BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Dimensi *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Kinerja UMKM *Handycraft* (Studi Pada *Handycraft* Tas Di Kecamatan Tembalang Kota Semarang)", obyek yang digunakan adalah para pelaku UMKM *Handycraft* yang berlokasi di Tembalang, Kota Semarang. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan di Kota Semarang, Jawa Tengah.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi adalah hal yang terdiri dari objek / subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013:117). Populasi dalam penelitian ini yaitu para pelaku UMKM *Handycraft* khususnya tas dan berada pada Kecamatan Tembalang Kota Semarang yang jumlahnya ada 47 UMKM (Daftar UMKM Kota Semarang, 2021).

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:118). Penelitian ini menggunakan pengambilan kuota sampel sebanyak 30 responden yang mana jumlah tersebut sudah memenuhi kepentingan analisis.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*, yang berarti mengharuskan adanya kriteria-kriteria tertentu yang harus dimiliki responden terlebih dahulu. Kriteria penulis dalam memilih sampel pada penelitian ini yaitu:

1. Pelaku UMKM *Handycraft* yang terdapat dalam daftar UMKM *handycraft* pada link https://iumk.semarangkota.go.id/v2/grid_umkm_publik/ (Daftar UMKM Kota Semarang, 2021).
2. Dapat dihubungi melalui telepon.
3. Memiliki akses internet (karena pengumpulan data menggunakan google form).

Dari kriteria yang telah disebutkan, peneliti telah membuat daftar nama responden (tabel 3.1) serta nama usaha dan juga nomor telepon yang nantinya akan berguna bagi penulis dalam pengumpulan data.

Tabel 3.1 Daftar Nama Responden

No.	Nama Pemilik	Nama Usaha	No. Hp
1.	Rina Kusumaningsih	Griya Alma	087731046725
2.	Lukitaningsih	Urip Collection III	082226401190
3.	Nur Wakhidah	Dipfi Craft	081228280969
4.	Kartiningrum Sari	Ningrumcraft	0811275253
5.	Asat Soedyatmika	COJOWO	082136538961
6.	Asriwanti	Mekar Asri	085290288185
7.	Maya Sopha Dianty	Prime Collection	081390831551
8.	Santy Yuliana	Santi Galery	088215575360
9.	Tri Kadarwati Wuragil	Kantil Craft	081325462275
10.	Made Arini	Lamanda Handmade	082137505075
11.	Intihayah	Handcraft Rajutan	085335116310
12.	Yosi Lionita Widiastuti	Safiya Galeri	08157643418
13.	Anies Hima	AniesHima Souvenir	081326246890
14.	Ruslu Wiharti	DEROSE	085103659543
15.	Sri Rejeki	Golden Craft	081226786566
16.	Lusia Airi	Airi Rajut Collection	0817297309
17.	Rosmiati	Rara Collection	087832111232
18.	Tri Murwati	Artha Rajut	085848833317
19.	Agatha Indriastuti	Indri Collection	081390419641
20.	Annisa	Hacua Store	085640330332
21.	Mudji Dahyani	Yani Collection	081228505595
22.	Ferry Kusumawati	Kusuma Craft	081390701906
23.	Indah Rosanti	Asoka Craft	081225665994
24.	Endang Fatmawati	Adara Craft	085727070168
25.	Siwi Pujiastuti	Dua Sembilan	085726932404
26.	Murwati	Urip Collection I	081325340616
27.	Sulistyani	Handycraft	085701573132
28.	Sintawati Triastuti	Sinta Craft	081390641178
29.	Siti Rochana	Bil Collection	08122892460
30.	Retno Wulandari	Roes Collection	08156696814

Sumber : (Daftar UMKM Kota Semarang, 2021)

Dari tabel 3.1 sudah ada nomor telepon yang bisa dihubungi, kemudian penulis akan hubungi satu per satu pemilik usaha melalui pesan singkat atau telepon langsung. Setelah mendapatkan persetujuan dan pemilik usaha bersedia, maka penulis mengirimkan link Google Form kepada pemilik usaha untuk mengisi kuesioner yang telah penulis buat.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer. Data primer yaitu jenis dan sumber data yang diperoleh secara langsung dari responden tanpa ada perantara sama sekali. Pada penelitian ini penulis mendapatkan tanggapan responden

dari sumber yang diperoleh penulis melalui proses pembagian kuisoner kepada responden mengenai "Pengaruh Dimensi *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Kinerja UMKM *Handycraft* (Studi Pada *Handycraft* Tas di Kecamatan Tembalang Kota Semarang)". Data yang dibutuhkan adalah tentang 7 dimensi yang ada pada *entrepreneurial marketing (Calculated risk-taking, Proactiveness, Opportunity-Focus, Innovativeness, Value Creation, Customer-Intensity, Resource Leveraging)* dan kinerja UMKM.

