

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara yang dipakai dalam mengumpulkan data.¹ Dalam penelitian ini data yang didapatkan diproses melalui beberapa tahapan, yaitu:

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.²

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan angket sebagai instrumen pengumpulan data utama dan kemudian diujikan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik (uji normalitas, *multikoleniaritas*, dan *heterokedastisitas*), serta menggunakan analisis regresi linier berganda.

¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 194.

² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 38.

B. Waktu dan Lokasi penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 03 Juni sampai 19 Juni 2014 setiap jam kerja, akan tetapi lebih efektifnya penelitian ini dilakukan pada jam istirahat kerja karyawan. Penelitian ini dilakukan di YDSF (Yayasan Dana Sosial Al-Falah) yang berlokasi di Jl. Kertajaya VIII C/ 17 Surabaya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan YDSF Surabaya yang berjumlah kurang lebih 60 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti.³ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sensus, dimana peneliti mencatat semua elemen yang menjadi obyek penelitian (populasi) untuk dijadikan sampel.⁴ Hal ini dilakukan karena ditinjau dari wilayah penelitian ini yang subyeknya sangat sempit, sehingga peneliti merasa perlu untuk mengambil secara keseluruhan.

³ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Cet. 3 (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 9.

⁴ Siti Nurhayati, *Metodologi Penelitian Praktis*, Edisi 2, ebook, 2012, 7.

D. Variabel Penelitian

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini dibedakan menjadi variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel dependen (Y) adalah variabel tergantung yang keberadaannya dipengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen peningkatan dana zakat.
2. Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel dependen yang terdiri dari *Below The Line* (X_1), *Above The Line* (X_2).

E. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Below The Line* (media lini bawah) adalah pengumpulan dana zakat yang dilakukan oleh suatu lembaga dengan menggunakan media yang terbatas secara jumlah dan wilayahnya. *Below The Line* dibagi menjadi empat indikator berdasarkan teori yang dikemukakan oleh *Didih Suryadi* yakni media luar ruangan, event, internet dan seluler.⁵ Media iklan

⁵ Didih Suryadi, *Promosi Efektif* (Jakarta: platinum, 2003), 64.

mempunyai indikator tersendiri yaitu: kualitas siaran, popularitas media, frekuensi iklan dan jangkauan media.

a. Media luar ruangan adalah media yang digunakan dalam bentuk poster, spanduk maupun billboard untuk menarik calon muzakki agar muzakki bisa melihat secara langsung di ruang terbuka. Adapun item dari indikator ini adalah :

1) Yayasan menggunakan media luar ruangan (billboard, spanduk) untuk mempromosikan zakat kepada masyarakat.

Pengukuran media luar ruangan dalam penelitian ini terdiri atas 1 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert* berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

b. Event adalah kegiatan yang diadakan oleh lembaga seperti mendirikan gerai di mall pada bulan ramadhan dan mengadakan acara tersendiri seperti kajian aktual Al-Falah yang di dalamnya membuka open table untuk para calon donatur atau bekerjasama dengan lembaga lain. Adapun item dari indikator ini adalah :

1) Event dianggap efisien untuk menambah jumlah donatur.

2) Event menghabiskan biaya untuk mempromosikan program.

Pengukuran media luar ruangan dalam penelitian ini terdiri atas 2 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert* berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

- c. Internet adalah media yang berupa website yang dimiliki oleh lembaga untuk menarik calon muzakki melalui dunia maya dan internet.

Adapun item dari indikator ini adalah :

- 1) Yayasan menggunakan internet/website sebagai sarana berkomunikasi dan memberi informasi kepada masyarakat.

Pengukuran media luar ruangan dalam penelitian ini terdiri atas 1 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert* berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

- d. Seluler adalah media yang digunakan untuk mempromosikan program dengan cara menelpon langsung kepada para muzakki untuk menambah jumlah donasi atau memberi informasi program yang dimiliki oleh lembaga. Adapun item dari indikator ini adalah:

- 1) Yayasan menggunakan seluler untuk mempromosikan zakat kepada para donatur.

