

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian mengenai motivasi wirausaha dilakukan di salah satu pusat perbelanjaan yaitu Blok M Square yang beralamat di Jalan Melawai V, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Telepon: 021-727 80271. Blok M Square. Blok M Square merupakan suatu pusat perbelanjaan yang selalu padat pengunjung yang dikembangkan menjadi sebuah *trade mall* satu-satunya yang terbaik dan terlengkap di daerah Jakarta Selatan.

Di dalamnya terdapat pusat elektronik (Handphone & Komputer) yang selalu ramai pengunjung yang berada di lantai 3 & 3A. Responden yang akan dijadikan objek pada penelitian ini adalah para pengusaha elektronik khususnya handphone dan komputer di Blok M Square. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuisioner.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah para pengusaha elektronik di Blok M Square.

3.1.3 Waktu Penelitian

Peneliti telah terlebih dahulu melakukan wawancara serta observasi pra riset pada bulan Maret 2012 untuk melihat gambaran jumlah dari pengusaha elektronik yang memiliki toko di Blok M Square, serta untuk mengetahui gambaran perbandingan dari jumlah pengusaha elektronik berdasarkan etnis

serta latar belakang profesi orang tua. Kemudian, dimulai pada bulan Mei 2012, peneliti melaksanakan penelitian lanjutan.

3.1.4 Batasan Penelitian

Batas-batas pada penelitian ini adalah :

1. Responden yang dipilih adalah hanya pemilik toko elektronik di Blok M Square, Kebayoran Baru.
2. Kriteria latar belakang orang tua pengusaha adalah jika salah satu orangtua memiliki usaha sendiri, dengan jenis usaha apapun.

3.2 Metode Penelitian

Menurut sifatnya, penelitian ini menggunakan data yang bersifat kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka (Supranto, 2000: 10). Sedangkan menurut waktu pengumpulannya, data dalam penelitian ini menggunakan *data cross section*. *Data cross section* adalah data yang dikumpulkan dalam suatu periode tertentu, biasanya menggambarkan keadaan atau kegiatan dalam periode tersebut (Supranto, 2000: 10).

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian deskriptif dan komparatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa mendatang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan

antar fenomena yang diselidiki. (Nazir, 2009 : 54). Sedangkan metode komparatif merupakan penelitian yang tidak terdapat kontrol terhadap variabel bebas, dan tidak dapat melihat ada tidaknya hubungan kausal antarvariabel. Peneliti tidak dapat mengenal, yang mana variabel bebas dan variabel independen (Nazir, 2009 : 60).

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.3.1 Motivasi Berwirausaha (X_1)

3.3.1.1 Harapan

Harapan mengacu pada persepsi seseorang tentang kemampuannya (probabilitas) untuk mencapai tujuan. Umumnya, harapan semakin tinggi, semakin baik pula motivasi seseorang.

Dalam hal ini, harapan seseorang dapat diukur melalui empat indikator, yaitu:

1. Dorongan
2. Perlakuan
3. Keinginan/hasrat
4. Kemampuan

3.3.1.2 Valensi

Valensi adalah nilai seseorang tempat pada hasil atau imbalan. Umumnya, semakin tinggi nilai (kepentingan) dari hasil, semakin baik kesempatan motivasi.

Ada indikator-indikator yang disimpulkan dari valensi (*valence*) antara lain:

1. Penilaian sikap
2. Hasil
3. Harapan perubahan
4. Sikap

3.3.3 Etnis (X₂)

Etnis merupakan himpunan manusia karena kesamaan ras, agama, asal-usul bangsa ataupun kombinasi dari kategori tersebut yang terikat pada sistem nilai budaya (Fredrick Barth, 2007). Perbedaan etnis seringkali menjadi suatu hal yang mempunyai arti kedudukan tertentu pada setiap kelompok tertentu, banyak yang membedakan motivasi antar keduanya (Macionis, 2007:214).

Etnis merupakan hasil dari adanya pengaruh yang berasal dari luar kelompok. Salah satu faktor luar yang sangat berpengaruh terhadap etnisitas adalah kolonialisme, yang demi kepentingan administratif pemerintah kolonial telah mengkotak-kotakkan warga jajahan ke dalam kelompok-kelompok etnik dan ras (Rex dalam Simatupang, 2003). Untuk seterusnya sisa warisan kolonial itu terus dipakai sampai sekarang.