Jenis data yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data atau informasi yang didapatkan dalam bentuk angka. Setelah angka didapatkan maka data kuantitatif bisa di proses menggunakan rumus matematika atau bisa dianalisis menggunakan sistem statistik

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuisoner yang bersumber dari jurnal dan teori-teori yang sudah ada yang kemudian diberikan kepada responden secara *online* menggunakan link Google Form yang telah penulis sediakan ke nomor handphone responden masing-masing yang nomornya sudah terdaftar di web iumk.semarangkota.go.id, yang memenuhi kriteria sebagai responden dalam penelitian saya dengan prosedur : (1) Membagikan link Google Form yang berisi kuisoner, (2) Responden mengisi kuisoner yang telah penulis bagikan linknya, (3) Hasil jawaban dari Google Form dikumpulkan dan kemudian diseleksi, diolah dan juga dianalisis. Kuisoner dalam penelitian menggunakan skala likert yang memiliki rentang skor disetiap variabelnya. Rentang skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah rentang nilai 1 sampai dengan 5, dengan penilaian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1
2. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
3. Netral (N) dengan skor 3
4. Setuju (S) dengan skor 4
5. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5

3.3.3 Uji Validitas

Data yang terkumpul kemudian akan di uji validitas dan juga reliabilitas guna mengetahui valid atau tidaknya. Karena data dapat dikatan valid apabila memiliki validitas yang tinggi dan juga data yang memiliki instrument yang dapat digunakan

untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan suatu instrument dinyatakan kurang valid berarti memiliki tingkat validitas yang rendah. Alat untuk mengukur validitas adalah Korelasi *Product Moment.*

Rumusnya $r = \frac{n\sum X_1Y_1 - \sum X_1Y_1}{\sqrt{n\sum Y_1^2 - (\sum Y1)^2}\sqrt{n\sum Y_1^2 - (\sum Y1)^2.}}$

Keterangan

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

X= Variabel Bebas

Y= Variabel Terikat

Jadi indikator tersebut dapat dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 atau 5%

r hitung lebih dari (>) r tabel = valid

r hitung kurang dari (<) r tabel = tidak valid

Berikut merupakan Uji Validitas pada penelitian ini :

R tabel = N = 30 = 0,361

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas *Proactiveness*

Dimensi	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
*Proactiveness*_1	0,500	0,361	Valid
*Proactiveness*_2	0,619	0,361	Valid
*Proactiveness*_3	0,882	0,361	Valid
*Proactiveness*_4	0,611	0,361	Valid
*Proactiveness*_5	0,600	0,361	Valid
*Proactiveness*_6	0,675	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil pada tabel 3.2 dapat dikatakan bahwa keenam butir pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel *Proactiveness* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *Innovativeness*

Dimensi	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
*Innovativeness*_1	0,904	0,361	Valid
*Innovativeness*_2	0,922	0,361	Valid
*Innovativeness*_3	0,653	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil yang terdapat pada tabel 3.3 dapat dikatakan bahwa tiga pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel *Innovativeness* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Calculated Risk Taking*

Dimensi	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
*Calculated Risk Taking*_1	0,683	0,361	Valid
*Calculated Risk Taking*_2	0,818	0,361	Valid
*Calculated Risk Taking*_3	0,868	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil yang terdapat pada tabel 3.4 dapat dikatakan bahwa tiga pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel *Calculated Risk Taking* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas *Opportunity Focus*

Dimensi	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
*Opportunity Focus*_1	0,867	0,361	Valid
*Opportunity Focus*_2	0,902	0,361	Valid
*Opportunity Focus*_3	0,843	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil yang terdapat pada tabel 3.5 dapat dikatakan bahwa tiga pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel *Opportunity Focus* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas *Customer Intensity*

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
*Customer Intensity*_1	0,559	0,361	Valid
*Customer Intensity*_2	0,862	0,361	Valid
*Customer Intensity*_3	0,617	0,361	Valid
*Customer Intensity*_4	0,756	0,361	Valid
*Customer Intensity*_5	0,780	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil yang terdapat pada tabel 3.6 dapat dikatakan bahwa lima butir pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel *Customer Intensity* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas *Resource Leveraging*

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
*Resource Leveraging*_1	0,915	0,361	Valid
*Resource Leveraging*_2	0,882	0,361	Valid
*Resource Leveraging*_3	0,819	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil yang terdapat pada tabel 3.7 dapat dikatakan bahwa tiga pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel *Resource Leveraging* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas *Value Creation*

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
*Value Creation*_1	0,726	0,361	Valid
*Value Creation*_2	0,595	0,361	Valid
*Value Creation*_3	0,694	0,361	Valid
*Value Creation*_4	0,726	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil yang terdapat pada tabel 3.8 dapat dikatakan bahwa empat butir pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel *Value Creation* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Kinerja UMKM

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kinerja UMKM_1	0,856	0,361	Valid
Kinerja UMKM_2	0,877	0,361	Valid
Kinerja UMKM_3	0,779	0,361	Valid

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil yang terdapat pada tabel 3.9 dapat dikatakan bahwa tiga pertanyaan yang telah dijawab oleh responden yaitu variabel Kinerja UMKM dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

3.3.4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan dengan tujuan untuk melihat tingkat kestabilan dari suatu alat pengukur dalam mengukur suatu kejadian. Sehingga kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila kuisioner dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama dan alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach.*

Rumus → $\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum \sigma i^2}{\sigma^2}\right)$.

