BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.

1. Sejarah Bisnis Online

Bisnis Online menurut situs Wikipedia.org, Bisnis Online dikenal dan digambarkan sebagai perdagangan elektronik. Perdagangan elektronik atau dagang (Bahasa Inggris: Electronic Commerce juga E-Commerce) adalah Penyebaran. Pembelian, Penjualan, Pemasaran barang dan Jasa melalui sistem elektronik seperti Internet atau Televisi, www, atau jaringan computer lainnya. E-dagang dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

E-Commerce mungkin sebuah konsep yang Relative baru dibandingkan dengan fenomena lain, namun akan menarik untuk mengikuti sejarah tidak peduli betapa singkat. Tentu saja konsep perdagangan internasional

telah ada untuk waktu yang lama dan orang-orang yang telah terlibat dalam pertukaran yang baik dan jasa dalam bentuk impor dan ekspor dan sumber global dalam bentuk lain sejak kembali panjang. Dalam artikel ini sejarah singkat E-Commerce kita akan melihat sehingga kontribusinya terhadap konsep perdagangan internasional dapat diputuskan dalam perspektif yang benar serta perannya dalam mempromosikan perpindahan lintas batas baik dan jasa atau impor dan ekspor dan global sumber.

Dalam arti sebenarnya dari dunia E-Commerce telah ada jauh sebelum penggunaan Evolusi dan umum dari mesin keajaiban yaitu computer, hal ini seharusnya tidak mengejutkan karena teknologi elektronik telah ada sejak jauh sebelum munculnya computer dan telah menjadi fenomena perdagangan internasional dalam berbagai bentuk seperti impor dan ekspor dan mencari alternative yang layak telah ada, yang membentuk Global Sourcing.

Masalah ini tidak berarti bahwa E-Commerce telah ada selama berabad-abad, tetapi catatan yang tersedia awal atau E-Commerce tersedia sedini tahun 1984 ketika maka pertukaran data elektronik diciptakan, yang membantu perusahaan untuk melaksanakan transaksi mereka dalam banyak lebih dapat diandalkan cara dari sebelumnya dalam hal perdagangan internasional, impor dan ekspor dan sumber global.

Bisnis Online mulai terkenal ketika perkembangan bisnis yang sangat pesat, menimbulkan persaingan pasar yang cukup pesat, menimbulkan persaingan pasar bisnis yang mengenalkan produknya dengan kreativitas dan inovasi baru, sehingga persaingan pasar pun tidak bisa dihindarkan lagi. Jika para pelaku usaha online tidak berusaha menjadi diri yang kreatif dan inovatif, usahanya hanya akan tergerus persaingan pasar.

Kreatif dan Inovatif dalam menjalankan bisnis, menjadi salah satu kunci sukses sebuah bisnis untuk memenangkan persaingan pasar. Peningkatan dua situs mencapai hingga 31% di Indonesia, perkembangan ecommerce di tandai dengan bertumbuhnya situs jual beli
ditambah dengan maraknya istilah startup yang dipakai
oleh kaum muda di indonesia untuk memulai bisnis
berbasis Internet, data spire menunjukkan 90% orang
mencari Referensi dan Informasi melalui rekemondasi
dari orang yang mereka kenal, sementara sejumlah orang
yang mereka kenal, sementara sejumlah 10% merupakan
opini atau testimoni mereka saja.

Sedangkan keuntungan-keuntungan yang didapat dalam Bisnis Online yaitu, kemudahan dalam segi modal, karena bisnis online tidaklah terlalu modal yang besar, cukup dengan satu unit computer dan jaringan Internet. Manfaatkan jaringan Internet untuk menjangkau konsumen, karena internet bersifat global dan mendunia sehingga kita dapat menjangkau konsumen yang jauh dengan mudah mempromosikan produk di Internet. Salah satu caranya dengan membuat blog atau website sederhana.

2. Sejarah Produk Kosmetik Batrisiya

Batrisiya herbal namanya lahir dari tangan dingin seorang herbalis ternama sekaligus penulis buku OMTM (Omzet Milyar Tanpa Modal), Fatimah Azzahra putri banten asal rangkas bitung tepatnya daerah citeras. Mempersembahkan perawatan tubuh, rambut, dan wajah dengan kualitas terbaik dari alam. Orang tua Fatimah Azzahra bernama Bu Faz berasal dari keluarga yang kurang mampu, beliau sempat merantau ikut dengan pamannya di lampung. Kelas 3 MTS beliau pulang kembali kekampung halaman diserang banten dan melanjutkan sekolah di MTS aliangga sarija lebak-banten. beliau sempat tinggal di asrama pesantren singkat cerita dalam menjalani karirnya sempat berpindah-pindah kerjaan dan melamar berbaga macam, mulai berkerja di restoran, asuransi, dan lain sebagainya yang penting halal. Mengawali sebuah karir setelah menikah tidak mudah jika memulai dari nol setelah menikah beliau memulai usaha dengan membuka kursus yang dibutuhkan masyarakat

seperti bahasa jepang, mandarin, sempoa, dan pelajaran yang lainnya. Namun kesuksesan tersebut juga mengalami kehancuran kemudian beliau mencoba untuk berdiri lagi mulai dari nol. Lagi lagi setelah kesuksesan beliau raih ujian allah menyapa beliau allah selalu menyayangi umatnya yang bersabar untuk naik kelas begitu juga dengan Bu Faz, ujian silih berganti menyapa beliau.