Pengukuran media luar ruangan dalam penelitian ini terdiri atas 1 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert* berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

2. *Above The Line* (X_2), adalah pengumpulan dana zakat yang dilakukan oleh suatu lembaga dengan menggunakan media yang bersifat massal dalam waktu yang bersamaan dapat diterima banyak orang. *Above The Line* dibagi menjadi empat indikator berdasarkan teori yang

dikemukakan oleh *Didih Suryadi* yakni koran, majalah, televisi dan radio.⁶

a. Majalah merupakan media yang diterbitkan bulanan oleh lembaga untuk mempromosikan program dan melaporkan laporan keuangan tentang zakat, infaq dan shadaqah kepada para donatur setiap bulannya. Adapun item dari indikator ini adalah:

1) Majalah memudahkan lembaga dalam melaporkan kegiatan, keuangan dan melakukan promosi program pada donatur.

Pengukuran majalah dalam penelitian ini terdiri atas 1 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert* berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

b. Koran merupakan media yang digunakan oleh lembaga dalam moment tertentu seperti menjelang hari puasa dalam rangka mengingatkan para muzakki untuk meningkatkan zakat. Adapun item dari indikator ini adalah :

1) Koran merupakan media yang kurang menarik untuk meningkatkan perolehan dana zakat.

Pengukuran media luar ruangan dalam penelitian ini terdiri atas 1 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert* berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

⁶ Didih Suryadi, *Promosi Efektif...*, 65.

c. Radio merupakan media iklan yang digunakan oleh lembaga untuk menyebar luaskan informasi berupa program dalam acara talk show yang diselenggarakan oleh radio dan mengundang pembicara dari lembaga sehingga pembicara melakukan promosi program dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- 1) Saya merasa bahwa radio tidak memiliki pengaruh yang besar dalam meningkatkan perolehan zakat.
- 2) Yayasan melakukan kerjasama dengan radio lokal untuk mempromosikan program.

Pengukuran media radio dalam penelitian ini terdiri atas 2 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert* berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

d. Televisi merupakan media yang digunakan untuk mempromosikan lembaga zakat dan memperkenalkan program dengan cara lembaga mengirim seseorang untuk menjadi pembicara pada acara televisi tertentu seperti talk show permasalahan ZIS yang telah diundang oleh pihak televisi terlebih dahulu. Adapun item dari indikator ini adalah :

- 1) Media televisi digunakan lembaga untuk melakukan *branding*.

Pengukuran media luar ruangan dalam penelitian ini terdiri atas 1 pernyataan. Skor penilaian dengan menggunakan skala *Likert*

berkisar antara 1 – 4, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.⁷ Pengujiannya dilakukan secara statistik dengan menggunakan metode *corrected item-total correlation* dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor *item* dengan skor total *item* dan melakukan koreksi terhadap efek *spurious overlap* (nilai koefisien korelasi yang overestimasi).⁸

Penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 5% atau 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.⁹

Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} . Untuk menentukan nilai r_{hitung} dibantu dengan program SPSS v. 20.

⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 165.

⁸ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 25.

⁹ DwiPriyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: PT Buku Kita, 2008), 17.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan kestabilan dalam mengukur. Kestabilan di sini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi ke kondisi yang lain.

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan rumus *Alpha Cronbach* dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 6% atau 0,06 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.¹⁰ Untuk menentukan reliabilitas dibantu dengan program SPSS v. 20.

G. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Square/OLS*), merupakan model yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik atau BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

¹⁰ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS...*, 24-26.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi residual. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut berdistribusi normal. Distribusi normal mengandung arti bahwa data memusat pada nilai rata-rata dan median. Untuk menguji normalitas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara uji statistik *non parametric Kolmogorov-Sminornov* (K-S).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas, gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dengan menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel bebasnya dan jika nilainya $\text{tolerance}^{-1} > 0.10$ atau sama dengan nilai $\text{VIF}^{-1} < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.¹¹

¹¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 91-92.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan periode yang lain, sehingga dapat dikatakan model tersebut homokedastisitas.¹² Untuk menguji Heterokedastisitas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara uji *Glejser* dengan meregresikan nilai *absolute residual* terhadap variabel independen.

