

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses dari langkah-langkah yang terencana dan sistematis guna mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ada, sehingga dalam melakukan penelitian diperlukan suatu metode yang dipakai sebagai dasar dalam penelitian tersebut agar dicapai tujuan dan maksud dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode deskriptif menurut Nazir (2005:54) penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Menurut Umar (2008:23) penelitian studi kasus adalah penelitian yang rinci mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu dengan cukup mendalam dan menyeluruh termasuk lingkungan dan kondisi masa lalunya. Berdasarkan pengertian di atas, maka alasan peneliti menggunakan studi kasus karena ingin memotret situasi sebagaimana adanya mengenai pelaksanaan diversifikasi produk terhadap penjualan, sedetail mungkin dan selengkap mungkin sesuai dengan kondisi tempat penelitian.

B. Variabel Penelitian

1. Variabel

Kerlinger (1990:48) menjelaskan bahwa konsep mengungkapkan abstraksi yang terbentuk oleh generalisasi dari hal-hal khusus. Lebih lanjut Kerlinger (1990:48) menyatakan bahwa suatu konstruk adalah konsep, akan tetapi dengan pengertian tambahan yakni ia diciptakan atau digunakan dengan kesengajaan dan kesadaran penuh bagi suatu maksud ilmiah yang khusus. Menurut Kerlinger (1990:49) variabel adalah suatu sifat yang dapat memiliki bermacam nilai. Kalau diungkapkan secara berlebihan, variabel adalah sesuatu yang bervariasi. Konstruk adalah hal-hal yang tak teramati sedangkan variabel jika didefinisikan secara operasional adalah hal-hal yang teramati (Kerlinger, 1990:66).

Lebih lanjut Kerlinger (1990:49) menyatakan secara agak longgar, ilmuwan menyebutkan konstruk-konstruk atau sifat-sifat yang mereka pelajari sebagai variabel. Kerlinger juga mengatakan (1990:66) bahwa, “variabel laten adalah suatu utuhan obyek tak teramati yang diduga melandasi variabel-variabel amatan”. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

a. Produk sebelum Diversifikasi

Produk sebelum diversifikasi merupakan produk-produk yang sudah ada bagi perusahaan dan belum mengalami modifikasi atau pembaruan pada produk yang sudah ada tersebut.

b. Produk Baru

Produk baru merupakan produk-produk yang baru bagi perusahaan dan telah mengalami modifikasi dari produk yang sudah ada, duplikasi dari produk pesaing, akuisisi produk, ataupun produk yang benar-benar inovatif.

c. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil dari suatu kegiatan penjualan di dalam perusahaan yang diukur dengan satuan unit. Adanya volume penjualan ini memudahkan perusahaan untuk mengetahui, memperbaiki dan meningkatkan volume penjualan di tahun berikutnya.

d. Omzet Penjualan

Omzet penjualan merupakan suatu nilai dari suatu kegiatan-kegiatan di dalam perusahaan yang diukur dengan satuan nilai mata uang. Adanya omzet penjualan ini memudahkan perusahaan untuk mengetahui seberapa besar nilai nominal dan banyaknya pendapatan yang diterima perusahaan.

Tabel. 3
Variabel, Indikator dan *Item*

Variabel	Indikator	Item
1. Produk sebelum Diversifikasi	1. Jenis produk	1. Macam produk sebelum diversifikasi produk
	2. Jumlah produk	1. Jumlah macam produk sebelum diversifikasi produk
2. Produk Baru	1. Jenis produk	1. Macam produk setelah diversifikasi produk
	2. Jumlah produk	1. Jumlah macam produk setelah diversifikasi produk
3. Volume Penjualan	1. Volume penjualan per unit	1. Volume penjualan sebelum diversifikasi produk (dalam unit) 2. Volume penjualan sesudah diversifikasi produk (dalam unit)
4. Omzet Penjualan	1. Jumlah penjualan dalam Rupiah	1. Nilai penjualan sebelum diversifikasi produk (dalam rupiah) 2. Nilai penjualan sesudah diversifikasi produk (dalam rupiah)

C. Sumber data

Menurut Arikunto (2006:129) menyatakan bahwa sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Adapun sumber data yang digunakan dan dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Merupakan data yang dikutip langsung dari objeknya. Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi dengan sumber pada perusahaan konveksi “Faiza Bordir”. Data Primer yang dapat diperoleh adalah macam produk sebelum diversifikasi dan produk baru, hambatan perusahaan dalam memproduksi produk baru.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya dalam bentuk sudah jadi. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip data dokumenter yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data Sekunder dalam penelitian ini berupa data jumlah volume dan omzet penjualan sebelum dan sesudah diversifikasi produk.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Arikunto (2006:160) merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Penelitian ini memerlukan alat bantu berupa instrumen penelitian dalam hal ini wawancara dan dokumentasi agar data yang diperoleh untuk penulisan menjadi lebih valid. Masing-masing instrument penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara menurut Umar (2008:51) wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Instrumen yang digunakan dapat berupa pedoman wawancara maupun *checklist*. Data yang diperoleh melalui wawancara antara lain hambatan perusahaan dalam memproduksi produk baru.

2. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Arikunto (2006:231) adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Data yang diperoleh adalah data penjualan per jenis produk.

E. Analisis Data

Menurut Indrianto dan Supomo (2009:166) menyatakan analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Pendapat di atas didukung oleh Sugiyono (2011:427) yang menyatakan analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka analisis data yang digunakan adalah :

1. Analisa Rata-rata Pertumbuhan

Metode ini digunakan untuk mengatur *rate of change* (tingkat perubahan) atau pengrata-rata rasio dengan tujuan untuk mengurangi bias disebabkan oleh komponen X yang ekstrim. Dalam analisis *growth mean* variabel-variabel yang dianalisis meliputi variabel produk sebelum diversifikasi, produk baru, volume penjualan, dan omzet penjualan. Tujuannya untuk menghitung rata-rata pertumbuhan volume penjualan dan omzet penjualan, serta untuk menghitung prediksi pertumbuhan volume penjualan dan omzet penjualan. Dengan

menggunakan analisis ini diharapkan pertumbuhan volume dan omzet penjualan dapat diprediksi serta dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan volume penjualan dan omzet penjualan pada tahun berikutnya. Persamaan rata-rata ukur tersebut adalah sebagai berikut:

$$G_m = \sqrt[n]{X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot \dots \cdot X_n} \quad \{\text{Atmaja (2009:19)}\}$$

Di mana :

G_m = Jumlah rata-rata pertumbuhan
 X_n = Nilai pada tahun ke-n

2. Metode *Least Square*

Metode ini digunakan untuk mengetahui estimasi penjualan dari masa yang akan datang dengan cara meminimumkan kuadrat dari data atau angka-angka yang ada yaitu dengan mengurangi setiap angka dengan angka yang menunjukkan tahun pertengahan dalam *time series*. Dalam analisis *least square estimation* variabel-variabel yang dianalisis meliputi variabel produk lama, produk baru, volume penjualan, dan omzet penjualan. Tujuannya untuk memprediksi volume dan omzet penjualan perusahaan konveksi “Faiza Bordir” pada tahun 2012-2016. Dengan menggunakan analisis ini diharapkan pertumbuhan volume dan omzet penjualan dapat diprediksi serta dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan volume penjualan dan omzet penjualan pada tahun berikutnya. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Y = a + b.x + \dots \{\text{Adisaputro dan Asri (2004:158)}\}$$

Di mana :

Y = Nilai trend pada tahun tertentu

x = Nilai variabel *independent* dalam analisis *trend* adalah waktu

a = Nilai trend periode dasar, $a = \Sigma y : n$

b = Lereng jaring *trend* $\Sigma x.y : \Sigma x^2$

n = Jumlah data

3. Koefisien Korelasi Linier Sederhana

Analisis ini meliputi pengukuran arah dan kekuatan suatu hubungan linier antara dua variabel, arah dan kekuatan hubungan ini dinyatakan dalam koefisien korelasi (Atmaja, 2009:165). Analisis korelasi ini digunakan untuk menghitung arah dan kekuatan hubungan antara variabel X yaitu diversifikasi produk terhadap variabel Y yaitu volume dan omzet penjualan. Dengan menggunakan teknik ini maka diharapkan dapat diketahuinya hubungan antara diversifikasi produk dengan volume dan omzet penjualan, apabila ada suatu hubungan, seberapa erat hubungan tersebut sehingga pada akhirnya nanti penulis akan memperoleh gambaran tentang diversifikasi produk yang dilaksanakan pada perusahaan “Faiza Bordir” dapat berpengaruh terhadap volume dan omzet penjualan. Menurut Atmaja (2009:169) adapun formulasi rumus yang digunakan adalah :

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

Di mana :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah pasangan data

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Atmaja (2009:177) menyatakan analisis regresi linier berganda merupakan analisis bentuk dan tingkat hubungan antara satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Sejalan dengan tujuan penelitian, maka analisis regresi linier berganda ini semata-mata untuk mengetahui besar pengaruh, tidak di uji secara statistik (statistik deskriptif), karena analisis dilakukan pada level *item*.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, sehingga penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Dengan demikian peramalan dinyatakan dalam dua persamaan yaitu dalam persamaan pertama analisis regresi linier berganda ini variabel-variabel yang dianalisis meliputi variabel mukenah, kebaya, busana muslim dewasa, busana muslim anak-anak, kemeja dewasa, *long dress*, dan sepatu bordir terhadap volume penjualan. Dalam persamaan kedua variabel-variabel yang dianalisis meliputi variabel mukenah, kebaya, busana muslim dewasa, busana muslim anak-anak, kemeja dewasa, *long dress*, dan sepatu bordir terhadap omzet penjualan. Kedua persamaan tersebut dapat dipilih salah satu untuk dianalisis peramalannya yang mengacu pada variabel volume penjualan dan omzet penjualannya. Menurut Atmaja

(2009:177) formulasi dan analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Di mana :

Y' = Nilai Y prediksi

a = Bilangan konstanta

X_1 = Variabel bebas 1

X_2 = Variabel bebas 2

b_1 = Koefisien regresi variabel bebas 1

b_2 = Koefisien regresi variabel bebas 2

e = Kesalahan prediksi (*error*)

