

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitiannya.¹ Metode penelitian dalam karya tulis ilmiah memiliki arti yang sangat penting karena hal itu yang membedakan antara karya tulis ilmiah dalam hal ini skripsi dengan karya tulis yang lain. Metode penelitian dalam karya tulis ilmiah terdiri dari:

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan seberapa besar pengaruh antar variabel yaitu tingkat persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim dengan analisa statistik.

Penelitian ini merupakan penelitian survei karena menggunakan alat pengumpulan data berupa kuisisioner/angket. Hasil kuisisioner tersebut kemudian diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik (*uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas*), serta uji regresi linier berganda.

¹ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet 5 (Jakarta: Gema Insani, 2005), 194.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 Mei - 12 Juni 2014 dan rentang waktunya kondisional. Lebih efektif pada waktu pengusaha tersebut tidak terlalu sibuk atau pada waktu senggang. Tempat penelitian berada di tempat usaha masing-masing pengusaha.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.²

Adapun yang dijadikan populasi dari penelitian ini adalah pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo dengan jumlah 118 pengusaha muslim dengan masing-masing jenis usaha yang akan dianalisis pengaruhnya dari segi persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha tersebut.

² Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 161.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.³

Dalam penelitian ini penarikan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus secara waktu, biaya, dan tempat usaha yang tidak berjauhan sehingga layak untuk dijadikan sampel.⁴

Sedangkan penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:⁵

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{118}{1+118 (10\%)^2} = 54,12 = 54 \text{ responden}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : perkiraan tingkat kesalahan

Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 54 pengusaha muslim dengan taraf kesalahan 10%. Taraf kesalahan dalam penelitian ini diambil

³ Ibid.,162.

⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 155.

⁵ Syofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 61.

berdasarkan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya yang digunakan dalam penelitian ini serta besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu mengkaji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata.⁶ Variabel tersebut berupa variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah

1. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak dapat berdiri sendiri. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku pengusaha muslim (Y) di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

2. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi variabel lain yang sifatnya berdiri sendiri (variabel terikat).⁷ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persaingan usaha (X₁) dan etika bisnis Islam (X₂).

⁶ Ibid., 47.

⁷ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 9.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi).⁸ Agar lebih terarah dan tidak terjadi salah pengertian pada judul proposal “Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo”, maka perlu dijelaskan tentang definisi dari masing-masing variabel yang diteliti, sebagai berikut:

1. Persaingan Usaha adalah suatu kegiatan bersaing/bertanding diantara pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya didalam memenangkan pangsa pasar/*share market*, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.

Untuk mengukur persaingan usaha, dalam hal ini peneliti menentukan indikator berdasarkan daya saing dalam berusaha, yaitu: daya saing kualitas, daya saing harga, daya saing marketing, dan daya saing jaringan kerja, sebagaimana dikutip oleh Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung dalam bukunya “*Manajemen Syari’ah dalam Praktek*”. Adapun pernyataanya sebagai berikut:

- Barang yang halal
- Mutu yang baik
- Menjaga mutu barang agar dalam kondisi baik
- Menawarkan barang dengan harga pasaran

⁸ Cholid Narkubo dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Cet. V, (Jakarta Bumi Aksara, 2009), 12.

- Persaingan harga memicu persaingan usaha
- Promosi
- Memilih tempat strategis
- Selektif dalam memilih usaha
- Kerjasama dengan pengusaha lain

2. Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan juga Al-Quran dan Hadits yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw.

Untuk mengukur etika bisnis Islam, dalam hal ini indikator yang digunakan peneliti yaitu aksioma dasar etika bisnis Islam, antara lain: tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran, sebagaimana dikutip dari Muhammad dan R. Lukman Fauroni dalam bukunya *“Visi Al-Quran: tentang Etika dan Bisnis”*.

Adapun pernyataannya sebagai berikut:

- Tidak lalai dalam beribadah meski sibuk bekerja
- Tidak curang dalam berbisnis
- Tidak menimbun barang
- Tidak memaksa pembeli
- Memberi upah kepada pegawai sesuai haknya
- Memenuhi pesanan konsumen sesuai kesepakatan
- Bersikap murah hati dan akrab kepada konsumen

- Jujur dalam menjalankan usaha
- Menjaga amanah orang lain

3. Perilaku pengusaha muslim merupakan segala tindakan atau aktifitas pengusaha yang harus sesuai dengan ajaran agama Islam dan mempunyai konsep yang berbeda yakni keadilan sehingga konsep syariah akan dapat mencapai masyarakat yang adil dan makmur.

Beberapa indikator yang digunakan penulis untuk mengukur variabel perilaku pengusaha muslim, dengan berdasarkan pada perilaku Rasulullah saw. dalam berbisnis yaitu bekerja sebagai ibadah, kreatif, pengetahuan, dan visioner, yang dikutip oleh Malahayati dalam bukunya "*Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*". Adapun pernyataannya sebagai berikut:

- Bekerja untuk memenuhi kebutuhan
- Bekerja untuk mendapatkan rezeki halal
- Memanfaatkan sumber alam menjadi barang bernilai jual
- Inovasi terhadap barang
- Menjalankan usaha dengan sikap berwirausaha yang baik
- Membaca peluang usaha dan menghadapinya
- Tanggap dan tidak menjatuhkan pengusaha
- Siap menghadapi resiko

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Adapun dalam penelitian ini merupakan sebuah problema untuk melihat pengaruh sesuatu treatment atau ingin melihat hubungan antara variabel bebas/independen dengan variabel terikat/dependen. Adapun dalam pengolahan data ini menggunakan metode diantaranya: Metode Analisis Statistik yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi validitas lebih menekankan pada alat pengukuran atau pengamatan. Ketentuan pengujian sebagai berikut :

- apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka indikator dinyatakan valid.
- apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka indikator dinyatakan tidak valid.

Untuk menentukan r_{hitung} dibantu dengan SPSS v. 22.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya.⁹ Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menguji jawaban dari kuisisioner yang telah diuji

⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 100.

validitasnya. Dari hasil uji validitas apabila ada item-item yang tidak valid maka tidak dimasukkan dalam uji reliabilitas.

Pengujian reliabilitas dapat diuji dengan rumus *Alpha Cronbach* dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan terhadap skor total.¹⁰ Untuk menentukan reliabilitas dapat dibantu dengan program SPSS v.22.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir
- σ_1^2 = Varian total

Kriteria:

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel dan jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ instrumen tidak reliabel. Menurut Sekaran, pengambilan keputusan untuk reliabilitas sebagai berikut:

- 1) *Cronbach Alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk
- 2) *Cronbach Alpha* 0,6 – 0,79 = reliabilitas diterima
- 3) *Cronbach Alpha* 0,8 = reliabilitas baik

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

G. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan. Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari *multikolinieritas*, *heteroskedastisitas*, dan *normalitas*.¹¹

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah angket yang disebar terdistribusi normal apa tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* $\geq 0,05$ maka terdistribusi normal dan sebaliknya.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan antara variabel

¹¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 57.

absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Jika nilai signifikansi hasil korelasi lebih dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinieritas

Multikolinier digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi.¹² Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

- a. Jika, VIF 5 maka tidak terdapat dimultikolinier.
- b. Jika, *Tolerance* 0,1 maka tidak terdapat dimultikolinier.

H. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang dihimpun pada penelitian ini adalah data yang terkait mengenai persaingan usaha dan etika bisnis Islam yang mempengaruhi perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

2. Sumber Data

Sumber data berisi tentang uraian dari mana data diperoleh berdasarkan karakteristik dan klasifikasi yang dibutuhkan dalam

¹² Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, 39.

penelitian.¹³ Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.¹⁴ Dalam hal ini data yang diperoleh dari pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.¹⁵ Sumber data sekunder yang dimaksud adalah buku-buku literatur, internet, dan sumber lain yang berkaitan dengan objek penelitian.

I. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode, diantaranya:

¹³ Fakultas Syari'ah UIN Sunan Ampel, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel* (Surabaya: Fakultas Syari'ah UIN Sunan Ampel, 2014), 9.

¹⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, 103.

¹⁵ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta; PT. Bumi Aksara, 2004), 19.

1. Kuesioner

Teknik ini merupakan bentuk alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pernyataan kepada responden, maka peneliti dapat menghimpun data yang relevan agar memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.¹⁶

Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon pengusaha mengenai persaingan usaha dan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

Model jawaban pada kuesioner menggunakan *skala likert* yang merupakan metode untuk mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuan terhadap suatu subjek, objek, atau kejadian tertentu. Adapun pemberian skor dari setiap pernyataan yang digunakan untuk menguji setiap variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

| No | Kode | Alternatif Jawaban | Skor |
|----|------|---------------------|------|
| 1 | SS | Sangat Setuju | 5 |
| 2 | S | Setuju | 4 |
| 3 | N | Netral | 3 |
| 4 | TS | Tidak Setuju | 2 |
| 5 | STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

¹⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, 151.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan dan mempelajari informasi data-data yang diperoleh melalui kearsipan, buku, jurnal, artikel maupun situs internet yang mendukung penelitian.¹⁷ Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yaitu berupa dokumen mengenai gambaran umum lokasi penelitian yaitu Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

3. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian.¹⁸ Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung ke tempat yang akan dituju yakni tempat usaha pengusaha muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo.

J. Teknis Analisis Data

Teknis analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian.¹⁹ Data yang telah didapat dari lapangan dianalisis dengan beberapa metode:

¹⁷ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127.

¹⁸ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, 42.

¹⁹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, 163.

1. Metode deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi gambaran dari karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis usaha, dan lama berusaha.
2. Metode kuantitatif yaitu analisis yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku pengusaha muslim di desa Kureksari yang dipengaruhi oleh persaingan usaha dan etika bisnis dalam Islam.

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yakni menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya dua atau lebih. Bentuk persamaan regresi dengan dua variabel independen adalah:²⁰

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = perilaku pengusaha muslim

α = nilai konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel antara X_1 dan Y

b_2 = koefisien regresi variabel antara X_2 dan Y

X_1 = persaingan usaha

X_2 = etika bisnis Islam

²⁰ Ibid., 508.