BAB III

METODE PENELITIAN

A. . Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif digunakan karena data penelitian diperoleh dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner yang kemudian diukur menggunakan skala numerik dan dianalisis secara statistik.[66] Pendekatan asosiatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara variabel Pemanfaatan *E-commerce* (X) terhadap Pendapatan UMKM (Y). Dengan pendekatan tersebut, penelitian tidak hanya menggambarkan kondisi masing-masing variabel, tetapi juga menguji hubungan kausal antarvariabel berdasarkan data empiris yang diperoleh dari pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei (survey research)**.** Pendekatan survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dari populasi atau sampel tertentu melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumen utama penelitian. Data yang diperoleh dari responden selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan data yang objektif, terukur, dan dapat

[66] Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

menggambarkan kondisi sebenarnya mengenai pemanfaatan *e-commerce* serta hubungannya dengan pendapatan UMKM kuliner.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Lubuk Begalung, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat**.** Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Kecamatan Lubuk Begalung merupakan salah satu wilayah yang memiliki jumlah UMKM kuliner yang cukup besar serta menjadi salah satu kawasan yang aktif dalam perkembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, perkembangan teknologi digital dan penggunaan *e-commerce* oleh pelaku UMKM di wilayah ini terus mengalami peningkatan, sehingga menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM kuliner.

C. Populasi dan sampel Penelitian

1. Populasi Peneletian

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh suatu kesimpulan.[67]

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner yang berada di Kecamatan

[67] Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Lubuk Begalung, Kota Padang. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada fokus penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM kuliner.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi sehingga mampu mewakili keseluruhan populasi. Pengambilan sampel dilakukan apabila jumlah populasi relatif besar sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti seluruh anggota populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya.[68]

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Probability Sampling dengan metode Simple Random Sampling. Teknik ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi responden penelitian, sehingga dapat meminimalkan bias dalam pengambilan sampel dan menghasilkan data yang lebih representatif. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, karena jumlah populasi telah diketahui secara pasti[69]. Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

[68] Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55

[69] Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2023), hlm. 149.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterengan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (*margin of error*)

Perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.630}{1 + 1.630(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{1.630}{1 + 1.630(0{,}01)}$$

$$n = \frac{1.630}{17{,}30}$$

$$n = 94{,}22$$

Hasil perhitungan tersebut dibulatkan menjadi 94 responden. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 94 pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Agar responden yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian, ditetapkan kriteria sebagai berikut:

a. Pelaku UMKM yang bergerak pada sektor kuliner di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.
b. UMKM masih aktif menjalankan kegiatan usaha.
c. Pelaku usaha pernah atau sedang memanfaatkan *e-commerce* atau platform perdagangan digital dalam kegiatan usahanya.

d. Pemilik atau pengelola usaha bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian.

D. Definisi Operasional

Penelitian ini memakai dua variabel yaitu variabel bebas/independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, dan variabel terikat/dependen merupakan variabel yang dipengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel bebasnya ialah *E-commerce* (X1), Variabel terikatnya yaitu Pendapatan UMKM (Y).

Untuk menentukan jenis dan indikator dari adanya variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini dan untuk sumber pengukuran variabel penelitian, maka diperlukan operasional variabel. Operasional dari variabel-variabel penelitian ini antara lain:

Tabel 3. 1
Defenisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
E-commerce (X)	*E-commerce* adalah sebuah platform digital yang terhubung dengan internet, yang memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menjalankan berbagai aktivitas bisnis, termasuk penjualan, pemasaran, barang jasa dan	1. Komunikasi 2. Proses Transaksi 3. Layanan 4. Online	Skala Likert

	berbagai jenis transaksi.[70]		
Pendapatan UMKM (Y)	Pendapatan UMKM adalah tingkat penerimaan yang diperoleh pelaku usaha dari kegiatan usahanya setelah memanfaatkan *e-commerce*, yang ditunjukkan melalui perubahan kondisi usaha dalam periode tertentu.[71]	1. Sumber-Sumber Pendapatan 2. Peningkatan Hasil/ Pendapatan 3. Memenuhi Kebutuhan Sehari-hari 4. Lama Usaha 5. Keberlangsungan usaha	Skala Likert

E. Variabel Penelitian

[70] No Januari, "Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi PENJUALAN UMKM DI ERA DIGITAL Sariyani Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Muhammad Irwan Padli Nasution Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Korespondensi Penulis : Caynasution254@gmail.Com Pendahuluan Di Era Di" 2, no. 1 (2025): 68–75.