Allah mengujinya dari penyakit kanker Rahim dokter menyarankan beliau untuk mengangkat rahimnya, biaya karena keterbatasan saat itu beliau tidak menginginkan operasi, akhirnya dengan kecerdasan dan keuletan beliau menghasilkan VCO (Virgin Coconut Oil) sebelum mengkonsumsinya beliau mencoba melakukan tes terlebih dahulu di laboratorium. Tidak hanya sekali beliau dua kali melakukan akhirnya tes sampai menghasilkan VCO terbaik dari yang ada di pasaran.

Alhamdulillah, dengan mengkonsumsi VCO secara rutin akhirnya penyakit beliau sembuh total tanpa operasi. Dari pengalaman tersebut, beliau mencoba share

di blok beliau, tidak sedikit yang tertarik dengan pengalaman beliau sampai ada yang meminta cara membuat VCO tersebut. karena ingin bermanfaat bagi semua orang, Bu Faz dengan senang hati share cara pembuatan VCO tersebut. namun tak sedikit pula yang memesan langsung dari beliau karena ketelatenannya inilah beliau akhirnya banyak pemesanan VCO, bahkan tidak hanya itu ada juga yang memesan jamu-jamu yang lain seperti, sabun, bahan kosmetik yang berbahan VCO. Disinilah awal batrisiya berdiri.

Karena banyaknya pemesanan akhirnya Bu Faz membuka usaha produksi yang bernama Batrisiya tepat di tahun 2010. Batrisiya sendiri diambil dari anak beliau yang nomor 3. Bu Faz, tidak hanya berdiam ditempat saja beliau ternyata mempunyai tujuan atau niat yang mulia. Bu Faz menuangkan cerita di atas mulai dari jatuh bangun sampai sukses sampai sekarang dalam sebuah buku yang berjudul OMTM (Omzet Miliar Tanpa Modal). Dengan sentuhan VCO (Virgin Coconut Oil) dan di sempurnakan

dengan kandungan bahan herbal plihan lainnya. Berupaya menjaga dan merawat tubuh wanita indonesia dari bahan dan zat kimia berbahaya. Produk batrisiya herbal di pandangan public, batrisiya herbal sudah mendapat banyak kepercayaan dari customer dari semua kalangan bahkan kalangan dokter. Batrisiya herbal aman digunakan dan sudah lulus tes BPOM terdiri dari :

- a. Dinas kesehatan PIRT dengan Nomor sertifikat
 109348403272
- b. Sertifikat halal MUI dengan nomor 12170001420809
- c. Uji Lab terakhir tahun 2014 yaitu sesuai SNI 01-35452004 di laboratorium sucufindo.
- d. Lulus BPOM dengan nomor POM NA 18150102377 (day cream) dan POM NA 18150103083 (night cream).

B. Deskripsi Data.

1. Karakteristik Responden

Tabel 2.3

Karakteristik berdasarkan jenis usaha responden

NO	Jenis usaha	Jumlah
1.	Bisnis Online	70
	Total	70

Sumber: Data Primer (diolah)

Tabel 2.4

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	70
	Total	70

Sumber: Data Primer (diolah)

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bisnis Online Produk Kosmetik Batrisiya Terhadap Pendapatan Ibu Rumah Tangga di Daerah Ciceri Kota Serang, Dengan cara mencari Informasi melalui Kuisioner atau Angket.

Di Daerah Ciceri Kota Serang dalam Ruang Lingkup Ibu Rumah Tangganya banyak yang mengikuti Bisnis Online Produk Kosmetik Batrisiya tersebut, Oleh Karena itu peneliti melakukan Penelitian di Daerah tersebut.

Tabel 2.5

Data Ordinal Hasil Variabel X dan Y

No.	Variabel X	Variabel Y
1	34	35
2	39	38
3 34 34		34
4	34	35
5	35	35
6	36	35
7	39	38
8	34	35

9	36	35
10	34	35
11	34	34
12	35	34
13	37	34
14	35	34
15	37	35
16	35	33
17	34	35
18	35	35
19	34	34
20	34	35
21	35	34
22	37	36
23	35	33
24	35	35
25	37	36
26	36	35
27	33	30
28	35	32
29	36	35
30	36	37
31	35	34
32	35	35

	T	
33	34	35
34	37	37
35	36	37
36	36	34
37	39	38
38	35	39
39	37	34
40	34	36
41	37	35
42	38	37
43	38	38
44	35	37
45	36	35
46	37	37
47	37	34
48	35	39
49	38	35
50	37	35
51	36	34
52	38	39
53	37	36
54	38	38
55	38	36
56	37	37

57	37	37
58	38	36
59	36	36
60	35	37
61	35	36
62	37	39
63	36	36
64	37	38
65	37	36
66	36	38
67	36	37
68	37	37
69	36	37
70	34	38

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas adalah data yang diperoleh dari sebar koesioner dan wawancara kepada yang mengikuti dan memakai bisnis produk kosmetik batrisiya di Ciceri Kota Serang. dan berdasarkan nama dan usia responden, pada masing-masing variabel X dan variabel Y itu diuji dengan menggunakan SPSS 19.0 untuk selanjutnya di analisa.

C. Uji Statistik Inferensial

1. Uji Validitas

Kriteria pengambilan kesimpulan untuk uji validasi yaitu jika nilai probilitas < taraf signifikan 5% (0.05) kesimpulan dari data kuesioner dikatakan valid, dari hasil output SPSS dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.0 Hasil SPSS Uji Validasi Variabel X

ITEM	r hitung	r table	Keputusan
X1	0.249	>0.2354	Valid
X2	0.526	>0.2354	Valid
X3	0.348	>0.2354	Valid
X4	0.457	>0.2354	Valid
X5	0.270	>0.2354	Valid
X6	0.306	>0.2354	Valid
X7	0.366	>0.2354	Valid
X8	0.346	>0.2354	Valid

Interpretasi dari tabel di atas, bahwa item 1-8 menggambarkan bila dibandingkan dengan r_{tabel} (0. 2354), maka r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa angket tersebut Valid.

Tabel 3.1 Hasil SPSS Uji Validasi Variabel Y

ITEM	r hitung	r _{table}	Keputusan
X1	0.332	>0.2354	Valid
X2	0.586	>0.2354	Valid
X3	0.427	>0.2354	Valid
X4	0.304	>0.2354	Valid
X5	0.467	>0.2354	Valid
X6	0.394	>0.2354	Valid
X7	0.545	>0.2354	Valid
X8	0.279	>0.2354	Valid

Interpretasi dari tabel di atas, bahwa item 1-8 menggambarkan bila dibandingkan dengan r_{tabel} (0.2354), maka r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa angket tersebut Valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3.2 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics					
Cronbach's					
Alpha	N of Items				
624	0				

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari output *Reliability Statistics*, didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.624 dibulatkan 0.62. Karena nilainya sebesar 0.62 > 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel.

Tabel 3.3 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.711	8

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat output Reliability dari Statistics, didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.711 dibulatkan 0.71. Karena nilainya sebesar 0.71 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel.

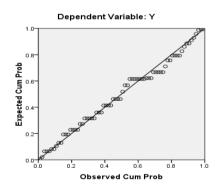
3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk diketahui apakah regresi dapat dilakukan atau tidak. Langkah-langkah uji asumsi klasik dapat dilakukan sebagai berikut:

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.1 Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menghubungkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Berdasarkan pengujian uji normalitas dengan **SPSS** didapatkan output sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2.1 Uji Normalitas P-P Plot

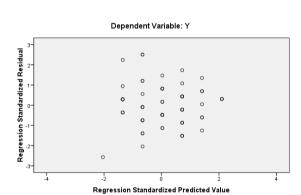
¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 154.

Berdasarkan P-P Plot gambar di atas menunjukan normal probability plot karena memiliki titik-titik (data) yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan data mempunyai distribusi normal.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan lain disebut pengamatan tetap, maka homoskedatisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitais tidak terjadi yang atau heteroskedastisitas. Ada beberapa cara mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, sepertiuji grafik dengan melihat sebaran pada scatterplot, uji Park, uji Glajser, uji Spearman's, Rank Corelation, dan uji Lagrang Multiplier (LM).

Dalam penelitian ini, akan mengatasi ada atau tidaknya heteroskedastis dengan melakukan uji grafik dengan melihat sebaran pada scatterplot. Berikut ini akan disajikan hasil tabel uji heteroskedastis yang diolah menggunakan SPSS 16:



Scatterplot

Gambar 2.2 Uji Heterokedastisitas

Dari gambar di atas, terlihat bahwa titik tersebar secara acak dan penyebaran tersebut melebar di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

6. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama yang lainnya. Uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji *Durbin Watson (DW Test)*.

Berikut ini akan disajikan hasil tabel uji autokorelasi yang diolah menggunakan SPSS 16:

Tabel 3.4 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.491 ^a	.241	.230	1.539	1.882

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas nilai DW hitung sebesar 1.882 dengan diperoleh DW tabel untuk k=1 dan n=70 adalah nilai dari dL (batas bawah) sebesar 1.5834 dan dU (batas atas) sebesar 1.6413. Berdasarkan uji statistik Durbin-Watson, dapat dilihat bahwa nilai DW hitung terletak diantara (dU < d < 4-dL) yakni sebesar 1.6413 < 1.882 > 2.4166. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak ada masalah autokorelasi karena berada dalam daerah tidak ada autokorelasi.

7. Uji Hipotesis

a. Uji t

Berikut ini akan disajikan tabel hasil dari uji hipotesis (Uji t)

Tabel 3.5

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model	В	Std. Error	Beta	Т	Sig.
1 (Constant)	14.334	4.601		3.115	.003
Χ	.595	.128	.491	4.650	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, terlihat t_{hitung} sebesar 4.650 dan t_{tabel} dengan menggunakan uji dua pihak dengan tingkat signifikan a=5% df (n-k-1) = (70-1-1)=68, maka besar t_{tabel} 1.66757. Jadi, $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4.650> 1.66757) dan tingkat signifikansi 0.000 atau lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bisnis online produk kosmetik Batrisya mempunyai pengaruh secara positif terhadap pendapatan ibu rumah tangga.

b. Analisis Regresi Sederhana

Tabel 4.0

Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a

	Unstandardiz	ed Coefficients	Standardized Coefficients		
Model	В	Std. Error	Beta	Т	Sig.
1 (Constant)	14.334	4.601		3.115	.003
Х	.595	.128	.491	4.650	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan regresi sederhana dengan menggunakan SPSS 16 untuk variabel X dan variabel Y didapat persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 14.334 + 0.595 + e$$

Interpretasinya adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 14.334
 menyatakan bahwa, ketika produk kosmetik
 Batrisya sama dengan 0 maka pendapatan
 ibu rumah tangga sebesar 14.334 persen.
- Koefisien regresi variabel X sebesar 0.595
 manyatakan bahwa kenaikan 1 produk
 kosmetik Batrisya akan menaikan
 pendapatan ibu rumah tangga sebesar 0.595
 persen.

c. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau digunakan untuk menguji tentang ada atau tidaknya hubungan antara variabel satu dengan yang lain. Angka koefisien yang dihasilkan dalam uji ini berguna untuk menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Berikut ini akan disajikan hasil tabel koefisien korelasi yang diolah menggunakan SPSS 16:

Tabel 4.1 Analisis Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.491 ^a	.241	.230	1.539	1.882

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh koefisien korelasi korelasi sebesar 0.491 yang terletak pada interval 0.41-0.70 yang berarti tingkat hubungan antara produk kosmetik Batrisiya dengan pendapatan ibu rumah tangga adalah sedang.

d. Uji Koefisien Determinasi ($Uji R^2$)

Koefisien determinasi pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R²terletak antara 0 sampai dengan 1 (0≤R²≤1). Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R². Berikut ini akan disajikan hasil tabel koefisien determinasi yang diolah menggunakan SPSS 16:

Tabel 4.2 Uji Koefisien Determinasi ($Uji R^2$)

Model Summary^b

			Adjusted R	Std. Error of the	
Model	R	R Square	Square	Estimate	Durbin-Watson
1	.491 ^a	.241	.230	1.539	1.882

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) bisa dilihat dari nilai R *Square* yaitu sebesar 0.241. Hal ini berarti bahwa variabel produk kosmetik Batrisiya dapat dijelaskan pengaruhnya terhadap pebdapatan ibu rumah tangga sebesar 24.1%. Adapun sisanya 75.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Dari hasil 75.9% yang belum di teliti Penghasilan yang memang mencakup pendapatan lain adalah pendapatan yang didapatkan dengan cara lain seperti bisnis secara offline seperti mempunyai toko sendiri dengan menjual berbagai macam Produk Kosmetik atau lainnya, bisa juga dengan pendapatan dari keluarga tiap bulan yang disebut dengan pendapatan bulanan atau pendapatan Pribadi. Data yang sudah jelas keuntungan sebesar 24.1% bisa dilihat dari keuntungan dari Bisnis Online Produk Kosmetik Batrisiya dan ditambahkan dengan nilai 75.9% dari hasil pendapatan lainnya.

Dalam penelitian ini bisa dilihat dari hasilnya memang cukup untuk membantu kebutuhan sehari-hari seperti keperluan pribadi agar tidak menganggu gugat dari keuangan untuk kebutuhan yang terduga.