

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Wisata Pantai Pasir Putih Kabupaten Trenggalek

Pantai Pasir Putih merupakan salah satu tempat wisata dari sekian banyak wisata yang ada di Kabupaten Trenggalek. Pantai Pasir Putih merupakan objek wisata yang dikelola oleh Unit Teknis Dinas (UPTD) pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Trenggalek.

Pantai Pasir Putih terletak 3 km dari Pantai Prigi tepatnya di Jalan Raya Pantai Prigi Dusun Karanggongso, Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Pantai ini terkenal dengan Pasir putihnya sepanjang 1,5 km, air yang jernih dan tenang sebagai tempat mandi dan berjemur bagi para pengunjung. Dipantai ini tersedia Pondok Prigi, Cotage, Persewaan Perahu dan Motor Boat. Dipantai ini juga terdapat permainan Banana Boat, Rumah Apung ditengah laut sebagai penangkaran penyu, Ikan Kerapu dan juga untuk tempat persinggahan dan ber-Snorkling ria. Dipasir putih juga ada persewaan ban untuk bermain dipantai selain itu pengunjung juga bisa menyewa perahu wisata untuk menuju spot-spot menarik seperti Gua Merah, Pulau Rendeng, Karang bintang. Untuk tiket masuk pada

hari biasa (senin-jumat) sebesar Rp.7.500 per orang Sedangkan hari libur sebesar Rp. 10.000 per orang.⁷⁵

2. Letak Geografis Objek Penelitian

Desa Tasikmadu merupakan wilayah pesisir pantai laut selatan, yang berada di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, Provinsi Jawa Timur. Desa ini terletak pada kuadran $111^{\circ}43'08''$ dan $111^{\circ}60'80''$ Bujur Timur (BT) serta $8^{\circ}14'43''$ dan $8^{\circ}24'00''$ Lintang Selatan (LS). Dengan batas wilayah meliputi :⁷⁶

- a. Sebelah Utara : Desa Keboireng Kabupaten Tulungagung
- b. Sebelah Selatan dan Timur : Samudra Hindia
- c. Sebelah Barat : Desa Prigi Kecamatan Watulimo

3. Fasilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Trenggalek

Pantai Pasir Putih merupakan objek wisata yang selalu mengutamakan kenyamanan dan ketentraman para pengunjung dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat dinikmati. Fasilitas inilah yang merupakan faktor yang dapat menumbuh kembangkan objek wisata ini. Adapun fasilitas-fasilitas yang ada yaitu :

- a. Stand depot makan

Stand depot makan merupakan fasilitas utama yang ada di Pantai Pasir Putih Trenggalek, dimana disini menyediakan berbagai makanan yang dapat dinikmati pengunjung seperti ikan bakar, bakso ikan dan lainnya. Depot makan ini sangat nyaman bagi

⁷⁵ Data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek

⁷⁶ Lihat Monografi Desa Tasikmadu, diakses tanggal 24 Januari 2019

pengunjung karena dilengkapi dengan fasilitas tempat duduk, meja, kipas angin, dan toilet.

b. Produk olahan ikan

Wisata Pantai Pasir Putih Kabupaten Trenggalek juga menyediakan berbagai macam produk olahan ikan seperti ikan asap, pindang, kerupuk ikan, bakso ikan, nugget ikan, bahan baku petis yang bisa dibuat oleh-oleh saat berkunjung ketempat ini dan harganya sangat terjangkau.

c. Tempat parkir

Fasilitas tempat parkir di Wisata Pantai Pasir Putih terbagi menjadi dua bagian yaitu khusus untuk kendaraan roda empat dan kendaraan roda dua dan dengan pelayanan yang baik serta pengawasan yang ketat.

d. Mushola dan toilet

Mushola dan toilet merupakan fasilitas yang sangat penting karena sebagai tempat beribadah dan juga fasilitas bagi mereka yang habis bermain air untuk berganti pakaian.

e. Perahu wisata

Perahu wisata merupakan fasilitas yang disediakan wisata Pantai Pasir Putih bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan laut bersama keluarga.

f. Jembatan kayu

Merupakan fasilitas yang bisa digunakan untuk berfoto dengan suasana laut yang bagus.