Adapun indikator dalam yang dapat dibedakan dalam variabel etnis, antara lain :

1. Cina
2. Pribumi

3.3.4 Latar Belakang Profesi Orangtua (X_3)

Latar belakang orangtua yang berprofesi sebagai pengusaha dan yang bukan pengusaha seringkali dikaitkan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan keinginan seseorang untuk berwirausaha. Lebih lanjut, Staw (Sukmana, 2008:4) juga mengemukakan ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orangtua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil.

Adapun indikator dalam variabel latar belakang profesi orangtua dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Latar belakang pengusaha
2. Latar belakang bukan pengusaha

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel		Indikator	Skala	Nomor
X_1	Sebagai seorang wirausahawan yang berhasil pada umumnya mempunyai upaya yang tinggi. Setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut. hal ini disebut harapan usaha (effort expectancy). Harapan usaha sebagai kemungkinan bahwa usaha seseorang akan menghasilkan pencapaian suatu tujuan tertentu. (Mulyana. 2006 : 124-125)	1. Dorongan 2. Perlakuan 3. Keinginan/h asrat 4. Kemampuan	Interval 7 poin	1,2, 3, 4, 5,6, 7,8, 9, 10,11,12
	Ukuran valensi adalah jumlah atau tingkat perubahan	1. Penilaian	Interval	13,14,15,16,17,18

	probabilitas respon ketika hasil dibuat tergantung pada respon. (Vroom, 1964).	2. Hasil 3. Harapan 4. Perubahan 5. Sikap	7 poin	,19,20,21,22
X₂	Perbedaan etnis seringkali menjadi suatu hal yang mempunyai arti kedudukan tertentu pada setiap kelompok tertentu, banyak yang membedakan motivasi antar keduanya (Macionis, 2007:214). Keunggulan dalam bidang perdagangan atau bisnis ini terletak pada sikap kewirausahaan serta sikap tanggap terhadap peluang komersial perantauan (Supriatma, 1996: 71).	1. Cina 2. Pribumi	Nominal	
X₃	Orang tua memiliki peranan yang kuat terhadap terciptanya jiwa kewirausahaan bagi keturunannya. Hal ini terlihat melalui pernyataan Duchesneau et al., (Benedicta, 2003:18 dalam Sukmana, 2008:4) yang mengatakan bahwa wirausaha yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orangtua yang juga wirausaha, karena mereka memiliki pengalaman yang luas dalam usaha.	1. Latar belakang pengusaha 2. Latar belakang bukan pengusaha	Nominal	

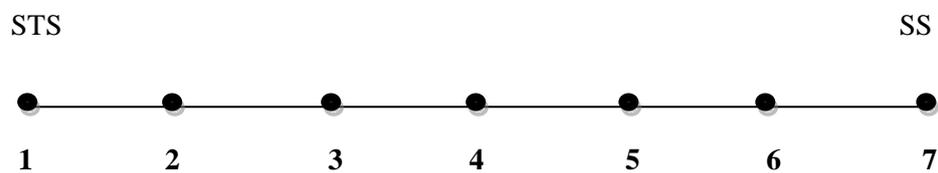
Sumber : Data diolah Peneliti

3.3.6 Skala Penelitian

Jenis skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala interval. Skala interval digunakan ketika tanggapan dari berbagai *item* pertanyaan yang mengukur variabel dapat dinyatakan menjadi skala lima poin (atau tujuh poin, ataupun beberapa nomor lain) yang kemudian dapat dijumlahkan antar *itemnya* (Sekaran, 2002:191).

Teknik pembuatan skala yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan skala penilaian (*rating scale*). *Rating scale* memiliki berbagai kategori tanggapan dan digunakan untuk mendapatkan tanggapan yang berkaitan dengan objek, kejadian, ataupun individu (Sekaran, 2002 : 196).

Jenis *rating scale* yang digunakan pada penelitian merupakan *numeric scale*. Skala numerik dapat digunakan dengan menggunakan skala lima poin ataupun skala tujuh poin. Teknik ini merupakan bentuk dari skala interval.



Gambar 3.1

Skala Interval 7- poin

Sumber : Sekaran (2002 : 246)

Keterangan gambar :

STS = Sangat Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Margono (2004: 118), populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Jadi populasi berhubungan dengan data, bukan manusianya. Kalau

setiap manusia memberikan suatu data maka, maka banyaknya atau ukuran populasi akan sama dengan banyaknya manusia.

