

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Industri Konveksi

Sejarah industri konveksi di Indonesia disebabkan oleh 2 hal, pertama, penyebabnya adalah produk yang dihasilkan berupa kebutuhan manusia yang mendasar. Kedua, penyebab kepopuleran bisnis konveksi karena *entry barrier* untuk memulai bisnis ini tidak terlalu besar karena untuk memulai bisnis ini cukup dengan memiliki 2 atau 3 mesin jahit. Di mana mesin jahit adalah mesin produksi yang cukup murah dan tidak membutuhkan tempat yang luas. Dalam pabrik konveksi, proses produksi dilakukan secara keseluruhan oleh setiap operator jahit. Di mana satu orang akan menjahit satu baju mulai dari menjahit kerah, lengan, dan seterusnya sampai menjadi pakaian yang utuh. Sebenarnya, konveksi merupakan cara bagi pabrik-pabrik *garment* untuk menyelesaikan pesanan yang diterimanya, apabila pesanan tersebut tidak mungkin dikerjakan atau tidak efisien untuk dikerjakan. Pesanan-pesanan seperti ini kemudian di subkontrakkan atau dikonveksikan kepada pamanufaktur kecil, di mana pamanufaktur kecil inilah kemudian disebut sebagai konveksi. Dan dari sinilah lahirnya bisnis konveksi di Indonesia.¹

¹ Konveksi dari Bandung Untuk Dunia. <https://towamatano.co.id/awal-mula-bisnis-konveksi-di-indonesia/> Diakses pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.46 WIB.

Selanjutnya, pastilah konveksi di Indonesia semakin meluas dan menyebar di berbagai wilayah Indonesia sampai sekarang. Termasuk di wilayah Kabupaten Tulungagung yang juga mempunyai bisnis konveksi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 30 sampel konveksi yang ada di Kabupaten Tulungagung.

Tabel 4.1
Responden Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM)
Sentra Konveksi di Kabupaten Tulungagung

No.	Nama Usaha	Jenis Usaha	Alamat
1.	Mahendra <i>Collection</i>	Busana muslim, seragam sekolah	Jl. Sentulan Timur, Kel. Panggungrejo, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung
2.	Retno Sulistyowati (Noque <i>Soft Furnishing</i>)	Celemek/apron, bantal motif	Dsn. Kudan, Ds. Tiudan, Kec. Gondang, Kabupaten Tulungagung
3.	Konveksi Arga	Masker	Jl. Wijaya Kusuma, Ds. Batangsaren, Kec. Kauman, Kabupaten Tulungagung
4.	Alfamuda <i>Underwear</i>	Daleman (<i>Underwear</i>)	Ds. Tunggulsari, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung
5.	Bakoel Kaos Tulungagung	Kaos, hoodie	Jl. A. Yani Barat No. 122A, Kabupaten Tulungagung
6.	Hani Alif Atmaja (Hidayah)	Mukena	Jl. Kapten Pattimura No. 110, Ds. Tretek, Kabupaten Tulungagung
7.	Bajussy (Batik Sinar Mas)	Batik ciprat, baju <i>ecoprint</i>	Ds. Tiudan, Kec. Gondang, Kabupaten Tulungagung
8.	Delova	Gamis	Ds. Batangsaren, Kec. Kauman, Kabupaten Tulungagung
9.	Dinova <i>Store</i>	Masker dan <i>handcraft</i>	Dsn. Panggungploso, Ds. Sumberagung, RT/RW 02/13, Kec. Rejotangan, Kabupaten Tulungagung
10.	Eva Indah <i>Collection</i>	Mukena dan baju muslim	Jl. Botoran Timur No. 49 Gg. IV, Kabupaten Tulungagung
11.	Nikamara <i>Butik</i>	Kebaya dan seragam	Jl. Tantie Siou, Ds. Sumberagung, Kec. Rejotangan, Kabupaten Tulungagung
12.	Eny Purwati (Rani Sprei)	Sarung bantal, spre, daster	Jl. Pahlawan Gg II No. 10, Ds. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung
13.	Sae Busono	Gamis, seragam batik	Ds. Sanggrahan, Kec. Boyolangu, Kabupaten Tulungagung
14.	Trigoria <i>Printing dan Clothing</i>	Kain kaos, baju olahraga	Perum Puri Permata Blok Q 14 Sembung, Tulungagung