4. Wirausahawan pengolahan ikan di Pantai Pasir Putih Kabupaten Trenggalek

Tabel 4.1

**Data Wirausahawan Pengolahan Ikan di Pantai Pasir Putih
Kabupaten Trenggalek Tahun 2018**

| No | Nama | Alamat | Jenis Olahan |
|----|----------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1 | Subaidah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Bakso, Nugget, Kaki Naga, Tahu |
| 2 | Sarminah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Nugget, Terasi, Abon |
| 3 | Hanafi | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Kerupuk Ikan |
| 4 | Siti Rokayah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Kerupuk Ikan |
| 5 | Saropah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Kerupuk Ikan |
| 6 | Surati | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Bakso |
| 7 | Susanti | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Stik Ikan Dan Amplang |
| 8 | Nawasi | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Bahan Baku Petis |
| 9 | Ida Yuni Wawan | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 10 | Siti Nurjanah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 11 | Yatinah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 12 | Yayuk Sinta | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 13 | Siti alfiah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 14 | Solikah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 15 | Lita Lestari | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 16 | Supiyatun | Ds. Tasikmadu Kec. | Pengasap |

| | | | |
|----|-----------------------|--------------------------------|-------------|
| | | Watulimo | |
| 17 | Katinah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 18 | Suratun | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 19 | Katinem | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 20 | Mujinah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 21 | Samini Dwi Lestari | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 22 | Ita Ariyanti | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 23 | Eka Janita Sari | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 24 | Endang Ningsih | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 25 | Yayuk Susilowati | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 26 | Lina Krisnawati | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 27 | Siti Rukayah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 28 | Mukayah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengasap |
| 29 | Murtini | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 30 | Moni | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 31 | Sumalik | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 32 | Harjono | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 33 | Anik | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 34 | Atim | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 35 | Zainan nuri | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 36 | Rokhaeni | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 37 | Hasan/Sulis. S | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 38 | Toinah/Tomblok | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pengeringan |
| 39 | Umi Solekhah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 40 | Toha Arif S | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |

| | | | |
|----|--------------------|-----------------------------|---------|
| 41 | Marjuni | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 42 | Sutinah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 43 | Ispar | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 44 | Tumiran | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 45 | Katinah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 46 | Supar | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 47 | Kati | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 48 | Midi | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 49 | Tutik | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 50 | Madi | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 51 | Dewi | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 52 | Saijah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 53 | Masduki | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 54 | Yudi/Lilis Solekah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 57 | Sumali | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 55 | Ismiati | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 56 | Danuri | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 58 | Lasidi | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 59 | Solekah | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |
| 60 | Jami | Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo | Pindang |

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Trenggalek

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah wirausahawan pengolahan ikan yaitu 60 pada tahun 2018. Dimana terbagi menjadi beberapa jenis usaha pengolahan ikan seperti bakso, nugget, kerupuk ikan, kaki naga, pengeringan, pengasapan dan pindang.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Data yang digunakan peneliti yaitu data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan yang bersumber dari hasil pengamatan langsung di lokasi penelitian yang kita tuju. Sumber data primer diperoleh dengan cara membagikan sejumlah angket kepada 60 orang responden atau wirausahawan pengolahan ikan di wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek yang bertindak sebagai sampel.

Untuk mempermudah dan mengidentifikasi responden dalam penelitian maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 karakteristik yaitu jenis kelamin, usia dan jenis usaha yang dijalankan.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Prosentase (%) |
|----|---------------|--------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 19 | 32% |
| 2 | Perempuan | 41 | 68% |
| | Total | 60 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa responden didominasi jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 41 dengan prosentase 68%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan wirausahawan pengolahan ikan di Wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo yaitu perempuan.

b. Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia (Tahun) | Jumlah | Prosentase (%) |
|----|--------------|--------|----------------|
| 1 | <20 tahun | - | 0% |
| 2 | 20-29 tahun | 19 | 32% |
| 3 | 30-39 tahun | 26 | 43% |
| 4 | >40 tahun | 15 | 25% |
| | Total | 60 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa responden di dominasi usia 30-39 tahun dengan prosentase 43%. Hal ini bahwa kebanyakan wirausahawan pengolahan ikan di Wisata Pantai Pasir Putih Kabupaten Trenggalek berusia antara 30-39 tahun.

c. Jenis Usaha

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

| No | Jenis Usaha | Jumlah | Prosentase (%) |
|----|----------------------------|--------|----------------|
| 1 | Pengasapan | 20 | 33% |
| 2 | Pindang | 21 | 35% |
| 3 | Pengeringan | 11 | 18% |
| 4 | Kerupuk Ikan | 3 | 5% |
| 5 | Bakso, Nugget, Terasi, dll | 4 | 7% |
| | Total | 60 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa dari 60 responden yang diteliti, karakteristik responden berdasarkan jenis usaha yang mendominasi yaitu usaha pindang yang berjumlah 21 dengan prosentase 35%.