Menurut Sugiyono (2005: 55) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua pengusaha elektronik yang memiliki toko elektronik di Blok M Square. Jumlah populasi pengusaha elektronik yang ada di Blok M Square berdasarkan penghitungan yang telah dilakukan dalam pra riset, yaitu berjumlah 107 orang, yang terdiri dari 67 yang beretnis Cina dan 40 Pribumi, dimana 71 yang memiliki latar belakang pengusaha, dan 36 yang tidak memiliki latar belakang orangtua pengusaha.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan kata lain, sampel juga dapat diartikan sebagai sebagian dari populasi (Supranto, 2000: 22). Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan *sampling* dalam meneliti mengenai motivasi kewirausahaan pengusaha elektronik di Blok M

Square. *Sampling* merupakan cara pengumpulan data dimana yang diselidiki adalah elemen sampel dari suatu populasi (Supranto, 2000: 22).

Metode sampling yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode *proportional stratified random sampling*. *Proportional stratified random sampling* merupakan bagian dari teknik *probability sampling*. Cara pengambilan sampel melalui metode ini baik untuk digunakan apabila populasi yang digunakan bersifat heterogen, sehingga dapat digunakan untuk memperoleh sampel yang representatif. Jika populasi heterogen, biasanya akan lebih baik dibuat menjadi beberapa strata. Dari setiap strata, diambil secara acak anggota-anggota yang diperlukan, atau dikatakan secara lain, hingga dilakukan pengacakan disetiap strata (Sudjana, 2005 : 173).

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = 5% kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi.

Maka besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{107}{1 + 107 (0.05)^2}$$

$$= 84.41$$

Berdasarkan perhitungan dengan metode *Slovin* maka penelitian ini menggunakan 84 orang sebagai sampel penelitian. Kemudian selanjutnya, dari hasil sampel sebesar 84, maka kita melakukan pengelompokan strata menggunakan metode *proportional stratified random sampling* yang dibedakan berdasarkan etnis, serta latar belakang profesi orang tua, sehingga didapatkan jumlah sampel yang representatif.

1. Etnis

- Cina

$$67/107 \times 84 = 53 \text{ orang}$$

- Pribumi

$$40/107 \times 84 = 31 \text{ orang}$$

2. Latar Belakang Profesi Orangtua

- Latar Belakang Pengusaha

$$71/107 \times 84 = 56 \text{ orang}$$

- Latar Belakang Non-Pengusaha

$$36/107 \times 84 = 28 \text{ orang}$$

3. Latar Belakang Profesi Orangtua – Etnis

- Etnis Cina = 53 orang

- Cina - Pengusaha
 $62/84 \times 53 = 39$ orang
- Cina - Non Pengusaha
 $22/84 \times 53 = 14$ orang
- Etnis Pribumi = 31 orang
 - Pribumi - Pengusaha
 $45/84 \times 31 = 17$ orang
 - Pribumi - Non Pengusaha
 $39/84 \times 31 = 14$ orang

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan sekunder. Pengertian data primer menurut Narimawati (2008;98) dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi” bahwa: “Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data”.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden berkaitan dengan kepentingan yang akan kita angkat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur. Pada wawancara tidak terstruktur, peneliti tidak mengatur jalannya wawancara dengan membuat pertanyaan secara sistematis, melainkan peneliti secara spontanitas menanyakan pertanyaan kepada responden.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian, maupun tempat penelitian, tanpa mengajukan suatu pertanyaan. Berbagai hasil pengamatan dapat dicatat untuk dijadikan data dalam penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner disebut juga sebagai daftar isian. Kuesioner adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar sehingga pertanyaan yang sama dapat diajukan terhadap setiap responden (Supranto, 2000: 23). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup membatasi jawaban responden dengan keharusan memilih diantara jawaban-

jawaban yang sudah tercantum dalam kuesioner (Supranto, 2000: 24).

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk jadi, dan telah diolah oleh pihak lain, yang biasanya dalam bentuk publikasi (Supranto, 2000: 10). Data sekunder yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini didapatkan melalui pengambilan data secara langsung ke Badan Pusat Statistik sebagai sumber informasi mengenai keberadaan sektor formal maupun informal di Indonesia. Selain itu, pengambilan data juga diambil melalui buku sebagai pencarian referensi teori dalam penelitian ini, serta menggunakan jaringan situs internet yang digunakan dalam pencarian sumber-sumber jurnal yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini.

