

III. METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibuat sebagai studi mengenai organisasi industri yang mencakup kajian dan struktur pasar industri anyaman sangkar burung dalam wilayah persaingan produk yaitu kecamatan Natar. Penentuan sampel di desa Haduyang menggunakan metode *purposive sampling*, sebanyak 22 desa dan terdapat 61 perusahaan yang ada dalam wilayah kecamatan Natar. Kemudian akan dipilih desa dengan pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan sentra industri dan memiliki pengusaha sangkar burung terbesar. Dengan melihat pertimbangan tersebut maka lokasi penelitian yang dipilih adalah desa Haduyang Kecamatan Natar, Lampung Selatan dengan jumlah pengusaha yang ada sebanyak 25. Diharapkan desa Haduyang dijadikan sampel akan mewakili seluruh populasi.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti di dalam suatu penelitian, apabila peneliti ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 25 pengusaha yang terdiri dari 5 pengusaha besar, 10 pengusaha sedang dan 10 pengusaha kecil.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Teknik pengumpulan data, dimana peneliti mengadakan penelitian secara langsung. Pada obyek yang diteliti sebagai sumber pengusaha industri kerajinan sangkar burung dengan menggunakan kuisioner. Data primer yang dikumpulkan antara lain : aset perusahaan, biaya oprasional, nilai penjualan rata-rata perbulan, keuntungan yang diraih perusahaan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari buku atau sumber yang terkait. Data sekunder yang dikumpulkan antara lain jenis industri kecil dan menengah Kabupaten Lampung Selatan tahun 2013, jumlah industri di Kecamatan Natar tahun 2013, pengusaha industri anyaman sangkar burung di Kecamatan Natar Lampung Selatan, pengusaha industri anyaman sangkar burung di Desa Haduyang Kecamatan Natar Lampung Selatan. Data sekunder bersumber dari Disperindag Provinsi Lampung tahun 2013. Kantor Kecamatan Natar dan Balai Desa Haduyang Kecamatan Natar.

D. Definisi Variabel

1. Struktur pasar

Struktur pasar menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan. Variabel yang digunakan dalam struktur pasar yang digunakan antara lain :

- a) Konsentrasi : Merupakan indikator tingkat persaingan di pasar
- b) Pangsa pasar : Merupakan sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan dan berkisar antara 0 sampai 100% dari total penjualan seluruh pasar.

2. Dalam mengukur kinerja industri menggunakan alat indeks profitabilitas.

Profitabilitas adalah Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas akuntansi yang dilakukan perusahaan. menyatakan bahwa profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan dalam perusahaan.

Ukuran kinerja finansial memberikan petunjuk apakah strategi perusahaan, implementasi, dan pelaksanaannya memberikan kontribusi atau tidak kepada peningkatan laba perusahaan. (Ayuningtiyas, 2013)

E. Alat Analisis

Untuk menganalisis permasalahan maka alat analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1. Untuk mengukur derajat struktur pasar dilakukan dengan menggunakan Indeks Herfindhal dan *market share* dengan pengukuran tersebut maka peubah struktur pasar dapat dihubungkan dengan peubah lainnya, dalam hal ini adalah peubah kinerja.

a. Indeks Herfindahl

Indeks Herfindahl adalah ukuran konsentrasi produksi dalam industri yang dihitung sebagai jumlah kuadrat dari pangsa pasar masing-masing perusahaan. Alat analisis ini bertujuan untuk mengetahui derajat konsentrasi pembeli dari suatu wilayah pasar. Dalam mengukur konsentrasi industri formula yang dipakai oleh Orris C. Herfindahl sebagai berikut :

$$IH = \sum_{i=1}^{n-k} \left(\frac{x_i}{T}\right)^2$$

Keterangan:

n = jumlah perusahaan yang terdapat dalam suatu industri

x = nilai penjualan rata-rata perbulan (RP)

T = total nilai penjualan rata-rata perbulan dalam industri (RP)

IH = Indeks Herfindahl

Sumber: Hasibuan, (1994)

b. Pengukuran Pangsa Pasar

Pangsa pasar menunjukkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualannya. Masing-masing perusahaan mempunyai pangsa pasar yang berbeda-beda yaitu antara 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar suatu industri dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100$$

Di mana: MS_i adalah pangsa pasar perusahaan i (%), S_i = penjualan perusahaan i (rupiah) dan S_{tot} = penjualan total seluruh perusahaan (rupiah).