C. Deskripsi data

Berikut ini hasil rekapitulasi kuesioner penelitian untuk masing-masing item pernyataan dari variabel strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia sebagai variabel bebas dan pengembangan usaha sebagai variabel terikat.

Berikut ini tabel hasil dari tiap-tiap butir pertanyaan variabel strategi bauran pemasaran (X1):

Tabel 4.5

Data Deskripsi Variabel Strategi Bauran Pemasaran (X1)

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | |
|------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|-----|----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| X ₁ 1 | 13 | 21,7% | 39 | 65,0% | 8 | 13,3% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₁ 2 | 10 | 16,7% | 37 | 61,7% | 13 | 21,7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₁ 3 | 17 | 28,3% | 43 | 71,7% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₁ 4 | 16 | 26,7% | 30 | 50,0% | 14 | 23,3% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₁ 5 | 16 | 26,7% | 36 | 60,0% | 8 | 13,3% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₁ 6 | 12 | 20,0% | 30 | 50,0% | 14 | 23,3% | 4 | 6,7% | 0 | 0% |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa variabel strategi bauran pemasaran (X1), Produk yang saya jual harus sesuai dengan selera konsumen (X₁1) mendapat respon sebanyak 13 responden (21,7%) menyatakan sangat setuju, 39 responden (65,0%) menyatakan setuju dan 8 responden (13,3) menyatakan netral.

Pada item (X₁2) Produk yang saya jual harus berkualitas demi menciptakan minat pembelian konsumen mendapat respon sebanyak 10

responden (16,7%) menjawab sangat setuju, 37 responden (61,7%) menjawab setuju dan 13 responden (21,7) menjawab netral.

Pada item (X₁₃) Penentuan harga jual produk harus teliti agar tidak mengalami kerugian mendapat respon sebanyak 17 responden (28,7%) menjawab sangat setuju, 43 responden (71,7%) menjawab setuju.

Pada item (X₁₄) Pemberian potongan harga akan meningkatkan pembelian konsumen mendapat respon sebanyak 16 responden (26,7%) menjawab sangat setuju, 30 responden (50,0%) menjawab setuju dan 14 responden (23,3%) menjawab netral.

Pada item (X₁₅) Penentuan tempat usaha atau berjualan harus strategis agar konsumen mudah mendapatkan produk mendapat respon sebanyak 16 responden (26,7%) menjawab sangat setuju, 36 responden (60,0%) menjawab setuju dan 8 responden (13,3%) menjawab netral.

Pada item (X₁₆) Promosi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha untuk membujuk dan menarik konsumen tentang produk yang dijual mendapat respon sebanyak 12 responden (20,0%) menjawab sangat setuju, 30 responden (50,0%) menjawab setuju dan 14 responden (23,3%) menjawab netral dan 4 responden (6,7%) menjawab tidak setuju.

Tabel 4.6
Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (X2)

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | |
|-----------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|-----|----|
| | F | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| X ₂₁ | 11 | 18,3% | 46 | 76,7% | 3 | 5,0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₂₂ | 9 | 15,0% | 43 | 71,7% | 8 | 13,3% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₂₃ | 8 | 13,3% | 32 | 53,3% | 16 | 26,7% | 4 | 6,7% | 0 | 0% |
| X ₂₄ | 9 | 15,0% | 38 | 63,3% | 13 | 21,7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₂₅ | 17 | 28,3% | 42 | 70,0% | 1 | 1,7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₂₆ | 26 | 43,3% | 34 | 56,7% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.6 diketahui bahwa variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (X2), Memiliki kemampuan fisik yang baik akan membantu untuk bekerja secara maksimal (X₂₁) mendapat respon sebanyak 11 responden (18,3%) menyatakan sangat setuju, 46 responden (76,7%) menyatakan setuju dan 3 responden (5,0%) menyatakan netral.