[71] Digitalisasi umkm melalui e-commerce sebagai peningkatan pendapatan nasional. (2023). *Jurnal Manajemen*. https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.250

Variabel penelitian merupakan suatu nilai, karakteristik, faktor, tindakan terhadap objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang diidentifikasi dengan tujuan penyelidik, pengumpulan informasi dan kemudian di tarik kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (Independen) yaitu variabel yang memengaruhi terhadap variabel terikat dalam penelitian. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya ialah Pemanfaatan *E-commerce* (X)
2. Variabel Terikat (Dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Pendapatan UMKM (Y)

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1). Kusioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis agar diisi oleh responden. Adapun metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memakai skala likert. Skala likert merupakan skala yang dipakai dalam mengukur tingkah laku, opini, dan sudut pandang seseorang terhadap suatu fakta sosial yang menjadi variabel dalam penelitian.[72] Pedoman penyusunan kuesioner oleh peneliti ini menyesuaikan pada jumlah variabel yang digunakan pada riset ini yaitu Analisis Pemanfaatan *E-commerce* dalam Meningkatkan pendapatan UMKM.

[72] Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Tabel 3. 2
Daftar skor jawaban skala likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. . Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian prosedur atau metode yang digunakan untuk memproses dan menafsirkan data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian dan untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang diolah menggunakan *software* SmartPLS. SEM adalah serangkaian teknik statistik yang memungkinkan peneliti untuk memeriksa hubungan kompleks antar variabel yang tidak dapat dianalisis hanya dengan regresi linier sederhana. Metode ini dianggap sebagai kombinasi analisis regresi dan analisis faktor. Selain itu, SEM juga dikenal dengan istilah Path Analysis atau Confirmatory Factor Analysis, karena kedua pendekatan tersebut merupakan varian khusus dari SEM. Dalam aplikasinya, SEM

mengkaji hubungan antara satu atau lebih variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen.[73] Berikut teknik analisa yang akan dilakukan:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model)*

Evaluasi terhadap model pengukuran, yang dalam istilah metodologi disebut sebagai outer model, dilakukan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator yang ada dalam model mampu memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas. Outer model berfokus pada keterkaitan antara indikator dengan konstruk laten yang dibentuknya, serta mencakup pengujian composite reliability dan Cronbach's alpha guna mengukur tingkat konsistensi internal construct score, pada setiap blok indikator.[74] Adapun pengujian yang dilakukan dalam evaluasi outer model meliputi:

a. *Convergent Validity*

Indikator tersebut dievaluasi dengan mengacu pada tingkat korelasi antara item score atau component score dengan construct score, yang direpresentasikan melalui nilai *standardized* loading factor dan *average variance extracted* (AVE). Nilai tersebut mencerminkan sejauh mana kekuatan hubungan antara setiap indikator dengan konstruk yang menjadi objek pengukurannya Merujuk pada ketentuan Hair et al, nilai outer loadings yang dianggap memenuhi syarat idealnya harus di atas 0,70, karena nilai ini menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih

[73] Lenni Khotimah Harahap, "Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)," Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang 1, no. 1 (2020): 1.

[74] Maya Ervina, Ahim Abdurahim, dan Rudy Suryanto, "Intellectual Capital Dan Kinerja Keuangan Perusahaan ; Suatu Analisis Dengan Pendekatan Partial Least Squares," Simposium Nasional Akuntansi XI 19, no. 19 (2008): 23–24.

