

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

3.1.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang dapat membantu peneliti tentang urutan penelitian yang dilakukan.

Menurut Sugiyono, (2018:1-2) metode penelitian merupakan:

“Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah- langkah tertentu bersifat logis.”

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan penelitian deskriptif dan verifikatif dengan penelitian survey. Survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) yang dilakukan dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang di sebarakan kepada responden yang telah di tentukan sebelumnya.

Menurut Sugiyono, (2018:15) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan:

“Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang ditetapkan.”

Analisis deskriptif menurut Sugiyono, (2018:226) metode penelitian analisis deskriptif adalah:

“Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Penelitian survei menurut Sugiyono, (2018:36) adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian survey merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dan populasi tertentu. Teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara/kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.”

Tujuan penelitian dengan menggunakan metode survey adalah untuk mengetahui gambaran data dari objek penelitian secara detail dan menganalisisnya secara sistematis. Penulis melakukan survey dalam pengumpulan data melalui media kuisisioner yang disebarkan kepada responden yang penulis telah tentukan sebelumnya.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian pada umumnya adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data yang dikaji dalam penelitian, dengan demikian objek penelitian merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan dalam penelitian. Karena pada hakikatnya, objek

penelitian menjadi sasaran untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek penelitian merupakan objek yang akan diteliti, dianalisis, dan dikaji.

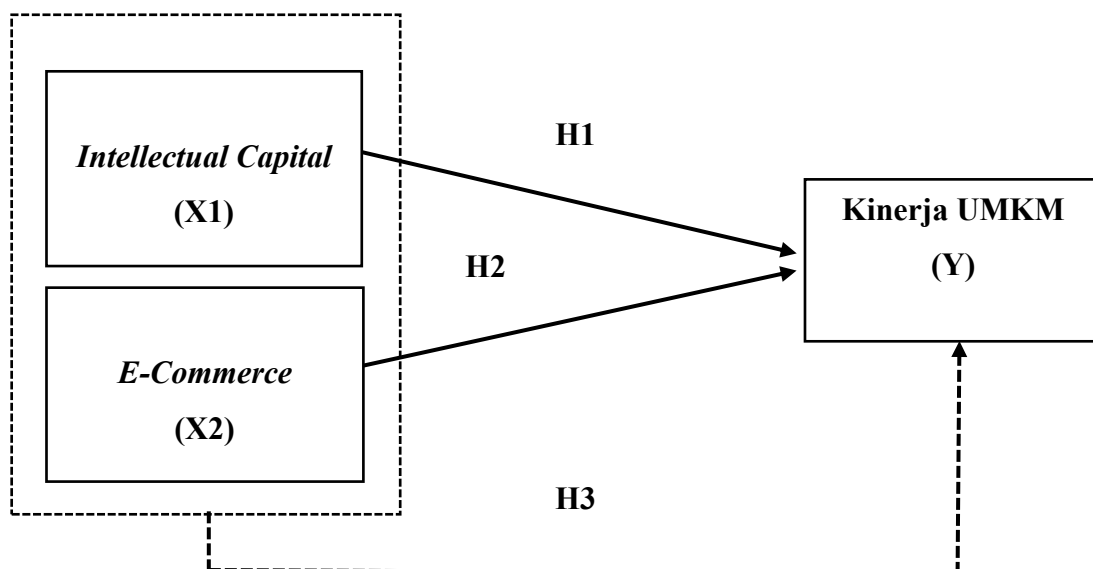
Definisi objek penelitian menurut Sugiyono (2018:57) adalah:

“Objek penelitian merupakan suatu akibat atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Objek penelitian yang ditetapkan oleh penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu pengaruh *intellectual capital* dan *e-commerce* pada UMKM Bidang kuliner di Kota Bandung.