Pada item (X₂₂) Memiliki kesehatan yang baik akan mempermudah menjalankan usaha mendapat respon sebanyak 9 responden (15,0%) menjawab sangat setuju, 43 responden (71,7%) menjawab setuju dan 8 responden (13,3%) menjawab netral.

Pada item (X₂₃) Memiliki pendidikan yang bagus serta pengetahuan teknologi secara baik merupakan hal yang harus dimiliki pengusaha mendapat respon sebanyak 8 responden (13,3%) menjawab sangat setuju, 32 responden (53,3%) menjawab setuju dan 16 responden (26,7%) menjawab netral dan 4 responden (6,7%) menjawab tidak setuju.

Pada item (X₂₄) Memiliki sikap kreatif dan inovatif merupakan hal yang harus dimiliki pengusaha mendapat respon sebanyak 9 responden (15,0%) menjawab sangat setuju, 38 responden (63,3%) menjawab setuju dan 13 responden (21,7%) menjawab netral.

Pada item (X₂₅) Memiliki semangat yang tinggi dan tangguh akan mempermudah menjalankan usaha mendapat respon sebanyak 17 responden (28,3%) menjawab sangat setuju, 42 responden (70,0%) menjawab setuju dan 1 responden (1,7%) menjawab netral.

Pada item (X₂₆) Bersikap jujur dalam menjalankan usaha akan mempermudah usaha yang saya jalankan mendapat respon sebanyak 26 responden (43,3%) menjawab sangat setuju, 34 responden (56,7%) menjawab setuju.

Tabel 4.7

Variabel Pengembangan Usaha (Y)

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | |
|-----------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|----|
| | F | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| X ₃₁ | 11 | 18,3% | 42 | 70,7% | 7 | 11,7% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₃₂ | 8 | 13,3% | 47 | 78,3% | 5 | 8,3% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₃₃ | 10 | 16,7% | 50 | 83,3% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₃₄ | 2 | 3,3% | 24 | 40,0% | 26 | 43,3% | 8 | 13,3% | 0 | 0% |
| X ₃₅ | 14 | 23,3% | 46 | 76,7% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| X ₃₆ | 13 | 21,7% | 47 | 78,3% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa variabel Pengembangan Usaha (X₃), Menumbuhkan rasa ingin tahu dan terus belajar merupakan hal yang penting dalam pengembangan usaha (X₃₁) mendapat respon sebanyak 11

responden (18,3%) menyatakan sangat setuju, 42 responden (70,7%) menyatakan setuju dan 7 responden (11,7%) menyatakan netral.

Pada item (X₃₂) Memiliki komitmen dan tidak mudah putus asa merupakan hal penting dalam pengembangan usaha mendapat respon sebanyak 8 responden (13,3%) menjawab sangat setuju, 47 responden (78,3%) menjawab setuju dan 5 responden (8,3%) menjawab netral.

Pada item (X₃₃) Mampu memanfaatkan peluang serta inovatif merupakan hal yang harus dimiliki pengusaha dalam mengembangkan usahanya mendapat respon sebanyak 10 responden (16,7%) menjawab sangat setuju, 50 responden (83,3%) menjawab setuju.

Pada item (X₃₄) Mengadakan pembukuan dan evaluasi yang jelas untuk mengetahui perkembangan usaha yang dijalankan mendapat respon sebanyak 2 responden (3,3%) menjawab sangat setuju, 24 responden (40,0%) menjawab setuju dan 26 responden (43,3%) menjawab netral dan 8 responden (13,3%) menjawab tidak setuju.

Pada item (X₃₅) Pembinaan dari pemerintah diperlukan dalam hal pengembangan usaha, seperti program pelatihan mendapat respon sebanyak 13 responden (21,7%) menjawab sangat setuju, 47 responden (78,3%) menjawab setuju.

Pada item (X₃₆) Bantuan perkuatan permodalan dari pemerintah diperlukan dalam hal pengembangan usaha mendapat respon sebanyak 14 responden (23,3%) menjawab sangat setuju, 46 responden (76,7%) menjawab setuju.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuisisioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid ketika r-hitung lebih besar daripada r-tabel. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 60 responden. Dari jumlah responden tersebut, dapat diketahui besarnya r tabel adalah 0,2542 ($df = n-2 = 60-2 = 58$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi, data dikatakan valid ketika nilai r-hitung pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,2542. Berikut hasil uji validitas dari masing-masing variabel:

Tabel 4.8

Keputusan Uji Validitas Data

| Variabel | No Item | Corrected Item-Total Correlation | Keterangan |
|------------------------------|---------|----------------------------------|------------|
| Strategi Bauran Pemasaran | P1 | 0,694 | Valid |
| | P2 | 0,826 | Valid |
| | P3 | 0,671 | Valid |
| | P4 | 0,565 | Valid |
| | P5 | 0,742 | Valid |
| | P6 | 0,782 | Valid |
| Kualitas Sumber Daya Manusia | P1 | 0,732 | Valid |
| | P2 | 0,798 | Valid |
| | P3 | 0,782 | Valid |
| | P4 | 0,812 | Valid |
| | P5 | 0,695 | Valid |
| | P6 | 0,615 | Valid |
| Pengembangan Usaha | P1 | 0,766 | Valid |
| | P2 | 0,835 | Valid |
| | P3 | 0,640 | Valid |
| | P4 | 0,671 | Valid |
| | P5 | 0,757 | Valid |

| | | | |
|--|----|-------|-------|
| | P6 | 0,797 | Valid |
|--|----|-------|-------|

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari instrumen Strategi Bauran Pemasaran (X1), Kualitas Sumber Daya Manusia (X2), Pengembangan Usaha (Y) adalah valid. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan nilai r hitung pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r tabel yaitu 0,2542.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen dipergunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9

Keputusan Uji Reliabilitas Data

| Variabel | Cronbach's Alpa | Keterangan |
|------------------------------|-----------------|------------|
| Strategi Bauran Pemasaran | 0,796 | Valid |
| Kualitas Sumber Daya Manusia | 0,827 | Valid |
| Pengembangan Usaha | 0,811 | Valid |

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari daripada 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X1, X2 dan Y adalah realibel.

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian normalitas data, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.⁷⁷ Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov Test dalam aplikasi SPSS, jika nilai Asymp. Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

⁷⁷ Sugiyono, *Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung, Alfabeta, 2011), hal.77

Tabel 4.10**Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|---|----------------|-------------------------|
| N | | 60 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,53406904 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,055 |
| | Positive | ,055 |
| | Negative | -,053 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,427 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,993 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test yang dilakukan, nilai Asymp.sig. (2-tailed) sebesar $0,993 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal karena memiliki signifikan lebih dari 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul akibat adanya kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel kedua yang berada diluar model, untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari uji

multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat diketahui pada gambar di bawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | |
|---------------------------|-------------------------|-------|
| Model | Collinearity Statistics | |
| | Tolerance | VIF |
| (Constant) | | |
| 1 Strategi Bauran | ,993 | 1,007 |
| Pemasaran | | |
| Kualitas Sumber | ,993 | 1,007 |
| Daya Manusia | | |

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha
Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Berdasarkan *Coefficients* di atas, diketahui bahwa nilai *VIF* adalah 1,007 (X1 atau Strategi Bauran Pemasaran), 1,007 (X2 atau Kualitas SDM). Dengan demikian, dua variabel tersebut bebas dari masalah *multikolinieritas* dikarenakan *VIF* pada kedua variabel tersebut kurang dari 10, maka data penelitian ini dikatakan layak untuk dipakai.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedostisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari dari residual atau ke pengamatan ke pengamatan lain.⁷⁸ Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang

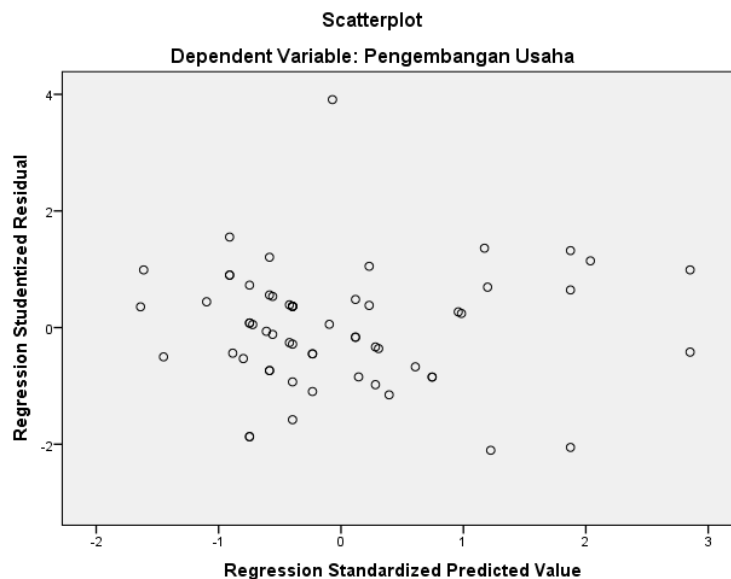
⁷⁸Ali mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing,2016), hal 203

heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam Penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Berdasarkan pola gambar Scatterplot di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun bawah angka 0 pada Sumbu Y.

Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model ini layak untuk dipakai.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Adapun hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS 21 dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 4,094 | 2,715 | | 1,508 | ,137 |
| 1 Strategi Bauran | ,259 | ,083 | ,289 | 3,131 | ,003 |
| Pemasaran | | | | | |
| Kualitas Sumber | ,558 | ,081 | ,635 | 6,881 | ,000 |
| Daya Manusia | | | | | |

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha
Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,094 + 0,259 X_1 + 0,558 X_2$$

Berdasarkan hasil persamaan diatas, maka dapat diuraikan :

a. Konstanta $\alpha = 4,094$

Nilai konstanta sebesar 4,094 menunjukkan bahwa nilai variabel strategi bauran pemasaran (X1), kualitas SDM (X2) dalam keadaan konstanta (tetap), maka nilai besarnya pengembangan usaha (Y) sebesar 4,094satuan.

b. Koefisien regresi strategi bauran pemasaran (X1) 0,259

Nilai koefisien regresi (X1) sebesar 0,259 menunjukkan setiap peningkatan strategi bauran pemasaran 1 satuan, maka akan meningkatkan pengembangan usaha sebesar 0,259 satuan dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara strategi bauran pemasaran terhadap pengembangan usaha. Semakin tinggi peningkatan strategi bauran pemasaran maka akan semakin tinggi pula pengembangan usaha.

c. Koefisien regresi kualitas SDM (X2) 0,558

Koefisien regresi (X2) sebesar 0,558 menunjukkan setiap peningkatan kualitas SDM 1 satuan akan meningkatkan pengembangan usaha sebesar 0,558 satuan dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas SDM terhadap pengembangan usaha. Semakin tinggi peningkatan kualitas SDM maka akan semakin tinggi pula pengembangan usaha.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka uji regresi dikatakan signifikan ($\alpha = 0,05$), maka secara parsial ataupun individu variabel dependen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel Hasil uji T yaitu :

Tabel 4.13

Hasil Uji T

Coefficients^a

| Model | T | Sig. |
|------------------------------|-------|------|
| (Constant) | 1,508 | ,137 |
| 1 Strategi Bauran Pemasaran | 3,131 | ,003 |
| Kualitas Sumber Daya Manusia | 6,881 | ,000 |

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Uji T digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antara X1 terhadap Y, X2 terhadap Y dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :

Cara 1 : Jika $Sig > 0.05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

Jika $Sig < 0.05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

Cara 2 : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

Keterangan :

- 1) Dalam tabel diatas diperoleh nilai Sig. 0,003, dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka $0,003 < 0,05$, karena nilai Sig $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti koefisien regresi strategi bauran pemasaran adalah signifikan. Dengan demikian variabel strategi bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha.
- 2) Dalam tabel diatas diperoleh nilai Sig. 0,000, dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka $0,000 < 0,05$, karena nilai Sig $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti koefisien regresi kualitas SDM adalah signifikan. Dengan demikian variabel kualitas SDM berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha.

Tabel 4.14

Hasil Uji T dengan T tabel

| Variabel | Sig. | | | T hitung | | |
|------------------------------|------------|------------|---------------|-----------|---------|---------------|
| | Nilai Sig. | Taraf Sig. | Ket | t- hitung | t-tabel | Ket |
| Strategi Bauran Pemasaran | 0,003 | 0,05 | H_0 ditolak | 3,131 | 2,002 | H_0 ditolak |
| Kualitas Sumber Daya Manusia | 0,000 | | H_0 ditolak | 6,881 | | H_0 ditolak |

Keterangan:

- 1) Dalam tabel diatas diperoleh nilai Sig. Sebesar 0,003, dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka $0,003 < 0,05$ maka dapat disimpulkan untuk menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti koefisien regresi strategi bauran pemasaran adalah signifikan terhadap pengembangan usaha. berdasarkan uji T, variabel strategi bauran pemasaran memiliki nilai t-hitung sebesar 3,131 sedangkan t-tabel dengan taraf signifikan 5% dengan $df = n-k-1 = 60-2-1=57$ yaitu sebesar 2,002, dan hasilnya karena t-hitung $>$ t-tabel ($3,131 > 2,002$) maka disimpulkan untuk menolak H_0 dan menerima H_a yang artinya variabel strategi bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha dimana dengan wirausahawan pengolahan ikan di Wisata Pantai Pasir Putih Kabupaten Trenggalek membuat produk olahan ikan yang menarik konsumen, menentukan harga produk dengan hati-hati agar tidak mengalami kerugian, mendirikan usaha ditempat yag strategis dan melakukan promosi untuk meningkatkan pembelian, maka akan mempengaruhi pengembangan usaha yang baik.
- 2) Dalam tabel diatas diperoleh nilai Sig. Sebesar 0,000, dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan untuk menolak H_0 dan

menerima H_a yang berarti koefisien regresi kualitas SDM adalah signifikan terhadap pengembangan usaha. berdasarkan uji T, variabel strategi bauran pemasaran memiliki nilai t-hitung sebesar 6,881 sedangkan t-tabel dengan taraf signifikan 5% dengan $df = n-k-1 = 60-2-1=57$ yaitu sebesar 2,002, dan hasilnya karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($6,881 > 2,002$) maka disimpulkan untuk menolak H_0 dan menerima H_a yang artinya variabel kualitas SDM berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha. semakin tinggi Kualitas SDM yang dimiliki wirausahawan pengolahan ikan semakin tinggi pula pengembangan usahanya.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel dependen yaitu strategi bauran pemasaran dan kualitas SDM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan. Hasil pengujian dengan SPSS 21 dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.15

Hasil uji F

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regression | 148,885 | 2 | 74,442 | 30,560 | ,000 ^b |
| 1 Residual | 138,849 | 57 | 2,436 | | |
| Total | 287,733 | 59 | | | |

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

b. Predictors: (Constant), Kualitas Sumber Daya Manusia, Strategi Bauran Pemasaran

Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Berdasarkan output pada tabel ANOVA^b diatas diketahui F hitung adalah 30,560 sedangkan F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 sebesar 3,16 dengan rumus $n - k - 1 = 60 - 2 - 1 = 57$. Dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel ($30,560 > 3,15$), maka dapat disimpulkan menolak H_0 dan menerima H_a artinya ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel Strategi Bauran Pemasaran (X1) Dan Kualitas SDM (X2) Terhadap Pengembangan Usaha (Y) Pengolahan Ikan di Wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

c. Uji Variabel Dominan

Variabel yang paling dominan dapat dilihat dari tabel *Coefficient* pada kolom Beta, dengan membandingkan nilai tertinggi diantara variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat, sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Variabel Dominan

| Coefficients ^a | | | | | |
|------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 4,094 | 2,715 | | 1,508 | ,137 |
| 1 Strategi Bauran Pemasaran | ,259 | ,083 | ,289 | 3,131 | ,003 |
| Kualitas Sumber Daya Manusia | ,558 | ,081 | ,635 | 6,881 | ,000 |

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Dari tabel diatas, dapat dibandingkan nilai antar variabel bebas pada kolom Beta. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel kualitas sumber daya manusia memiliki nilai 0,558 lebih tinggi dari variabel strategi bauran pemasaran. Jadi variabel yang paling mempengaruhi pengembangan usaha yaitu kualitas sumber daya manusia dengan kontribusi sebesar 55,8%.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17

Hasil Uji Determinasi

| Model Summary^b | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,719 ^a | ,517 | ,501 | 1,56075 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Sumber Daya Manusia, Strategi Bauran Pemasaran

b. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Sumber : Output SPSS 21, data primer, 2019

Dari tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R sebesar 0,719 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil pengkuadratan dari R. Dari output diatas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,501, artinya pengaruh variabel dependen yaitu strategi bauran pemasaran (X1) dan kualitas SDM (X2) terhadap variabel independen yaitu pengembangan usaha (Y) sebesar 50,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya

seperti keterbatasan modal kerja atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, dan keterbatasan teknologi yang tidak diteliti oleh peneliti.