

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dengan menggunakan model regresi linear sederhana. Data tersebut diperoleh peneliti dengan menggunakan metode survei dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung dan melalui kuesioner online (google form). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersifat kuantitatif yaitu data berupa angka yang dapat dihitung. Menurut Sugiyono (2017 : 8) definisi metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variable independent (X) yaitu perdagangan elektronik (e-commerce) terhadap variable dependen (Y) yaitu kenaikan pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sampel ditentukan berdasarkan metode *random sampling*.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2017 : 80) mendefinisikan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan metode angket dan melalui tautan google form yang dibagikan lewat media sosial. Peneliti akan memberikan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang berhubungan dengan masalah penelitian dan setiap pernyataan dari responden merupakan jawaban yang mempunyai makna untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah para pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Bekasi Utara yang menggunakan e-commerce sebagai wadah dalam memasarkan produk dan melakukan transaksi jual beli.

3.2.2. Sampel Penelitian

Martono (2010 : 66) mendefinisikan sampel yaitu sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakter yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi besar tidak dapat memungkinkan peneliti untuk mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya adanya keterbatasan karena dana, tenaga dan waktu. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik yang digunakan adalah Random Sampling. Teknik random sampling yaitu teknik pengambilan sampel secara acak dari beberapa UMKM yang dapat dijadikan sampel penelitian yang menjadi objek penelitian adalah pelaku UMKM yang memiliki kriteria menggunakan e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Whatapapp Bisnis, Instagram dan lain-lain sebagai wadah untuk mempromosikan produk, bertransaksi jual beli dan promosi. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk mengetahui ukuran representative sampel yang digunakan. Penggunaan rumus Slovin dikarenakan jumlah dari populasi penelitian ini yang tidak diketahui.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel Probability Sampling dengan teknik random sampling. Menurut Sugiyono (2017 : 126) mendefinisikan random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dsebagai berikut: .

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e^2 = Persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%, 15%, atau 20%)

Untuk mementukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan data pada website resmi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi (<https://danta.bekasikota.go.id/>). Menurut Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi mencatat 1.200 UMKM di Kecamatan Bekasi Utara yang mendaftarkan usaha mereka kepada DISKOP Kota Bekasi. Dalam menentukan sampel penelitian ini menggunakan teknik stratifikasi acak dari para pelaku UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. Menurut Arikunto (2008:166) bahwa apabila obyek penelitian lebih besar dari 100 maka responden yang

di ambil 10% sampai 15% atau bahkan 20% sampai 30%, tetapi apa bila sampel atau responden kurang dari 100, maka sampel atau responden harus di ambil secara keseluruhannya.

Tabel 3. 1
Jumlah UMKM di Kecamatan Bekasi Utara

| No | Kelurahan | Jumlah UMKM |
|----|------------------|-------------|
| 1 | Harapan Baru | 251 |
| 2 | Harapan Jaya | 89 |
| 3 | Kaliabang Tengah | 326 |
| 4 | Marga Mulya | 95 |
| 5 | Perwira | 117 |
| 6 | Teluk Pucung | 322 |

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.000 \times (0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 10}$$

$$n = \frac{1.200}{13} = 92.30$$

Melalui perhitungan rumus Slovin maka didapatkan jumlah sebesar 92.30. Maka angka tersebut dibulatkan sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Maka jumlah sampel untuk 100 UMKM.

3.3 Jenis, Sumber dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam rangka untuk menguji keabsahan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif merupakan data yang penyajiannya dalam bentuk angka atau hitungan dari data kualitatif menjadi kuantitatif, sementara data kualitatif merupakan jenis data yang bersumber dari informasi yang digali dari hasil penelitian yang berupa bukti verbal. Data kuantitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara.

Analisis data adalah kegiatan yang setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data yaitu pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan. Analisis data adalah proses penyederhanaan data informasi yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. Setelah penyelesaian pengumpulan data, maka peneliti melakukan pengolahan data untuk mempermudah analisis. Dengan menggunakan analisis data berguna untuk memecahkan masalah penelitian.

3.3.2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan penulis adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik riset lapangan (survey) dimana pengumpulan datanya dengan cara menyebarkan kuisioner yang berisi lembaran pertanyaan dan pernyataan terhadap pelaku UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Bekasi Utara terkait penelitian yang dilakukan yaitu mengenai pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dengan masalah penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel dari surat kabar, tulisan ilmiah, keterangan-keterangan atau publikasi dari internet yang dapat memberikan informasi bagi penelitian yang diperoleh dari penelitian kepustakaan atau literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3.3.3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Kuisisioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupapertanyaan tertutup ataupun terbuka. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden Para Pelaku UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditatpkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan indicator dari variabel akan manjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidak setujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif. Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negtaif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Cukup Setuju (CS) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

3.4. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1. Definisi Variabel Penelitian

Sugiyono (2017 : 38) mendefinisikan variable penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hasil tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut sugiyono (2019 : 39) variable independent yaitu variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan

timbulnya variable defenden, sedangkan variable dependen yaitu variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable independent. Variable independent dalam penelitian ini adalah e-commerce, sedangkan variable dependen adalah peningkatan pendapatan UMKM di kecamatan Bekasi Utara.

