

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Survei. Dimana penelitian ini memaparkan secara kuantitatif kecenderungan opini atau sikap dari suatu populasi tersebut dengan meneliti sampel tersebut. Penelitian survei merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan atau mengukur data dengan menggunakan beberapa instrumen yaitu kuisioner. (Hendri dan Devi, 2013: 57)

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Karangobar Kecamatan Karangobar Kabupaten Banjarengara.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (20011: 109) bahwa populasi merupakan jumlah keseluruhan subyek penelitian. Demikian pula Singarimbun dan Effendi (2010: 152) mengemukakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang akan diduga. Dalam penelitian ini menggunakan dua versi responden, yaitu respondeng pedagang untuk menilai etika bisnis dan responden dari konsumen untuk menilai perilaku pedagang. Populasi pedagang dala penelitian ini adalah seluruh pedagang di pasar Karangobar sebanyak 680 orang, sedangkan populasi dari konsumen adalah belum diketahui secara pasti jumlahnya (infintive).

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2014: 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menetapkan besarnya sampel untuk pedagang dalam penelitian didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin. Dalam penggunaan Rumus Slovin menurut Ridwan dan Sunarto (2007: 65) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

N = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (persen kelonggaran karena ketidak telitian pengambilan sampel populasi) sebanyak 10%

Berdasarkan rumus tersebut maka besarnya sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{680}{1 + 680 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{680}{1 + 680 (0,01)}$$

$$n = \frac{680}{1 + 6,8}$$

$$n = \frac{680}{7,8}$$

n = 87,1 dibulatkan menjadi 87

Bahwa jumlah sampel responden konsumen dalam penelitian ini adalah mengikuti jumlah sampel pada responden pedagang. Dengan demikian bahwa jumlah sampel responden konsumen adalah 87 orang.

Pedagang dan konsumen yang beradap di pasar Karangobar terdapat berbagai macam dan jenisnya oleh karena itu peneliti akan

menentukan jumlah responden pedagang dan konsumen dari tiap jenis barang dagangan. Berdasarkan jumlah sampel maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Kasifikasi Sampel Penelitain

No	Jenis Pedagang	Jumlah Sampel	Jenis Konsumen	Jumlah Sampel
1	Pedagang Pakaian	15	Pedagang Pakaian	15
2	Pedagang Sayur	10	Pedagang Sayur	10
3	Pedagang Sepatu & Sandal	10	Pedagang Sepatu & Sandal	10
4	Pedagang Sembako	15	Pedagang Sembako	15
5	Pedagang Pecah Belah	15	Pedagang Pecah Belah	15
6	Pedagang Asesoris	5	Pedagang Asesoris	5
7	Pedagang Buah	10	Pedagang Buah	10
8	Pedagang Beras	7	Pedagang Beras	7

Penentuan sampel untuk pedagang menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Responden adalah pedagang beragama Islam
2. Responden adalah pedagang yang sudah melakukan aktivitas berdagang selaa 5 tahun ataupun lebih.
3. Responden adalah pedagang yang melakukan aktivitas berdagang sebagai pokok .

Berikut adalah kriteria meilih responden konsumen sebagai berikut:

1. Responden adalah konsumen yang beragama Islam
2. Responden adalah konsumen yang berkunjung ke Pasar Karangobar dan telah melakukan pembelian lebih dari sekali.

D. Sumber Data

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.
2. Data sekunder yaitu data tambahan yang diperoleh dari dokumentasi yang dapat dikaitkan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan.

2. Kuesioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2003) Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angket dengan menggunakan skala likert untuk memperoleh data yang akan diberikan kepada responden yaitu Pedagang di Pasar Karangobar selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5 sebagai berikut:

Sangat setuju dengan nilai : 5

Setuju dengan nilai : 4

Kurang setuju dengan nilai : 3

Tidak setuju dengan nilai : 2

Sangat tidak setuju dengan nilai : 1

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek peneliti. (Sugiyono, 2014: 118) kriteria yang digunakan untuk uji validitas adalah apabila nilai *pearson correlation* (r) $\geq 0,03$ atau $\text{sig} < 0,05$ dinyatakan valid begitupun sebaliknya apabila $r \leq 0,30$ atau $\text{sig} > 0,05$ dinyatakan Invalid . (Suliyanto, 2005: 42)

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari kuesioner dalam mengamati gejala yang sama di lain kesempatan. Uji reliabilitas ini didasarkan pada ketentuan bahwa apabila nilai *alphacronbach* $> 0,60$ maka dinyatakan inreliabel. (Ashari, 2005: 251)

G. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel etika bisnis Islam (X) dan perilaku pedagang Muslim (Y), dengan cara menghitung rerata (*mean*) dari masing-masing variabel penelitian.

Nilai rata-rata yang diperoleh selanjutnya dibutuhkan kriteria penilaian baru dengan menggunakan rumus sebagai berikut: (Supranto, 2011)

$$i = \frac{bk_t - bk_r}{k}$$

Keterangan:

i = Interval

bkt = Skor jawaban tertinggi

bkr = Skor jawaban terendah

k = Klasifikasi jawaban

jadi perhitungannya adalah :

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Setelah besarnya interval diketahui kemudian dibuat rentang skalanya sehingga kategori nilai yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Kategori penilaian Variabel

Rata-rata skor jawaban	Kategori Penilaian Variabel
4,21 – 5,00	Sangat baik
3,41 – 4,20	Baik
2,61 – 3,40	Kurang baik
1,81 – 2,60	Tidak baik
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik

2. Regresi Linear Sederhana

Selain itu juga digunakan regresi linear sederhana dengan menggunakan *software SPSS Versi 20* dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n + e. \text{ (Ali S. A., 2006: 250)}$$

Dimana:

Y = Dependent Variabel

a = Intercept

x1...xn = Independent Variabel

$\beta_1 \dots \beta_n$ = Koefisien regresi

e = eror

Apabila model tersebut kemudian di kondisikan dengan penelitian ini, sehingga di peroleh persamaan regresi linear sederhana dalam bentuk perkiraan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + e$$

Dimana:

Y = Perilaku Pedagang Muslim

a = Nilai Konstan

b = Koefesien Regresi

X_1 = Etika Bisnis

E = eror

Hasil perhitungan akan di uji dengan menggunakan uji t (uji persial) pada tingkat kepercayaan 95% ($=0,05$) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $\text{sig.} < 0,05$ maka hipotesis diterima
2. Jika $\text{sig.} > 0,05$ maka hipotesis ditolak