3.6 Metode Analisis

Metode analisis data digunakan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan cara melakukan uji coba terlebih dahulu kepada 30 orang responden. Kuesioner disebar kepada responden yang memiliki toko di Blok M Plaza.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dengan rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- n = Banyaknya sampel
- X = Skor tiap item
- Y = Skor total variabel

Jika nilai signifikansi (P-Value) > 0,05 maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P-Value) < 0,05 maka terjadi hubungan yang signifikan. Uji validitas dilakukan kepada 30 responden dalam populasi yang nantinya akan dipisahkan dari sampel.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk pengujian biasanya

menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{\sum x^2}{N}}{N}$$

r_{11} = reliabilitas instrumen σb^2 = jumlah varians butir

k = banyaknya butir pertanyaan σ^2 = jumlah varians total

3.6.2 Uji Asumsi

Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian.

Penghitungan uji ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Ho: Data variabel yang dianalisis terdistribusi secara normal

Ha: Data variabel yang dianalisis tidak terdistribusi secara normal.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Beda Dua Rata-Rata : Sample Independen (*z - test*)

Uji hipotesis pada penelitian ini akan menggunakan *compare means of two populations : independent sample*. Metode uji beda rata-rata digunakan untuk melihat dan membandingkan nilai rata-rata dari kelompok interval yang berbeda dalam suatu sampel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji beda dua rata-rata. Uji beda dua rata-rata dikenal juga dengan nama uji-t (*t-test*) ataupun uji z (*z-test*). Konsep dari uji beda dua rata-rata digunakan untuk membandingkan dua kelompok *mean* dari sampel pada suatu populasi. Prinsipnya adalah ingin mengetahui apakah ada perbedaan *mean* dalam populasi dengan membandingkan dua *mean* sampelnya.

Berdasarkan Anderson, Sweeney, dan Williams (2002 : 391) uji hipotesis mengenai rata-rata dari dua populasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu sampel besar ($n_1 \geq 30$, $n_2 \geq 30$) dan sampel kecil ($n_1 < 30$ atau $n_2 < 30$) penelitian. Apabila jumlah sampel yang kita gunakan pada penelitian merupakan sampel kecil, maka kita bisa menggunakan uji t. Namun apabila sampel merupakan sampel besar, maka kita bisa menggunakan uji z.

Sampel yang dipakai pada penelitian ini berjumlah 84 responden. Oleh karena jumlah kedua sampel yang termasuk ke dalam sampel besar, maka uji hipotesis pada penelitian menggunakan *z-test*.

3.6.3.1 Penulisan Hipotesis

Penulisan hipotesis null dan hipotesis alternatif pada penelitian uji beda ini dituliskan sebagai berikut :

$$H_0 : \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$H_a : \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Jika H_0 diterima, maka rata-rata dari kedua populasi adalah sama. Sebaliknya, jika H_a diterima, maka rata-rata dari kedua populasi adalah berbeda.

3.6.3.2 Tes Statistik

Apabila populasi diasumsikan memiliki distribusi normal, maka test statistic dapat dituliskan sebagai berikut :

$$z = \frac{|\bar{x}_1 - \bar{x}_2| - d_0}{\sqrt{(\sigma_1^2 / n_1) + (\sigma_2^2 / n_2)}}$$

Jika σ_1^2 dan σ_2^2 tidak diketahui \rightarrow gunakan s_1^2 dan s_2^2

Keterangan :

z = nilai z hitung

\bar{X}_1 = Rata-rata sampel pertama

\bar{X}_2 = Rata-rata sampel kedua

σ_1^2 = Varians populasi

s_1^2 = Varians sampel

n_1 = jumlah sampel pertama

n_2 = jumlah sampel kedua

3.6.3.3 *Rejection Rule*

a) *Menggunakan p-value*

Dalam melakukan pengujian hipotesis mengenai perbedaan rata-rata dari dua populasi, penggunaan *p-value* juga dapat dilakukan untuk menguji hipotesis (Anderson, Sweeney dan Williams, 2002:394).

Dengan menggunakan *p-value*, maka pedoman hipotesis untuk menerima atau menolak jika menggunakan hipotesis nol (H_0), yaitu:

1. Tolak H_0 apabila $p\text{-value} < \alpha$.
2. Terima H_0 apabila $p\text{-value} > \alpha$.

Sedangkan pedoman hipotesis untuk menerima atau menolak jika menggunakan hipotesis alternatif (H_a), yaitu :

1. Terima H_a apabila $p\text{-value} < \alpha$.
2. Tolak H_a apabila $p\text{-value} > \alpha$.

b) *Menggunakan tes statistik*

Dengan menggunakan tes statistik, maka pedoman hipotesis untuk menolak jika menggunakan hipotesis nol (H_0), yaitu:

1. Tolak H_0 apabila $z > z_{\alpha/2}$
2. Tolak H_0 apabila $Z < -Z_{\alpha/2}$