3.4.2 Operasional Variabel

Operasional variable yaitu cara menemukan dan mengukur variable – variable di dalam penelitian dengan merumuskan secara singkat dan jelas, dan dapat diukur dan di analisis. Pertanyaan dalam kuesioner untuk masing – masing variable variable, diukur dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi individua tau kelompok individu tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono 2017 : 93).

Tabel 3. 2
Tabel Operasional Variabel

| Variable | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|--|--|---|
| Perdagangan Electronic (E-commerce) (X) | E-commerce diharapkan menjadi wadah bagi UMKM Kecamatan Bekasi Utara untuk bertransaksi jual beli dalam upaya peningkatan pendapatan | Pengetahuan penjualan Pengetahuan teknologi | 1. Sangat Setuju (5) 2. Setuju (4) 3. Cukup Setuju (3) 4. Tidak Setuju (2) 5. Sangat Tidak Setuju (1) |
| Meningkatan Pendapatan UMKM (Y) | Diharapkan UMKM Kecamatan Bekasi Utara dapat bersaing dalam pasar yang lebih luas guna peningkatan pendapatan | Omzet penjualan Keuntungan penjualan | 1. Sangat Setuju (5) 2. Setuju (4) 3. Cukup Setuju (3) 4. Tidak Setuju (2) 5. Sangat Tidak Setuju (1) |

3.5. Metoda Analisis Data dan Uji Hipotesis

Untuk mengelola data yang telah dikumpulkan yaitu dengan mengalasi data yang sudah di peroleh dengan menggunakan program SPSS 24 (Statistical Product and Service Solution) yaitu program statistic untuk membantu mengelola data sampai menpadatkan output. Dalam penelitian ini menggunakan pengujian statistic deskriptif dengan metode analisis regresi linear berganda. Untuk menjelaskan uji asumsi klasik dalam penelitian ini

menggunakan uji normalitas dan herekedasitas. Sedangkan untuk uji hipotesis dilakukan uji validitasm reabilitas, uji hipotesis parsial (t), dan koefisien determinana.

3.5.1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur derajat ketepatan antara data sesungguhnya dengan yang terjadi pada objek penelitian pada data yang diperoleh oleh peneliti. Selain itu, digunakan sebelum disebarkan kuesioner kepada objek penelitian untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrument penelitian. Instrument penelitian dapat dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data – data dari variable yang diteliti secara tepat dan akurat. Untuk mengetahui bahwa data dapat dikatakan valid dengan dua cara, yaitu dengan membandingkan antara t table dengan t hitung,.Jika t hitung lebih besar di bandingkan t table maka data tersebut dapat dikatakan valid, sedangkan jika tidak lebih besar di banding t tabel atau kurang dari t table maka data tersebut dapat dikatakan tidak valid. Sedangkan cara yang kedua yaitu dengan menunjukkan hasil nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji data kurang dari 0,5, maka dapat dikatan tidak valid, dan jika sebaliknya menghasilkan lebih besar dari 0,5, maka data tersebut dapat dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Sugiharto (2017 : 209) reabilitas instrument merujuk kepada suatu pengertian bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang diinginkan dapat dipercaya sebagai alat pengumpuluan suatu data serta mampu mengungkapkan konsistensi dan ketelitian informasi yang sebenarnya dilapangan. Uji reliabilitas adalah alat ukur suatu koesioner, yang merupakan indikator dari variabel apakah suatu kuesioner dapat dikatan akurat jika jawaban dari responden dapat menunjukkan tetap konsisten. Uji reliabitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana data yang masuk pengujian ini adalah data dinyatakan valid. Adapun cara untuk menghitung tingkat reliabilitas pada data, yaitu dengan mengunkan Cronbach Alpha. Untuk dapat mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel digunakan program statistik yaitu program *Statiskal Package for the Social Sciens 24* (SPSS) . Kriteria pengujian uji rebilitas adalah sebagai berikut :

1. Apabila hasil koefisien alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliebel.
2. Apabila hasil koefisen alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliebel.

3.5.2. Uji Hipotesis

a. Regresi Linier Sederhana

Untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh dari kedua variable, peneliti menguatkan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh satu variable bebas (X) dan variable terikat (Y) dengan menggunakan analisis regresi linier untuk mengukur perubahan variable terikat berdasarkan variable bebas. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah $Y = a + \beta X$, dengan keterangan sebagai berikut:

Y = Peningkatan Pendapatan UMKM

X = Penerapan E-commerce

β = Koefisien Penerapan E-commerce

a = Konstanta

b. Uji t

Dalam uji ini melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk dapat mengetahui signifikan anatar variabel independent terhadap variabel dependen dengan menggunakan variable lain dianggap konstan.

1. Apabila tingkat signifikan $< \alpha$ (0.05), maka variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila tingkat signifikan $> \alpha$ (0.05), maka variabel independent secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika signifikan $> \alpha$ maka H_0 di terima, tetapi H_a ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi setiap variabel dependen. Sedangkan R^2 digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y secara parsial. Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R Square (R^2) yang digunakan untuk dapat mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen.