

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Padang ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah atau mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktuan, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail<sup>1</sup>.

#### **B. Jenis dan Sumber Data**

##### 1. Jenis data

Dalam usaha untuk mencari kebenarannya, penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka. Sesuai dengan bentuknya data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.

Sementara yang dimaksud dengan data kualitatif adalah data yang berupa

---

<sup>1</sup> Muri yusuf, *metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan* (Jakarta: Pranamedia group, 2014) h. 62

pendapat (pernyataan) atau *judgement* sehingga tidak dapat berupa angka akan tetapi berupa kata-kata atau kalimat.<sup>2</sup>

Data kualitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Padang baik secara simultan maupun parsial ditinjau dari etika bisnis Islam.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu data primer dan data sekunder.

### a) Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.<sup>3</sup> Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik riset lapangan (*survey*) dimana pengumpulan datanya dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi lembaran pertanyaan dan pernyataan terhadap pelaku usaha UMKM Kota Padang terkait penelitian yang dilakukan yaitu mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Padang ditinjau dari etika bisnis Islam dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dengan masalah penelitian.

---

<sup>2</sup> Syofian Siregar, *Statistika deskriptif untuk penelitian: dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) h.129

<sup>3</sup> *Ibid.*, h.128

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.<sup>4</sup> pada penelitian ini data sekunder di peroleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal dan dukumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

### C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Rumah Kreatif BUMN BNI Kota Padang Provinsi Sumatera Barat dan masing-masing lokasi UMKM binaan Rumah Kreatif BUMN BNI Kota Padang. Tempat tersebut penulis pilih karena rumah kreatif yang didirikan oleh PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) Kota Padang ini terletak di Ibukota dari Provinsi Sumatera Barat yang tentunya menjadi pusat pemerintahan yang banyak mempunyai pusat-pusat bisnis mikro kecil dan menengah di bandingkan kabupaten/kota lain.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data merupakan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian umumnya cara mengumpulkan data dapat digunakan teknik-teknik berikut :

1. Kuesioner / Angket

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisi mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa

---

<sup>4</sup>*Ibid.*

terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.<sup>5</sup> Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. *Survey* dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden pelaku usaha UMKM Kota Padang.

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dalam penelitian ini fenomena sosial ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrumen item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.<sup>6</sup>

Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidak setujuan terhadap objek tertentu. Artinya pernyataan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif. Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala liker mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif.<sup>7</sup> Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut :

---

<sup>5</sup> Ibid., h.132

<sup>6</sup> Walia Nabila Sa'ad. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandarlampung)*. (UIN Raden Intan Lampung, 2016), h. 39

<sup>7</sup> Ibid., h.40

Tabel 3.1  
Bobot penilaian skala likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (SS)	skor 5
Tidak setuju (S)	skor 4
Ragu-ragu (R)	skor 3
Setuju (TS)	skor 2
Sangat setuju (STS)	skor 1

Sumber : Syofian siregar, 2014

## 2. Dokumen

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, dan foto. Sifat utama data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi diwaktu silam. Secara detail, bahan documenter terbagi beberapa macam yaitu, autobiografi, surat pribadi, buku dan catatan harian, memorial, klipping, dokumen pemerintah dan swasta, data di *server* dan *flashdisk* dan data tersimpan di website.

## 3. Wawancara

Untuk lebih mempertajam penelitian ini, maka penulis mendukung data yang penulis olah dengan menggunakan teknik wawancara. Teknik pengumpulan data dengan wawancara yaitu proses mencari dan mendapatkan informasi yang diperlukan dengan cara bertanya secara langsung kepada responden.

### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi *operasional variabel* adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan definisi *operasional* sebagai berikut :

Tabel 3.2  
Definisi konsep dan operasional variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
<i>E-commerce</i> (X)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.</li> <li>2. pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik <i>digital</i> atau telekomunikasi data.</li> </ol>	Processes : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing/ pemasaran<sup>9</sup></li> <li>2. Penjualan</li> <li>3. Pembayaran</li> </ol>
Pendapatan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Total biaya<sup>10</sup></li> <li>2. Total pendapatan</li> <li>3. Waktu</li> </ol>

<sup>8</sup> *Ibid.*, 41

<sup>9</sup> Buku Marilyn greenstein dan miklos vasarhelyi, dikutip dari skripsi Walia Nabila Sa'ad. *Ibid.*, h. 41

<sup>10</sup> Buku Turban, Efrain, et al., dikutip dari skripsi Walia Nabila Sa'ad. *Ibid.*, h. 42

	<p>tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.</p> <p>2. Penerimaan atau balas jasa dari faktor-faktor produksi. Penerimaan (<i>revenue</i>) adalah penerimaan produsen dalam bentuk uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang di produksi.</p>	
--	--	--

## F. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan totalitas semua nilai-nilai yang mungkin daripada karakteristik tertentu sejumlah objek yang ingin dipelajari sifatnya. Bailey menyatakan populasi atau *universe* ialah jumlah keseluruhan unit analisis, sedangkan Spiegel menyatakan pula bahwa populasi adalah keseluruhan unit (yang telah ditetapkan) mengenai dan dari mana informasi yang diinginkan.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini subyek penelitian UMKM di Rumah Kreatif BUMN BNI Kota Padang memiliki kriteria sebanyak 108 unit UMKM.

### 2. Sampel

sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut.<sup>12</sup> Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampel *sampling purposive* yaitu metode penetapan

<sup>11</sup> Muri Yusuf, *op.cit.*, h. 147

<sup>12</sup> *Ibid*, h.150



responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.<sup>13</sup>

Dengan banyaknya jumlah populasi maka penulis membatasi dari jumlah populasi yang akan diteliti. Adapun kriteria pengambilan sampel yang penulis gunakan adalah: UMKM yang sudah terdaftar di RKB BNI Kota Padang, UMKM sudah melakukan transaksi jual beli di *blanja.com*. dan lama berdirinya UMKM (minimal 1 tahun). Maka untuk menghitung besaran sampel yang akan digunakan tersebut penulis menggunakan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut :

$$s = \frac{n}{1+N.e^2}$$

$$s = \frac{108}{1+108 (0.1)^2}$$

$$s = 51.92$$

Dibulatkan menjadi 52.

Maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 52 orang.

Keterangan :

s = sampel

N = populasi

E = derajat ketelitian atau nilai kritis yang diinginkan

<sup>13</sup> Syofian siregar, *op.cit.*, h.148



## G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk mengimpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan data obeservasi agar pihak lain dapat dengan mudah memahami objek dari penelitian tersebut. Setelah data terkumpul, selanjutnya data akan dianalisis dengan aplikasi yaitu SPSS. Namun, sebelum data tersebut dianalisis penulis perlu menguji apakah data tersebut *valid* dan *reabel*. Adapun uji yang dilakukan adalah sebagai berikut :

### 1. Uji normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian apakah mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Dalam analisis menggunakan SPSS yaitu menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dalam uji normalitas untuk melihat apakah variabel mempunyai sebaran distribusi yang normal atau tidak dengan melihat nilai probabiliti *Kolmogorov Smirnov* yang harus lebih besar dibandingkan dengan nilai alpha yaitu 0.05 atau 5% .<sup>14</sup>

### 2. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji analisis yang bertujuan untuk melihat seberapa kuat variabel-variabel yang diukur dengan variabel lain. Validitas menggambarkan bahwa pernyataan yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (*valid*). Dari proses analisis dengan

---

<sup>14</sup> Walia Nabila Sa'ad, *op.cit.*, h. 44

korelasi *product moment*, maka instrumen dinyatakan *valid* jika nilai *corrected item correlation* ( $r$ ) lebih besar dari 0,3610.<sup>15</sup>

Sebelum peneliti menggunakan instrument yang telah disusun untuk pengumpulan data, peneliti harus yakin apakah instrument itu valid? Betulkah akan mengukur konstruk, aspek atau perilaku yang akan diukur? Validitas suatu instrument yaitu seberapa jauh instrument itu benar-benar mengukur apa (objek) yang hendak diukur. Makin tinggi validitas suatu instrument, makin baik instrument itu untuk digunakan. Tetapi perlu diingat bahwa validitas alat ukur itu tidaklah dapat dilepaskan dari kelompok yang telah dikenai instrument itu karena berlakunya validitas tersebut hanya terbatas pada kelompok lain yang kondisinya hamper sama dengan kelompok tersebut. Oleh karena itu, suatu alat ukur yang valid suatu kelompok belum tentu valid untuk kelompok lain.<sup>16</sup>

Untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :<sup>17</sup>

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

<sup>15</sup>Idris, *Aplikasi Model Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*, (Padang : Universitas Negeri Padang, 2012), h.8

<sup>16</sup> Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta:KENCANA Prenadamedia Group,2014),h.234

<sup>17</sup> Umar husein, *metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004) h, 132

Dimana :

$r$  = Koefisien korelasi suatu item dengan nilai item total

$\sum X$  = Jumlah skor setiap item

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor seluruh item

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor seluruh item

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor seluruh item

$\sum XY$  = Jumlah hasil kali skor seluruh item

$N$  = Jumlah responden

Kriteria pengujiannya adalah jika  $r_h \geq r_{tabel}$  berarti valid, sebaliknya jika  $r_h \leq r_{tabel}$  berarti tidak valid.

### 3. Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrument penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Wight Stone menulis bahwa reliabilitas sebagai suatu perkiraan tingkatan (*degree*) konsistensi atau reliabilitas antara pengukuran ulangan dan pengukuran pertama dengan menggunakan instrument yang sama.<sup>18</sup>

Reabilitas mempunyai banyak arti bagi banyak orang, tapi dalam kebanyakan konteks muncul pemikiran mengenai konsistensi. Suatu

---

<sup>18</sup> Muri Yusuf, *Op.Cit*,h.242

pengukuran adalah adalan sepanjang pengukuran tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten.<sup>19</sup>

Uji ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang dikur dengan alat pengukuran yang dipakai, Sedangkan untuk mengukur koefisien keandalan (*reliability*) kuesioner digunakan rumus *Croanbach alpa*, yaitu<sup>20</sup>:

$$R_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

$r_{tt}$  = Koefesien reliabilitas

$k$  = Banyak butir pertanyaan atau banyaknya jumlah item

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians skor item

$\sigma_i^2$  = Varians skor total

Tingkat reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* diukur berdasarkan skala *alpha* >0,60. Adapun kriteria pengujian reliabilitas

adalah jika  $r_{tt} \geq r_{tabel}$  berarti reliable, sebaliknya jika  $r_{tt} < r_{tabel}$  berarti tidak reliable.  $r_{tabel}$  mengacu tabel r untuk uji dua arah.

<sup>19</sup> Muhamad, *metodologi penelitian ekonomi islam pendekatan kuantitatif*, ( Jakarta : Rajawali, 2013) h, 13

<sup>20</sup>Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 196

## H. Alat Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut adalah penjelasan variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu :

Variabel bebas (X) : *Electronic Commerce (e-commerce)*

Variabel Terikat (Y) : Peningkatan Pendapatan

Maka dalam penelitian ini akan dilihat seberapa besar pengaruh *Electronic Commerce (e-commerce)* (X) terhadap peningkatan pendapatan (Y). Rumus untuk regresi linear sederhana adalah :<sup>21</sup>

$$Y = a + b (X)$$

Keterangan :

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X: Variabel bebas ( Sistem Penjualan Online)

Y: Peningkatan Pendapatan

UIN IMAM BONJOL  
PADANG

---

<sup>21</sup> Walia Nabila Sa'ad, *Op.Cit.*, h.47

## 2. Uji signifikan parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individu). Dengan kata lain, pengujian ini dilakukan untuk melihat keberartian dari masing-masing variabel secara terpisah (parsial) terhadap variabel tidak bebas. Dengan Hipotesis :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$  : *E-Commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Padang

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  : *E-Commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Padang.

Pengujian dilakukan dengan membanding nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{table}$  dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar lima persen (5%) dan derajat sebaran atau *degree of freedom* (df) sebesar  $n-k-1$ , dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  =  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas.
- b. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  =  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti variabel bebas tersebut tidak signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup>Nacrowi Djalal Nachrowi dan Hardius Usman, *Penggunaan Teknik Ekonometrik*, (Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2008), h. 24-25