Sumber : Kirana Jaya, (2001)

2. Untuk pengukuran kinerja industri menggunakan alat profitabilitas dan dilanjutkan dengan uji signifikansi rata-rata

Indeks Profitabilitas

$$(IP) = \frac{\pi}{C} \times 100\%$$

Keterangan :

- π = profitabilitas rata-rata perbulan yang diperoleh perusahaan industri sangkar burung
- C = biaya total rata-rata perbulan yang dikeluarkan oleh perusahaan industri Sangkar Burung

Untuk mencari laba profitabilitas formula yang dipakai menurut sadono sukirno 1995

$$\pi = TR - TC$$

TR = hasil penjualan total yang diterima perusahaan perusahaan sangkar burung

Pada berbagai tingkat produksi

TC = jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membeli input tetap yang digunakan dalam proses produksi dan biaya yang dibelanjakan untuk membeli input pada perusahaan sangkar burung.

Perhitungan untuk uji signifikansi rata-rata ,yang dipakai sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{\bar{x}_1 - \mu}{s/\sqrt{n}}$$

Keterangan :

- \bar{X}_1 = rata- rata indeks profitabilitas dari perusahaan industri sangkar burung
- μ = Target Profitabilitas dari (34,95%)
- s = standar Deviasi
- n = Jumlah Perusahaan

Rumus:

$$t \text{ tabel} = t(a,n-1)$$

Rumusan hipotesis statistik adalah :

- $H_0 : \mu \leq 34,95\%$
- $H_a : \mu > 34,95\%$

Dimana \bar{X}_1 adalah rata-rata profitabilitas dari 10 perusahaan industri anyaman sangkar burung

- $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan)
- $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan)

Sumber : Dixon, W dan Massey, (1997)

3. Untuk menghitung pengukuran hubungan korelasi antara variabel struktur pasar (konsentrasi) dan variabel kinerja (profitabilitas rata-rata n perusahaan terbesar

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = koefisien korelasi
- N = jumlah pengamatan
- X = pangsa pasar perusahaan terbesar (persen)
- Y = kinerja perusahaan dalam industri (persentase profitabilitas perusahaan terbesar)

Rumusan Hipotesis Statistik :

$$H_0 : R_{xy} = 0$$

$$H_a : R_{xy} \neq 0$$

Korelasi pearson dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari angka (-1 ≤ r ≤ 1). Apabila (r = -1) maka korelasi negatif tertinggi (r = 0) artinya tidak ada korelasi ,dan (r = 1) berarti korelasi positif tertinggi untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel x terhadap variabel Y menggunakan uji t dengan

Rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t \text{ tabel} = t(\alpha/2, n - k - 1)$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi hasil perhitungan
- n = jumlah sampel

Dengan kinerja pengujian adalah apabila t hitung positif maka berlaku :

- t hitung $\leq t$ tabel = H_0 diterima, H_a ditolak (korelasi tidak signifikan)
- t hitung $> t$ tabel = H_0 ditolak, H_a diterima (korelasi signifikan)

apabila t hitung negatif maka berlaku :

- t hitung $\geq t$ tabel = H_0 diterima, H_a ditolak (korelasi tidak signifikan)
- t hitung $< t$ tabel = H_0 ditolak, H_a diterima (korelasi signifikan)

Sumber : Husein Umar, (2007)