15.	Devitri	<i>Fashion muslim</i>	Jl. Raya Botoran No.83, Kabupaten Tulungagung
16.	<i>Adelia Collection</i>	Gamis anak	Jl. Raya Botoran, Kel. Sembung, Kabupaten Tulungagung
17.	Bima Jaya	Seragam	Ds. Wajak Lor, Kec. Boyolangu
18.	<i>Khansa Collection</i>	Kaos	Ds. Bolorejo, Kec. Kauman
19.	<i>Cardova Collection</i>	Busana muslim	Jl. Pahlawan Gg IV, Ds. Rejoagung, Kec. Kedungwaru
20.	Sumiran	Dalaman (<i>Underwear</i>)	Dsn. Putuk, Ds. Kepuh, Kec. Boyolangu
21.	<i>Al Ishlah Collection</i>	Mukena	Ds. Waung, Kec. Boyolangu
22.	Bagas Jaya	Dalaman (<i>Underwear</i>)	Dsn. Krajan, Ds. Waung, Kec. Boyolangu
23.	<i>Ama Collection</i>	Mukena	Ds. Sumberdadi, Kec. Sumbergempol
24.	Konveksi Helmi	Seragam, Jaket, Kaos	Ds. Tunggul Sari, Kec. Kedungwaru
25.	<i>AC Fahmi Collection</i>	Seragam, PDH/PDL	Ds. Gedangsewu, Kec. Boyolangu
26.	<i>Struggler Printing</i>	Kaos	Ds. Panggungrejo, Kec. Kauman
27.	<i>Salma Collection</i>	Baju muslim	Jl. Anggek Ds. Tanjungsari, Kec. Boyolangui
28.	Kaos Distro Truck	Kaos	Ds. Bolorejo, Kec. Kauman
29.	Aisyah Collection	Mukena	Dsn. Tambak, Ds. Pelem, Kec. Campurdarat
30.	Mecchalia Konveksi	Seragam, Jaket, Hoodie	Jl. Wahidin SH, Ds. Kenayan, Kec. Kedungwaru

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

B. Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri kecil menengah yang ada di Kab, Tulungagung sebanyak 30 responden. Untuk mempermudah dan memperjelas dalam mengidentifikasi responden, adapun gambaran dari karakteristik responden, sebagai berikut:

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data responden pelaku industri kecil menengah sentra konveksi Kabupaten Tulungagung berdasarkan jenis kelamin, sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Pelaku Industri Kecil Menengah Sentra Konveksi
di Kabupaten Tulungagung

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	13	43%
2.	Perempuan	17	57%
	Total	30	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jenis kelamin pelaku industri kecil menengah yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 13 responden atau sebesar 43%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan lebih besar dengan jumlah 17 responden atau sebesar 57%.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun data responden pelaku industri kecil menengah sentra konveksi Kabupaten Tulungagung berdasarkan usia, sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Pelaku Industri Kecil Menengah Sentra Konveksi
di Kabupaten Tulungagung

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	21-28	7	23%
2.	29-36	5	17%
3.	37-44	7	23%
4.	45-52	7	23%
5.	53-60	4	13%

	Total	30	100%
--	--------------	-----------	-------------

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa usia pelaku industri kecil menengah yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa jumlah responden usia 21-28 tahun sebanyak 7 responden dengan persentase 23%, selanjutnya usia 29-36 tahun sebanyak 5 responden dengan persentase 17%. Usia 37-44 tahun sebanyak 7 responden dengan persentase 23%, selanjutnya usia 45-52 tahun sebanyak 7 responden dengan persentase 23%, dan responden dengan usia 53-60 tahun sebanyak 4 responden dengan persentase 13%.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun data responden pelaku industri kecil menengah sentra konveksi Kabupaten Tulungagung berdasarkan pendidikan, sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
Pelaku Industri Kecil Menengah Sentra Konveksi
di Kabupaten Tulungagung.

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SD	2	7%
2.	SMP	4	13%
3.	SMA/SMK	12	40%
4.	S1	12	40%
	Total	30	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir pelaku industri kecil menengah yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa jumlah responden dengan pendidikan S1 dan SMA/SMK sama banyak, yaitu berjumlah 12 responden atau sebesar

60%. selanjutnya responden dengan pendidikan SMP sebanyak 4 responden atau sebesar 13%, kemudian responden dengan Pendidikan SD sebanyak 2 responden atau sebesar 7%.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha

Adapun data responden pelaku industri kecil menengah sentra konveksi Kabupaten Tulungagung berdasarkan lama usaha, sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha
Pelaku Industri Kecil Menengah Sentra Konveksi
di Kabupaten Tulungagung

No	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1.	4-9 tahun	13	43%
2.	10-15 tahun	8	27%
3.	16-21 tahun	5	17%
4.	22-27 tahun	3	10%
5.	28-33 tahun	1	3%
	Total	30	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa lama usaha pelaku industri kecil menengah yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa jumlah responden dengan lama usaha 4-9 tahun lebih banyak, yaitu sebanyak 13 responden atau sebesar 43%, selanjutnya responden dengan lama usaha 10-15 tahun sebanyak 8 responden atau sebesar 27%, responden dengan lama usaha 16-21 tahun sebanyak 5 responden atau sebesar 17%, responden dengan lama usaha 22-27 tahun sebanyak 3 responden atau sebesar 10%, dan

responden dengan lama usaha 28-33 tahun sebanyak 1 responden atau sebesar 3%.

C. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran tingkat penjualan berdasarkan penjualan produk per unit dengan sistem pemasaran *offline* dan *online* dalam periode waktu 1 bulan. Dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Penjualan Produk Dengan Sistem Pemasaran *Offline* dan *Online*
Sentra Konveksi di Kabupaten Tulungagung

No.	Penjualan Per Unit <i>Offline</i>	Penjualan Per Unit <i>Online</i>
1.	700	500
2.	300	150
3.	1000	200
4.	1000	1000
5.	50	60
6.	850	500
7.	60	50
8.	500	200
9.	600	700
10.	500	360
11.	50	60
12.	120	70
13.	50	50
14.	550	350
15.	500	600
16.	800	250
17.	600	400
18.	370	250
19.	100	90
20.	1000	600
21.	800	200
22.	1000	550
23.	300	250
24.	100	200
25.	200	100
26.	300	100
27.	150	80
28.	200	300
29.	200	100

30.	400	300
-----	-----	-----

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

D. Statistik Deskriptif

Karakteristik dalam tingkat penjualan pelaku industri kecil menengah Kabupaten Tulungagung dengan sistem pemasaran *offline* dan *online* diperoleh dengan hasil penyebaran kuisioner. Tingkat penjualan dalam penelitian ini diukur menggunakan omzet dan penjualan per unit.

1. Mean, Median, Modus

Berdasarkan data tingkat penjualan pelaku industri kecil menengah Kabupaten Tulungagung yang telah diolah, diperoleh hasil penjualan produk per unit rata-rata (*mean*) pemasaran *offline* sebesar 445,00 dengan median sebesar 385,00, modus penjualan produk per unit sebanyak 1.000 unit dan *standart deviasi* sebesar 325,849. Dengan penjualan *maximum* sebanyak 1.000 unit dan penjualan minimum atau terendah sebesar 50 unit. Sedangkan penjualan produk per unit rata-rata (*mean*) pemasaran *online* sebesar 287,33 dengan median sebesar 225,00, modus penjualan produk per unit sebanyak 200 unit dan *standart deviasi* sebesar 231.888 Dengan penjualan *maximum* sebanyak 1.000 unit dan penjualan minimum atau terendah sebesar 50 unit.

Jadi, dapat disimpulkan dari pengukuran tingkat penjualan produk per unit dalam periode 1 bulan ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan. Dimana dalam pemasaran *offline* penjualan terbanyak 1.000 unit, sedangkan pemasaran *online*

penjualan terbanyak 200 unit. Apabila dilihat dari nilai mean penjualan yang menggunakan pemasaran *offline* sebesar 445,00 sedangkan penjualan yang menggunakan pemasaran *online* sebesar 287,33. Hal ini menunjukkan ada perbedaan antara kedua pemasaran tersebut.

2. Tabel Distribusi Frekuensi

Data yang diolah juga menggunakan distribusi frekuensi supaya mudah mendapatkan gambaran untuk membandingkan tingkat penjualan dengan melihat omzet pemasaran *offline* dan *online*. Selain itu juga digunakan untuk menentukan skor pada setiap kelas (interval) dari omzet. Menentukan distribusi frekuensi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menghitung jumlah kelas interval

Dalam menentukan panjang kelas interval menggunakan rumus Sturges, yaitu $1 + 3,3 \log n$. Nilai n dalam penelitian ini adalah 30 responden.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kelas (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log (30) \\ &= 5,8745 \end{aligned}$$

Dibulatkan menjadi 6 kelas interval

b. Menghitung rentang data

Menghitung rentang data dengan cara data terbesar dikurangi data terkecil, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang penjualan} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\
 &= 1.000 - 50 \\
 &= 950
 \end{aligned}$$

c. Menghitung panjang kelas rentang (interval kelas)

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang kelas penjualan} &= \text{rentang data} : \text{jumlah kelas} \\
 &= 950 : 6 \\
 &= 158,333
 \end{aligned}$$

P yang dipakai sebesar 159

d. Tabel Frekuensi

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Penjualan Per Unit Dengan Sistem
Pemasaran *Offline* dan *Online*

Kelas Interval Penjualan Per Unit	Frekuensi		Persentase	
	<i>Offline</i>	<i>Online</i>	<i>Offline</i>	<i>Online</i>
50-209	11	9	37%	30%
210-369	4	10	13%	33%
370-529	4	6	13%	20%
530-689	3	3	10%	10%
690-849	3	2	10%	7%
850-1.009	5	0	17%	0%
Total	30	30	100%	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat penjualan per unit sistem pemasaran *offline* sebanyak 50 sampai 209 unit berjumlah 11 orang sebesar 37% dan penjualan sistem *online* berjumlah 9 orang sebesar 30% . Penjualan per unit sistem pemasaran *offline* sebanyak 210 sampai 369 unit berjumlah 4 orang sebesar 13% dan penjualan sistem *online* berjumlah 10 orang sebesar 33% . Penjualan per unit sistem

pemasaran *offline* sebanyak 370 sampai 529 unit berjumlah 4 orang sebesar 13% dan penjualan sistem *online* berjumlah 6 orang sebesar 20% .