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas didapati bahwa pada model penelitian terjadi heterokedastisitas, sehingga perlu dilakukan pengujian ulang dengan menggunakan metode *Weighted Least Squares* (WLS) *Analysis* dengan tujuan model dapat bersifat homokedastisitas sehingga seluruh variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

H. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan maka data yang dihimpun dalam penelitian ini adalah data yang terkait mengenai startegi pengumpulan zakat (*Below the Line* dan *Above The Line*) yang digunakan pada lembaga YDSF Surabaya.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS...*, 105.

2. Sumber Data

Sumber data adalah sumber dari mana data akan digali. Sumber tersebut bisa berupa orang, dokumen, pustaka, barang, keadaan atau lainnya. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan atas dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian yakni dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.¹³ Data yang diperoleh melalui kuesioner responden tentang beberapa variabel yang terkait dengan sikap dan kepuasan anggota dari kuesioner yang di sebarakan secara menyeluruh.

b. Data Skunder

Adapun sumber data sekunder yang dimaksud adalah sumber data yang didapat dari dokumentasi perusahaan, buku-buku atau pustaka yang berhubungan dengan topik bahasan ini.

¹³ Istijanto, *Aplikasi Praktik Riset Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 147.

I. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi yaitu cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis melalui prosedur yang benar dan sistematis. Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti mengamati subyek (sebagai responden dalam wawancara atau kuisioner) kepada 60 karyawan YDSF.

2. Wawancara

Wawancara yaitu merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden. Dalam berwawancara terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan responden.¹⁴ Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan manajer marketing dan manajer keuangan.

3. Kuisioner

Kuisioner (angket) merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.¹⁵ Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner kepada 60 karyawan YDSF yang ditemui di lokasi penelitian, akan tetapi dikarenakan adanya permasalahan di lapangan sehingga

¹⁴ Soeratio, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988), 92.

¹⁵ *Ibid.*, 96.

kuisisioner yang kembali kepada peneliti berjumlah 50. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. maka:

$$Range = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Range skor}}$$

$$\text{Skor tertinggi} : 100 \times 5 = 500$$

$$\text{Skor terendah} : 100 \times 1 = 100$$

$$\text{Sehingga Range untuk hasil survey yaitu : } \frac{500-100}{5} = 80$$

Range skor :

$$424-504 = \text{sangat tinggi}$$

$$343-423 = \text{tinggi}$$

$$262- 342 = \text{cukup}$$

$$181 - 261 = \text{rendah}$$

$$100- 180 = \text{sangat rendah}$$

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data sekunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau *file*. Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat internet, dan data dari computer untuk memperoleh landasan teori dan mendapatkan data yang menunjang penelitian.

J. Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu instrumen dan kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda dan Koefisien Determinasi.

1. Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh strategi pengumpulan dana zakat (*Below the Line* dan *Above the Line*) terhadap peningkatan perolehan dana zakat, maka digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linier antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, X_3) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = Peningkatan perolehan dana zakat

α = nilai konstanta

X_1 = *Below The Line*

X_2 = *Above The Line*

b_1 = koefisien regresi variabel antara X_1 dan Y

b_2 = koefisien regresi variabel antara X_2 dan Y

2. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.¹⁶

Rumus korelasi ganda dengan dua variabel independen adalah:

$$R^2 = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

Keterangan :

R^2	= koefisien determinasi
ryx_1	= korelasi sederhana (<i>product moment pearson</i>) antara X_1 dengan Y
ryx_2	= korelasi sederhana (<i>product moment pearson</i>) antara X_2 dengan Y
rx_1x_2	= korelasi sederhana (<i>product moment pearson</i>) antara X_1 dengan X_2

¹⁶ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS...*, 78.