dari 50% varians indikator tersebut. Selain itu, kriteria nilai AVE harus sebesar 0,50 atau lebih, yang berarti bahwa secara rata-rata, konstruk mampu menjelaskan setengah atau lebih varians dari indikator-indikatornya.[75]

b. *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan melihat nilai *cross loading dan Fornell-Larcker Criterion*. Sebuah indikator dianggap valid jika memiliki koefisien korelasi yang lebih tinggi terhadap konstruknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk benar-benar mengukur hal yang berbeda dari konstruk lainnya.[76]

c. *Uji Reliabilitas*

Digunakan untuk menunjukkan konsistensi instrumen penelitian, dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* (> 0,60–0,70) dan *Composite Reliability* (> 0,70). Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila digunakan secara berulang pada subjek yang sama atau pada sampel lain dengan karakteristik serupa. Nilai *Composite Reliability* dalam PLS-SEM dianggap lebih akurat dibandingkan *Cronbach's Alpha* karena memperhitungkan bobot faktor (*loading*) setiap indikator secara proporsional, tidak menganggap semua indikator memiliki kontribusi yang

[75] Joseph F. Hair et al., "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM," European Business Review 31, no. 1 (2019): hlm. 9.

[76] Joseph F Hair Jr et al., "Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLSSEM) menggunakan R: Buku Kerja" (Springer Nature, 2021).

sama. Reliabilitas yang tinggi mengindikasikan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur Pengaruh *E-commerce* Terhadap Pendapatan UMKM Kuliner dapat diandalkan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.[77]

2. Perencanaan Model Struktural (*Inner Model*)

Bagian ini menilai kekuatan dan kelayakan hubungan antar variabel laten dalam model penelitian, sekaligus menggantikan fungsi uji asumsi klasik dan koefisien determinasi pada regresi konvensional.[78]

a. Nilai R-Square (R^2)

Model internal atau model struktural dievaluasi berdasarkan nilai koefisien jalur, yang menunjukkan sejauh mana variabel laten memengaruhi variabel lain dalam model. Pengujian pada model struktural dilakukan melalui uji R-Square (R^2). Dalam model PLS, nilai R-Square dapat digunakan untuk menilai predictive relevance dari masing-masing variabel dalam model.

Langkah kedua dalam evaluasi model adalah menilai nilai (R^2). Interpretasi nilai ini serupa dengan (R^2) pada regresi linear, yaitu. menunjukkan tingkat proporsi variasi pada variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. Interpretasi nilai (R^2) dibagi ke dalam tiga kategori, yakni 0,75 yang dianggap sebagai tingkat kekuatan yang tinggi (baik), 0,50 yang masuk dalam kategori sedang, serta 0,25 yang tergolong lemah.

[77] Hair et al., "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM."

[78] David J. Ketchen, "A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling," *Long Range Planning* 46, no. 1–2 (2013): 184–85, https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002.

b. *Effect Size* (F-Square)

Nilai F-Square (F2) berfungsi sebagai indikator untuk mengukur dan menentukan besarnya kontribusi pengaruh parsial dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan penjelasan Ghazali, klasifikasi nilai F-Square dapat dijelaskan sebagai berikut:

a). Jika nilai F-square mencapai atau ≥ 0,35, maka variabel laten tersebut dianggap memiliki pengaruh yang kuat.

b). Apabila nilai F-square berada 0,15 f≤ 0,35, variabel laten dinilai memiliki pengaruh yang sedang atau moderat.

c). Ketika nilai F-square 0,02 ≤ f ≤ 0.15, maka variabel laten tersebut dikategorikan memiliki pengaruh yang lemah.

2. Uji Hipotesis

Pengujian pada tahap ini dilakukan dengan merujuk pada nilai tstatistic dan nilai probabilitas (*p-value*) yang diperoleh melalui prosedur bootstrapping pada perangkat lunak SmartPLS. Dalam proses pengujian hipotesis, digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan ambang batas nilai t-statistic sebesar 1,96. Hipotesis alternatif (Ha) dinyatakan diterima apabila nilai p < 0,05 dan 1-statistic > 1,96, yang mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan. Sebaliknya, hipotesis alternatif (Ha) akan ditolak

apabila nilai p > 0,05 dan t-statistic < 1,96, sehingga hubungan antarvariabel dianggap tidak signifikan.[79]

UIN IMAM BONJOL
PADANG

[79] Siti Ulfatul Faizah, "Pengaruh Implementasi Surat Digital (Suradi) Terhadap Efisiensi Operasional Di Sekretariat Daerah Kota Malang," Skripsi (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025).