Kemudian Penjualan per unit sistem pemasaran *offline* sebanyak 530 sampai 689 unit berjumlah 3 orang sebesar 10% dan penjualan sistem *online* berjumlah 3 orang sebesar 10% . Penjualan per unit sistem pemasaran *offline* sebanyak 690 sampai 849 unit berjumlah 3 orang sebesar 10% dan penjualan sistem *online* berjumlah 2 orang sebesar 7% . Penjualan per unit sistem pemasaran *offline* sebanyak 850 sampai 1.009 unit berjumlah 5 orang sebesar 17% dan penjualan sistem *online* berjumlah 0 atau tidak ada sebesar 0% .

E. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan 30 responden, di mana kuisioner yang diajukan kepada responden sebanyak 4 pertanyaan. Uji validitas ditentukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel maka dapat dinyatakan kuisionernya valid. Sebaliknya, apabila r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid. Diketahui nilai r tabel dalam penelitian ini adalah 0,361 dengan signifikansi 5% . Sehingga instrument penelitian dinyatakan valid apabila sama dengan atau lebih dari 0, 361.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

No Pertanyaan	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
1	0,732	0,361	Valid
2	0,732	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, nilai r hitung 0,732 lebih besar dari r tabel (0,361). Dapat diambil kesimpulan bahwa data dinyatakan valid. Sehingga dalam penelitian ini dapat memenuhi persyaratan validitas dan dapat mengukur dengan tepat.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrument sebagai alat ukur agar diperoleh hasil yang dapat dipercaya.² Pengujian pada penelitian kuantitatif dapat dilihat dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, di mana apabila *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 maka kuisisioner dinyatakan reliabel. Berikut hasil dari uji reliabilitas pada kuisisioner yang telah disebarkan kepada pelaku industri kecil menengah di Kabupaten Tulungagung:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Penjualan Per Unit <i>Offline dan Online</i>	0,818	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2021

² Wahdan Najib Habiby, *Statistika Pendidikan*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), hal. 47

Dilihat dari tabel pengujian di atas, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* penjualan per unit sebesar $0,818 > 0,60$. Hal ini disimpulkan bahwa data bersifat reliabel dan dapat dipercaya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa sampel dari populasi berdistribusi normal. Data dikatakan normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut hasil dari uji normalitas dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov Smirnov*^a

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Statistic	Df	Sig.
Penjualan_ <i>Offline</i>	.141	30	.133
Penjualan_ <i>Online</i>	.112	30	.200*

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2021

Hasil uji normalitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Sig. penjualan per unit *offline* sebesar $0,133 > 0,05$. Sedangkan nilai Sig. penjualan per unit *online* sebesar $0,200 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilai t hitung lebih dari 0,05.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi sama.³ Berikut ini hasil dari uji homogenitas:

Tabel 4.11
Hasil Uji Homogenitas

Hasil

Variabel	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Penjualan Per Unit <i>Offline dan Online</i>	6.137	1	58	.376

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2021

Hasil uji homogenitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Sig. penjualan per unit sebesar $0,376 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini bersifat homogen.

4. Uji Hipotesis

a. Paired Sample T-Test

Uji *paired sample t-test* ini digunakan untuk menguji hipotesis dari dua variabel. Di mana uji beda ini dimaksudkan dengan tujuan agar peneliti mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara 2 variabel yang diteliti. Apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan nilai Sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Selanjutnya, jika dilihat dari t hitung, apabila t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika t

³ Nuryadi dkk, *Dasar-Ddasar Statistik Penelitian...*, hal. 89

hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak Berikut hasil dari uji *paired sample t-test*:

Tabel 4.12
Hasil Uji Paired Sample T-Test

		Paired Differences					T	Df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
Pair					Lower	Upper			
1	Omzet_Offline - Omzet_Online	157.667	221.946	40.522	74.791	240.543	3.891	29	.001

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 24, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil dari uji *paired sample t-test* dapat dilihat nilai Sig. $0,01 < 0,05$. Selanjutnya, apabila dilihat dari t hitung $3.891 > t$ tabel (2.042). Hal ini dapat disimpulkan apabila H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat perbedaan tingkat penjualan pelaku industri kecil menengah di Kabupaten Tulungagung yang menggunakan sistem pemasaran *offline* dan *online*.