

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif. Maraknya penjualan secara *online* di Indonesia merupakan sebuah fenomena yang terjadi di bidang ekonomi. Namun masih banyak juga para pelaku usaha yang belum menggunakan dan belum memaksimalkan penggunaan *platform* jual-beli *online* untuk meningkatkan penjualan, pendapatan dan laba bagi usaha mereka. Hal ini menjadi daya tarik bagi peneliti untuk meneliti dengan metoda deskriptif kuantitatif. Menurut Sukmadinata (2017:72) penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang bisa mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Sedangkan menurut Bungin (2015:48-49) penelitian deskriptif kuantitatif adalah metoda yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Dalam bukunya Sugiyono (2016:80), mengemukakan mengenai Populasi adalah: “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Chandrarin (2017:125) Populasi dalam penelitian adalah kumpulan dari elemen-elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi dimana penelitian ini mengambil sebagian dari elemen-elemen populasi yang disebut dengan sampel. Populasi dalam penelitian

ini adalah para pelaku bisnis UMKM bidang konveksi yang berada di Kawasan PIC Jakarta Timur yang sebelumnya memasarkan dan menjual barang atau jasa mereka dengan cara konvensional yaitu dengan hanya membuka toko *offline* dan saat ini menggunakan *online shop* untuk memasarkan dan menjual barang dan jasa yang mereka jual.

Berdasarkan data yang didapatkan dari buku daftar peserta UMKM PIK Pulogadung jumlah populasi pelaku usaha konveksi yang terdapat di wilayah tersebut sebanyak 50 unit.

Tabel 3.1 Populasi Pelaku UMKM Konveksi Yang Menjalankan Usaha secara *Offline* dan *Online* Minimal 2 tahun

UMKM Konveksi 50 unit	Secara <i>Offline</i> dan <i>Online</i>
	50 unit

Sumber : Buku daftar UMKM PIK Pulogadung

3.2.2. Sampel

Menurut Sujarweni (2015:81), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel juga diambil dari populasi yang benar-benar mewakili dan valid yaitu dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Sedangkan menurut Chandrarin (2017:125) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan sampel sangat penting bagi suatu penelitian yang mempunyai jumlah populasi besar dan mempunyai kemungkinan sulit untuk diteliti keseluruhan. Hal ini juga harus didukung dengan ketepatan dan keakuratan dalam pengambilan sampel. Sampel yang tidak memiliki hal tersebut akan menghasilkan kesimpulan penelitian yang tidak diharapkan atau dapat menghasilkan kesimpulan yang salah. Sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi pelaku UMKM bidang konveksi yang berjumlah 50 orang dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2017:85) teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Penggunaan teknik sampel jenuh didasarkan atas kriteria responden yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel. Beberapa kriteria samplingnya antara lain adalah :

1. Pemilik atau pelaku usaha yang saat ini menjalani usahanya secara *offline* dan *online* lebih dari 2 tahun.
2. Pemilik atau pelaku usaha yang bersedia memberikan informasi dan data yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian ini.

Berdasarkan pengamatan peneliti, maka didapatkan data bahwa seluruh anggota populasi yang berjumlah 50 orang telah memenuhi kriteria untuk dijadikan sample penelitian. Peneliti cenderung memilih informan yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data sesuai dengan kriteria.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data yang bersifat primer dan bersumber dari objek penelitian yaitu para pelaku usaha konveksi di wilayah Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta Timur yang telah menjalani usaha sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2021.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Beberapa metoda pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Wawancara. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis berdasarkan pada tujuan penelitian. Moleong (2001: 35) mendefinisikan wawancara adalah “Percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan dengan dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu”. Dalam hal ini penulis menggunakan teknik dengan wawancara langsung.
2. Kuesioner. Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017: 142). Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioer, daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*). Metoda ini digunakan untuk memperoleh data tentang persepsi desain interior dari responden. Data yang diperoleh merupakan jawaban dari kuesioner dengan

menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan merupakan metoda yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek, objek, atau kejadian tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2012). Sedangkan menurut Azwar (2013) skala Likert adalah metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentuan nilai skalanya dengan menggunakan respon yang dikategorikan kedalam empat macam kategori jawaban yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju(SS). Skala Likert ini meniadakan kategori jawaban yang ditengah yaitu Kurang Setuju (KS). Hal ini dilakukan berdasarkan tiga alasan yaitu: agar tidak menimbulkan kebingungan karena memiliki arti ganda, dapat diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban, menurut konsep aslinya dapat diartikan netral, setuju, tidak setuju, atau bahkan ragu-ragu.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Unsur-unsur yang diukur dijabarkan dalam beberapa indikator. Indikator akan digunakan untuk menyusun item-item yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner. Pada skala likert, digunakan skor yang diberikan pada jawaban yang disediakan.

Tabel 3.2 Pilihan jawaban kuesioner dengan metoda nilai skala Likert

No.	Alternatif Jawaban		Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)		1
2.	Tidak Setuju (TS)		2
3.	Setuju (S)		3
4.	Sangat Setuju (SS)		4

Sumber : Saifudin Azwar, Validitas dan Reliabilitas, ibid, h. 139-140.

3.4. Metoda Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metoda statistik deskriptif, yaitu digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian dengan demografi responden. Statistik deskriptif menjelaskan skala jawaban responden pada setiap unsur yang diukur dari minimum, maksimum rata-rata dan standar deviasi, juga untuk mengetahui demografi responden yang terdiri dari kategori, jenis kelamin, pendidikan, umur, posisi dan lama bekerja (Ghozali, 2012). Dalam penelitian ini data responden berisikan tentang jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan. Sebagai data tambahan dari responden adalah jenis *platform online* yang digunakan oleh responden. Pengolahan data penelitian ini menggunakan software SPSS versi 24. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian instrumen penelitian. Pengujian instrumen penelitian terdiri atas dua jenis pengujian. Berikut dua jenis pengujian tersebut.

1. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Butir kuesioner dikatakan valid jika koefisien kolerasinya positif dan dikatakan signifikan jika lebih besar dari nilai kolerasi dari tabel. Uji validitas digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) valid dan mengukur sebuah construct. Suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017: 109).

Validitas menurut Sugiyono (2017:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner, yang merupakan indikator dari perubahan dan konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas,

kosistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Uji Reliabilitas diterjemahkan dari kata Reliability (pengukur yang memiliki reliabilitas tinggi), maksudnya adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$. Dalam penelitian ini penulis mencari reliabilitas menggunakan teknik Alpha Cronbach untuk menguji reliabilitas instrument alat ukur kinerja karyawan (Ghozali, 2011:45).

3. Uji Hipotesis Dua Rata-rata

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan uji hipotesis dua rata-rata dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada para responden. Uji hipotesis dalam sebuah penelitian perlu dilakukan karena hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga atau dugaan sementara karena masih perlu dibuktikan kebenarannya. Menurut Dantes (2012), hipotesis merupakan praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh melalui penelitian.