BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian secara kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. ⁵⁷

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk melakukan uji hipotesis yang telah ditetapkan melalui pengumpulan data lapangan yang selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan prosedur statistik. Dengan penelitian ini dapat dibuktikan pengaruh praktik bisnis Nabi Muhammad saw terhadap motivasi untuk menjadi wirausahawan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dalam penelitian ini dimulai tanggal 20 Oktober sampai 5 Desember 2014, tempat penelitian ini di kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Jl. Jend Ahmad Yani 117 Surabaya.

-

Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntasi dan Manajemen*, Edisi Pertama (Yogyakarta: BPFE, 2011), 14.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Istijanto, populasi diartikan sebagai "jumlah keseluruhan semua anggota yang diteliti". Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2011. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya dianggap mewakili populasi. Dalam penelitian ini menghitung besarnya sampel menggunakan rumus Slovin⁵⁸

Rumus:
$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n = Jumla<mark>h a</mark>n<mark>gg</mark>ota sam<mark>pel</mark>

N = Jum<mark>lah</mark> anggota populasi

= error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1 (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

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

$$n = \frac{183}{1 + (183 \times 0.05^2)}$$

n = 125 Responden

Dari pendapat di atas jumlah sampel yang diambil untuk penelitian sebanyak 125 sampel yang merupakan 5% dari populasi. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan teknik *Probability Sampling*. Metode ini merupakan metode pemilihan sampel dengan memberikan kesempatan yang sama pada setiap elemen

58 Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2011), 158.

populasi untuk terpilih sebagai sampel. Metode pemilihan sampel secara acak (*Probability Sampling*) ini lebih memungkinkan untuk memperoleh sampel yang representatif dibandingkan dengan pemilihan sampel secara tidak acak (*Non Probability Sampling*).⁵⁹

D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiono variabel merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut lalu ditarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- 1. Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah praktik bisnis Nabi Muhammad saw (X).
- Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel eksogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah motivasi menjadi wirausahawan (Y). 61

E. Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan penentuan *construct* (pengukuran variabel) sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi

 $^{^{59}}$ Nur Indrianto dan Bambang Supomo, $Metodologi\ Penelitian\ Bisnis$. .. , 121.

⁶⁰ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfa Betha, 2003), 32.

Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), 57.

operasional ini menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalisasikan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.⁶² Dengan kata lain, definisi operasional ini akan memberikan informasi mengenai variabel yang telah diidentifikasi, pengukuran variabel, dan skala atau ukuran yang digunakan.

Definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Praktik bisnis Nabi Muhammad saw (X)

Praktik bisnis yang baik, santun, etis serta tidak melanggar dari ajaran-ajaran Islam telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw. Nabi Muhammad saw telah mengajarkan prinsip-prinsip bisnis yang terpuji serta memberikan kunci sukses keberhasilan dalam berbisnis yang berkah. Variabel Praktik bisnis Nabi Muhammad saw ini akan diukur dengan menggunakan indikator:

- a. Perjalanan bisnis Nabi Muhammad saw sejak dini hingga dewasa
 - Perbandingan masa hidup Nabi Muhammad saw antara bisnis dan kenabian. Bisnis selama 25 tahun, sedangkan menjadi Nabi 23 tahun.

Nur Indrianto dan Bambang Supomo, Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi 1 (Yogyakarta: BPFE, 2011), 69.

- Meskipun Nabi Muhammad saw tidak memiliki uang untuk berbisnis sendiri, tetapi beliau mendapatkan modal dari janda kaya yang bernama Khadijah
- 3. Nabi Muhammad saw mengelola dana-dana Ṣāḥib al-Māl dengan sisitem muḍārabah dan memperoleh bagi hasil sebagai muḍārib
- 4. Sebelum menikah, Nabi Muhammad saw adalah *project manager* bagi Khadijah, setelah menikah menjadi *joint owner* dan *supervisor* bagi agen-agen perdagangan Khadijah.
- b. Prinsip-prinsip bisnis Nabi Muhammad saw
 - 1. Fakta sejarah menjelaskan, praktik bisnis dan muamalah Nabi

 Muhammad saw selalu dilandasi dengan prinsip-prinsip yang santun dan etis.
 - 2. Nabi Muhammad saw melayani pembeli sepenuh hati dan menganjurkan umatnya untuk menerapkan sikap itu.
 - 3. Penjual yang jujur dan dapat dipercaya akan dimasukkan ke dalam golongan para Nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada.
 - Saling menjaga atau melindungi diri dari praktik bisnis dan muamalah yang diharamkan adalah hak, bahkan kewajiban setiap muslim.
 - 5. Dilarang membeli barang dengan cara menghadang orang yang membawa barang untuk dijual di pasar dengan tujuan memperoleh harga yang murah dan akan dijual dengan harga yanag mahal atau yang disebut dengan *Bai' Najashi*.

c. Strategi sukses bisnis Nabi Muhammad saw

- Tanggung jawab yang diterima oleh seseorang, yang kepadanya diberikan kepercayaan dapat melaksanakannya sebagaimana yang dituntut tanpa mengabaikannya merupakan cerminan sifat *amanah* Nabi Muhammad saw dalam berbisnis.
- 2. Nabi Muhammad saw dikenal sebagai komunikator ulung. Agar ucapannya dapat dimengerti dan dipahami dengan baik, beliau sering mengulangi perkataannya hingga kedua kalinya.

d. Perintah Nabi Muhammad saw untuk berwirausaha

- 1. Nabi Muhammad saw bermotivasi tinggi untuk meningkatkan tarap hidup ekonominya. Perdagangan adalah usaha yang dipilihnya.
- 2. Nabi Muhammad saw memberikan dukungan kepada sahabat untuk berusaha mencari karunia-Nya.
- 3. Landasan bersunguh-sungguh dalam bekerja atau berbisnis adalah keimanan kapada Allah dan Rasul-Nya.

Skala pengukuran yang digunakan dalam variabel ini adalah jenis skala *Guttman*. Skala *Guttman* merupakan skala yang memiliki dua interval, yaitu benar atau salah. Penelitian menggunakan skala *Guttman* dilakukan apabila ingin mendapatkan jawaban yang ditanyakan. Skala *Guttman* dalam penelitian ini akan dibuat dalam bentuk *checklist*. Tingkat pengetahuan responden tentang praktik bisnis Nabi Muhammad saw dinilai dengan kuesioner berisi 14 pertanyaan. Apabila jawaban responden

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2010), 139.

benar, maka akan diberi nilai 1. Sedangkan, apabila jawaban responden salah, maka akan diberi nilai 0. Jumlah total skor apabila jawaban responden benar semua yaitu 14.

2. Motivasi menjadi wirausahawan (Y)

Motivasi menjadi wirausahawan dalam pandangan Islam adalah dorongan yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan usaha secara mandiri dengan cara mengkombinasikan faktor-faktor sumber daya alam, tenaga kerja, dan material yang dibangun atas dasar hukum Allah Swt.⁶⁴ Variabel motivasi menjadi wirausahawan ini akan diukur dengan menggunakan indikator, indikator tersebut berisi penilain responden dalam menggambarkan pribadi yang mereka miliki sesuai dengan karakteristik wirausahawan muslim, yaitu sebagai berikut:

- 1. Memiliki kepercayaan pada kemampuan diri sendiri.
- 2. Memiliki kemandirian atau ketidaktergantungan dengan orang lain.
- 3. Memiliki daya kreasi dan inovasi.
- 4. Memiliki keberanian dalam mengambil risiko.
- 5. Memiliki motif berprestasi yang tinggi.
- 6. Memiliki jiwa kepemimpinan
- 7. Selalu berorientasi ke masa depan.
- 8. Selalu menyukai dan menyadari adanya ketetapan Allah Swt dan perubahan dalam peningkatan kualitas kehidupan.

-

⁶⁴ Aripin, Strategi Dakwah H.Dasuki dalam Membangun Wirausaha Muslim Di Wilayah Cakung Jakarta Timur (Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri IAIN Walisongo, 2011), 30.

- 9. Selalu berusaha meningkatkan ilmu dan keterampilan.
- 10. Berupaya dengan sungguh-sungguh agar bermanfaat bagi orang lain.
- 11. Memiliki komitmen terhadap pemberdayaan atau tanggung jawab sosial.
- 12. Suka menyambung tali silaturahmi.
- 13. Segala aktifitas yang dilakukan senantiasa dilandasi dengan niat ibadah kepada Allah Swt.
- 14. Memiliki keyakinan yang kukuh terhadap kebenaran agama sebagai jalan keselamatan, sehingga membuat setiap usaha yang dilakukan sebagai zikir dan bertawakkal, serta bersyukur pasca usahanya.

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator dari variabel motivasi menjadi wirausahawan adalah jenis skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. ⁶⁵ Akan tetapi skala *Likert* yang akan digunakan telah dimodifikasi, yaitu dengan menghilangkan jawaban tengah (ragu-ragu). ⁶⁶ Hal ini dikarenakan:

- a. Memungkinkan sering memiliki arti ganda (*multiple* interpretable)
- b. Menimbulkan kecenderungan menjawab pada jawaban raguragu (central tendency effect)

⁶⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan . . . , 134

⁶⁶ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* . . . , 67.

56

c. Tidak dapat menunjukkan kecenderungan bagaimana pendapat

responden ke arah setuju atau tidak setuju, sehingga banyak

data penelitian dan informasi pada penelitian yang tidak dapat

ditangkap oleh peneliti.

Dengan demikian, jawaban setiap item instrument yang berupa

pernyataan tersebut mempunyai empat tingkatan dari sangat setuju hingga

sangat tidak setuju, serta setiap tingkatan akan diberi skor masing-masing

untuk keperluan analisis kuantitatif. Berikut ini merupakan contoh skala

pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Sangat tidak setuju (STS)

: diberi skor 1

Tidak setuju (TS)

: diberi skor 2

Setuju (S)

: diberi skor 3

Sangat Setuju

: diberi skor 4

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki

skala atau satuan yang berbeda. Simamora menjelaskan apabila data dalam

penelitian menggunakan skala yang berbeda, untuk memperoleh

kesempatan yang sama, maka setiap variabel perlu distandarisasikan

terlebih dahulu. Metode yang digunakan untuk menstandarisasikan

variabel tersebut disebut dengan Standarized variables, yaitu variabel-

variabel yang datanya telah distandarisasi dengan standar deviasi masing-

masing variabel, baik variabel endogen maupun variabel eksogen.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrument pengukur dikatakan valid, apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Sehingga, uji validitas instrument ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar itemitem instrument dalam penelitian ini mewakili indikator yang diukur. Untuk menguji validitas alat ukur dalam penelitian ini, dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) release 18 dengan teknik analisis korelasi *Bivariate Person* (*Product Moment Corelation*).

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dalam penentuan layak tidaknya suatu item yang digunakan, dilakukan uji signifikansi korelasi pada taraf signifikan 0.05. Artinya, suatu item dianggap valid apabila berkorelasi signifikan terhadap skor totalnya. Sehingga, hasil pengukuran uji validitas ini akan menunjukkan valid atau tidaknya pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Apabila suatu alat pengukur digunakan dua kali hingga berulang dilakukan untuk mengukur

.

⁶⁷ Gendro Wiyono, *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17,0 & SmartPLS 2.0* Edisi Pertama (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan STIM YKPN, 2011), 112.

gejala yang sama dan hasil yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable. Oleh karena itu, uji realibilitas ini menunjukkan suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.⁶⁸

Untuk menguji reliabilitas instrument dalam penelitian ini, dilakukan dengan bantuan program SPSS, *release* 18 dengan teknik analisis *Cronbach's alpha*. Sehingga hasil pengujian akan dinyatakan dalam koefisien *Cronbach's alpha*. Koefisien ini beragam antara 0 hingga 1. Apabila koefisien menunjukkan nilai 0,6 atau kurang, secara umum mengindifikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan. Salah satu sifat penting koefisien alfa bahwa nilai yang cenderung meningkat dengan meningkatnya jumlah item skala. Oleh karena itu, koefisien alfa dapat secara buatan atau secara tidak tepat dinaikkan dengan menyertakan beberapa item skala yang tidak diperlukan. 69

G. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sedangkan data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam

Marsi Singarimbun dan Sofian Efendi, Metode Penelitian Survai (Jakarta: LP3ES, 1989), 140.
 Naresh Maholtra, Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan. Jilid 1 (Jakarta: PT Indeks, 2009),

arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan, maupun yang tidak dipublikasikan.⁷⁰

2. Sumber data

Data primer penelitian ini adalah jawaban responden yang diperoleh melalui metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden untuk menjawab beberapa daftar pertanyaan secara tertulis. Data sekunder penelitian ini berupa laporan data yang bersumber dari Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Selain itu, data mengenai praktik bisnis Nabi Muhammad saw diperoleh dari literatur berupa text book, ensiklopedia dan lainnya.

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu sebagai berikut:

a. Studi Lapangan

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan sebagai sampel penelitian. Kuesioner (*Questionnaires*) merupakan daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban para responden.

⁷⁰ Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian* . . . , 12.

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode mengumpulkan dam mempelajari bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian, dapat dilakukan dengan cara mengutip dari berbagai buku, jurnal ilmiah, kajian pusataka serta literatur yang relevan dengan permasalahan dan tujuan yang diangkat dalam penelitian ini.

I. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan proses analisis statistik yang dibantu oleh program komputer yaitu SPSS 18 hal ini dilakukan dengan pertimbangan kecepatan waktu proses dan ketepatan hasil perhitungan yang diperoleh. Berikut teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan tingkat akurasi dan dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel eksogen (praktik bisnis Nabi Muhammad saw (X)) dan variabel endogen (Motivasi menjadi wirausahawan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel (Y)). Dengan persamaan umum regresi linier sederhana adalah: Y = a + bX + e

⁷¹ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), 261.

Dimana:

Y: motivasi menjadi wirausahwan

X: praktik bisnis Nabi Muhammad saw

a: Intercept

b : Koefisien regresi

e: Variabel Pengganggu (koefisien eror)

1.2 Koefisien Determinasi

Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel eksogen (praktik bisnis Nabi Muhammad saw (X)) terhadap variabel endogen (Motivasi menjadi wirausahawan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel (Y)). Besar koefisien determinasi (R^2) didapat dari menguadratkan koefisien korelasi (r). Koefisien determinasi dapat dilambangkan dengan (R^2), dengan rumus: $R^2 = r^2 \times 100 \%$

Keterangan:

R² = Koefisien Determinasi

 r^2 = Koefisien Kolerasi

Sedangkan koefisien kolerasi dapat dihitung dengan rumus:⁷²

$$r = \frac{\text{n.}\Sigma \text{X.Y-}\Sigma \text{X.}\Sigma \text{Y}}{\sqrt{(n.\Sigma \text{X}^2 \text{n-}(\Sigma \text{X})^2.(\text{n.}\Sigma \text{Y}^2-(\Sigma \text{Y})^2)}}$$

⁷² J. Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi*, Jilid II, Ed. 4, (Jakarta: Erlangga, 2001), 201.

1.3 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel eksogen dan endogen keduanya terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak maka dapat dideteksi dengan melihat *normality probability plot*. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.⁷³

1.4 Uji Hipotesis⁷⁴

Uji t

Pengujian t statistik adalah pengujian terhadap variabel eksogen. Uji t akan dapat menunjukkan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hipotesis yang digunakan:

- a) Bila H_0 : $b \le 0$ = variabel eksogen berpengaruh negatif terhadap variabel endogen.
- b) Bila H_0 : b > 0 = variabel eksogen berpengaruh positif terhadap variabel endogen.

⁷³ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000). 214.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

⁷⁴ Anita Mega Utami, "Pengaruh Pembiayaan *Mudharabah* Terhadap Pendapatan BMT Bina Umat Sejahtera Pondok Gede", (Skripsi--Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011), 15-16.

 $\label{eq:Jika-tabel} \mbox{ Jika t tabel} > \mbox{t hitung maka H_0 diterima, berarti variabel eksogen} \\ \mbox{secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel} \\ \mbox{endogen.}$

Dalam pengolahan uji t statistik bertujuan melihat seberapa besar pengaruh variabel eksogen (praktik bisnis Nabi Muhammad saw (X)) terhadap variabel endogen (Motivasi menjadi wirausahawan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel (Y)).