Keterangan:

α = Koefisien Reliabilitas

k = Jumlah Butir Pertanyaan Soal

σi^2 = Varians Butir Pertanyaan Soal

σ^2 = Varians Skor Tes

Suatu Variabel dikatakan Reliabel jika :

Hasil α > 0.60 = Reliabel / Konsisten

Hasil α < 0.60 = Tidak Reliabel / Tidak Konsisten

Berikut hasil Uji Reliabilitas pada penelitian ini :

Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	r_{alpha} / Hasil α	Nilai α	Keterangan
Proactiveness	0,724	0,600	Reliabel
Innovativeness	0,774	0,600	Reliabel
Calculated Risk Taking	0,703	0,600	Reliabel
Opportunity Focus	0,838	0,600	Reliabel
Customer Intensity	0,770	0,600	Reliabel
Resource Leveraging	0,825	0,600	Reliabel
Value Creation	0,625	0,600	Reliabel
Kinerja UMKM	0,777	0,600	Reliabel

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 3.10 uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel / konsisten jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Hasil koefisien reliabilitas pada *proactiveness* sebesar 0,724; *innovativeness* sebesar 0,774; *calculated risk taking* sebesar 0,703; *opportunity focus* sebesar 0,838; *customer intensity* sebesar 0,770; *resource leveraging* sebesar 0,825; *value creation* sebesar 0,625; dan Kinerja UMKM sebesar 0,777.

3.4 Alat Analisis Data

3.4.1 Statistik Deskripstif

Deskripsi dari variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat kecenderungan dari jawaban seluruh responden terhadap setiap pernyataan yang ada pada kuisoner. Analisis deskriptif dilakukan dengan analisis rentang skala dan dalam bentuk tabel frekuensi. Jadi seluruh jawaban dari responden akan dikelompokan dan diberi presentase nilai untuk setiap butir pernyataanya. Berikut rumus yang digunakan :

$$Rentang\ Skala = \frac{Nilai\ Maksimum - Nilai\ Minimum}{Jumlah\ Kategori}$$

$$= \frac{(5-1)}{3}$$

$$= \frac{4}{3}$$

$$= 1{,}33$$

Kategorisasi skor rata-rata masing-masing dimensi *entrepreneurial marketing* dan kinerja UMKM :

1) < 2,33 : Rendah

2) 2,33 ≤ X< 3,66 : Sedang

3) ≥ 3,66 : Tinggi

Kemudian akan dilakukan uji pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja UMKM dengan menggunakan analisis regresi berganda. Dengan tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang didasarkan pada tingkat alpha lebih besar atau sama dengan 0,5.

3.4.2 Analisis Regresi Berganda

Upaya penulis untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini maka penulis menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression*). Dan analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja UMKM

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

x_1= *Risk-taking*

x_2 = *Proactiveness*

x_3 = *Opportunity Focus*

x_4 = *Innovativeness*

x_5 = *Value Creation*

x_6 = *Customer-Intensity*

x_7 = *Resource Leveraging*

e = *Error*

3.4.3 Uji Signifikan Parsial (uji t)

Penggunaan Uji t berfungsi untuk mengetahui bagaimana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. *Level of significance* pada uji t ini 0,05 (=5%). Kriteria pada uji t yaitu :

a. Jika nilai signifikan > 0,05 maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
b. Jika nilai signifikan ≤ 0,05 maka variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

   Rumus :

   t tabel = t(α/2 ; n-k-1)

3.4.4 Uji Signifikan Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukan bagaimana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. *Level of significance* pada uji F ini 0,05 (=5%). Kriteria pada uji F yaitu:

a. Jika nilai signifikan > 0,05 maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
b. Jika nilai signifikan ≤ 0,05 maka variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

   Rumus :

   F tabel = F (K ; n-K)

3.4.5 Uji Koefisien Determinasi (*R square*)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Begitu juga sebaliknya, semakin kecil nilai koefisien determinasi maka semakin kecil kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen atau sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi ditunjukan dengan nilai *adjusted R square* bukan *R square* dari model regresi karena *R square* bias terhadap jumlah variabel dependen yang dimasukkan ke dalam model, sedangkan *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali,2013).