala 1 (sangat tidak setuju) sampai skala 5 (sangat setuju), dengan jumlah 42 item pertanyaan yang tersedia.

F. Metode Analisis Data

Analisis data dapat dibagi menjadi dua yaitu :

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Analisis deskriptif berupaya untuk memperoleh deskripsi yang lengkap dan akurat dari suatu situasi.

Analisis deskriptif digunakan untuk mengemukakan hasil penelitian mengenai pengaruh modal usaha, karakteristik wirausaha dan teknologi informasi terhadap kinerja UKM. Data dikumpulkan meliputi data primer yang diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap responden di Kabupaten Bantul dilengkapi dengan data sekunder yang diperoleh dari perpustakaan, BPS, dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi dan instansi terkait.

2. Analisis kuantitatif

Yaitu metode yang didasarkan pada analisis variabel-variabel yang dapat dinyatakan dengan jelas atau menggunakan rumus yang pasti.

Pengujian terhadap pengaruh modal usaha, karakteristik wirausaha dan teknologi informasi terhadap kinerja UKM menggunakan model regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen.

G. Pengujian Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2011). Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Correlasion* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Apabila yang didapat memiliki nilai *Pearson Correlation* dibawah 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikan yang digunakan sebesar $> 0,6$ dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel $> 0,6$ maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang

memadai dan sebaliknya apabila nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel < 0,6 maka reliabilitasnya kurang memadai (Ghozali, 2007 : 46).

H. Alat Analisis

1. Uji Hipotesis

Analisis penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda, untuk mengetahui Modal Usaha, Karakteristik Kewirausahaan dan Teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kabupaten Bantul.

Berdasarkan beberapa uraian konsep dan teori di atas, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dirumuskan seperti dibawah ini, dimana variable independen yang terdiri dari Modal Usaha (X-1), variabel Karakteristik Kewirausahaan (X-2) dan variabel Teknologi Informasi (X-3) secara langsung berpengaruh terhadap variabel Kinerja UKM (Y).

$$Y = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e_i$$

Keterangan :

B_0 = Konstanta

B_1 = Koefisien regresi dari X_1

X_1 = Modal Usaha

X_2 = Kewirausahaan

X_3 = Teknologi Informasi

Y = Kinerja UKM

e = Standart Error

Dalam analisis data tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi komputer yaitu SPSS Statistic 22. Dalam uji analisis regresi berganda dapat dilakukan berbagai macam uji, yaitu :

a. Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang dilakukan pada uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji asumsi klasik yang kita gunakan sebelum kita melanjutkan ke uji Regresi Linear berganda. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi, apabila model regresi tidak berdistribusi normal maka kesimpulan dari uji F dan uji t masih meragukan, karena statistik uji F dan uji t pada analisis regresi diturunkan dari distribusi normal.

Cara mendeteksi normal atau tidaknya suatu data adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dengan grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas

- b) Jika data menyebarkan jauh dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk melihat ada tidaknya kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi, apabila *variance* dari satu residual satu ke pengamatan yang lain tetap maka disebut *homoskedastisitas*, sedangkan apabila hasilnya berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *spearman* yaitu dengan cara mengkorelasikan nilai *absolute* dari residual dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil pengujian diperoleh nilai $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Multikoleniaritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan antar beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Multikolinieritas merupakan keadaan dimana satu atau lebih variabel independen dinyatakan sebagai kondisi linier dengan variabel lainnya. Artinya jika diantara variabel-variabel bebas yang digunakan sama sekali tidak berkorelasi satu dengan yang lain maka bisa dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Cara mendeteksi adanya gejala multikoleniaritas adalah dengan melihat nilai VIF dan *Tolerance*. Dasar pengambilan keputusan :

- a) Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* < 1 maka model regresi tersebut mengalami gejala multikoleniaritas
- b) Jika nilai VIF > 10 dan *Tolerance* > 1 maka model regresi tersebut tidak mengalami gejala multikoleniaritas

2. Uji Statistik

a. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Nilai Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X), bila nilai koefisien determinasi = 0 (*Adjusted R²* = 0), artinya variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan oleh variabel X. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X, dengan kata lain jika *Adjusted R²* mendekati 1, maka variabel independen mampu menjelaskan perubahan variabel dependen, tetapi jika *Adjusted R²* mendekati 0, maka variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen. jika *Adjusted R²* = 1, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian, baik atau buruknya persamaan regresi ditentukan oleh *Adjusted R²* nya.

b. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (variabel independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (variabel dependen) pada tingkat signifikansi 0.05 (5%). Pengujian semua koefisien regresi secara bersama-sama dilakukan dengan uji-f dengan pengujian, sebagai berikut :

Hipotesis : Bila probabilitas $\beta_i > 0.05$ artinya tidak signifikan

Bila probabilitas $\beta_i < 0.05$ artinya signifikan.

3. Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)

Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategis yang klasik. Analisis ini digunakan untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman sebuah objek. Tujuannya dari pemantauan tersebut peneliti bisa menganalisis dan mengembangkan objek secara lebih baik.

Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu suatu perusahaan mencapai tujuan atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan.

Tabel 3.1
Analisis SWOT

| OT / SW | STRENGTHS Faktor-faktor kekuatan internal | WEAKNESS Faktor-faktor kelemahan internal |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| OPPORTUNITY Faktor-faktor peluang eksternal | Strategi SO | Strategi WO |
| TREAT Faktor-faktor ancaman eksternal | Strategi ST | Strategi WT |