3.3 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini sesuai dengan judul skripsi yang penulis kemukakan yaitu: **“Pengaruh *Intellectual Capital* dan Penerapan *E-Commerce* terhadap kinerja UMKM (Survey Pada UMKM Bidang Kuliner Yang Terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung)”**. Maka untuk menggambarkan hubungan antara variable independen dan dependen, maka untuk model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Model Penelitian

Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
 - - - - -→ : Pengaruh secara simultan

3.4 Variabel dan Dimensi

Menurut Sugiyono (2018:55) variabel penelitian adalah:

“Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berikut adalah variabel-variabel penelitian yang digunakan beserta pengukurannya:

1. Variabel Independen / Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2018:57) variabel independen/bebas adalah:

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*, dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel

bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (independen variabel) yaitu:

a. Intellectual Capital (X1)

Menurut Noor (2021:29):

“*Intellectual capital* atau modal intelektual adalah suatu aset yang tidak terwujud yang dapat memberikan sumber daya berbasis pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kinerja dan kemampuan bersaing perusahaan serta memberikan nilai dibanding perusahaan lain.”

b. E-Commerce (X2)

Menurut Turban et al., (2015) bahwa:

“E-commerce adalah penggunaan internet dan intranet untuk membeli, menjual, mengangkut, atau memperdagangkan data, barang, atau layanan.”

2. Variabel Dependen / Terikat (Y)

Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen (bebas).

Menurut Sugiyono (2017:39) definisi variabel independen adalah :

“Variabel dependent sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.”

Sesuai dengan masalah yang diteliti maka yang menjadi variabel terikat (dependent variable) dalam penelitian ini adalah Kinerja UMKM

Adapun menurut Hasibuan (Dinar 2017:9) kinerja UMKM adalah:

“Kinerja UMKM adalah suatu hasilkerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.”

3.4.1 Operasional Variabel Penelitian

Operasional variable diperlukan untuk mencantumkan jenis dan indicator variable-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, operasionalisasi ini dapat dijadikan sebagai penentu skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan tepat. Sesuai judul pada skripsi ini, maka dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang digunakan yaitu:

1. *Intellectual Capital* (X1)
2. *E-Commerce* (X2)
3. Kinerja UMKM (Y)

Untuk lebih jelas mengetahui mengenai operasionalisasi masing-masing variabel penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada berikut:

3. 1 Operasional Variabel Independen *Intellectual Capital* (X1)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor
<i>Intellectual Capital</i> (x1) Sumber daya penting dan sebuah kapabilitas untuk bertindak berdasarkan pengetahuan	1. Human Capital 2. Structural Capital	1. tingkat pendidikan karyawan 2. Pengalaman kerja karyawan 1. Tersedia SOP yang Jelas 2. Pemanfaatan	Ordinal	

(Setiarso, 2016)		teknologi dalam operasional		
	3. Relational Capital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan 2. Loyalitas pelanggan 3. Hubungan dengan mitra bisnis 		

3. 2 Operasional Variabel Independen E-Commerce (X2)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor
<p><i>E-Commerce</i> (X2)</p> <p>Suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis</p> <p>Shabur mifta (Sari et al., 2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi biaya pengeluaran 2. Reputasi 3. Pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengurangan biaya operasi 2. Penurunan biaya pemasaran 3. Pengurangan biaya transaksi dengan metode pembayaran digital 4. Efisiensi pengelolaan stok dan logistik 1. Citra merek yang meningkat melalui <i>e-commerce</i> 2. Kepercayaan pelanggan terhadap usaha berdasarkan testimoni 3. Peringkat dan ulasan pelanggan di <i>platform e-commerce</i> 1. Efektivitas penggunaan media 	Ordinal	

		social dalam menarik pelanggan baru		
		2. Jangkauan pasar yang lebih		
	4. Kemudahan dalam berbisnis online	1. Kemudahan dalam mengelola transaksi dan pembayaran 2. Kemudahan dalam mengelola dan mengunggah produk di platform <i>e-commerce</i>		
	5. Jaringan	1. Kemudahan pelaku usaha dalam mengakses internet untuk kegiatan bisnis.		
	6. Internet	1. Tingkat performa jaringan dalam mendukung sistem <i>e-commerce</i> .		

3.3 Operasional Variabel Dependen (Y) Kinerja UMKM

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor
Kinerja UMKM adalah suatu hasilkerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya	1. Pertumbuhan penjualan	1. Peningkatan omzet penjualan dari tahun ke tahun 2. Stabilitas penjualan dalam beberapa periode terakhir 3. Peningkatan frekuensi transaksi penjualan 1. Penambahan modal usaha dari laba yang dihasilkan	Ordinal	

<p>yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu Hasibuan (Dinar 2017:9)</p>	<p>2. Pertumbuhan Modal</p> <p>3. Pertumbuhan tenaga kerja</p>	<p>2. Kemampuan usaha dalam mengembangkan modal sendiri</p> <p>3. Peningkatan nilai aset usaha</p> <p>4. Kemudahan memperoleh tambahan modal (internal/eksternal)</p> <p>1. Penambahan jumlah tenaga kerja</p> <p>2. Pembagian tugas kerja yang semakin jelas</p> <p>3. Peningkatan produktivitas tenaga kerja</p> <p>4. Kemampuan usaha dalam mempertahankan tenaga kerja</p> <p>1. Perluasan wilayah pemasaran</p> <p>2. Peningkatan jumlah pelanggan</p> <p>3. Peningkatan efektivitas promosi</p> <p>1. Peningkatan laba bersih usaha</p> <p>2. Peningkatan margin keuntungan</p> <p>3. Kemampuan usaha menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan</p>		
--	--	--	--	--

	4. Pertumbuhan Pasar dan Pemasaran			
	5. Pertumbuhan Keuntungan/ laba			

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:136) populasi memiliki pengertian sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek /subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek dan obyek itu”

3.5.2 Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).”

Sampel digunakan sebagai ukuran sampel dimana ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk mengetahui besarnya sampel tersebut biasanya diukur secara statistika ataupun estimasi penelitian. Selain itu juga diperhatikan

bahwa sampel yang harus dipilih *representative*, artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Sedangkan menurut menurut Arikunto (2019:109) bahwa :

“sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil representatif dari populasi yang akan diteliti” .

3.5.3 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:131) definisi sampel ialah sebagai berikut :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili).”

Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus Slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020:137) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), 10% (0,10)

$$n = \frac{2.460}{1 + 2.460(0,10)^2}$$

$$n = \frac{2.460}{1 + 24,6}$$

$$n = \frac{2.460}{25,6}$$

$$n = 97$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 97 yang akan di jadikan ukuran sampel.

3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer.

Menurut Sugiyono (2018:456) :

“Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

Data primer yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dengan teknik pengumpulan data kuesioner yang dilakukan kepada responden yaitu UMKM bidang kuliner di Kota Bandung.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:445) teknik pengumpulan data memiliki pengertian sebagai berikut :

“Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.”

Dalam penelitian ini data dan informasi dalam penelitian diperoleh melalui *field research* (penelitian lapangan) dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan cara yang dirasa lebih akurat karena pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa pertanyaan mengenai masalah penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *intellectual capital* dan penerapan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM (Survei pada UMKM bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung).

Menurut Sugiyono (2018:219) menjelaskan bahwa kuesioner (angket) adalah :

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.”

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dalam penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala ordinal. Menurut Sugiyono (2019:98) Skala ordinal adalah Skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang di ukur.

Dalam pemberian skor jawaban kuesioner peneliti menggunakan *Skala likert*.

Menurut Sugiyono (2018:158):

“*Skala likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Adapun alternatif jawaban menggunakan *skala likert* yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban kuesioner sebagai berikut:

3.4 Instrumen Penelitian

No	Pemilihan Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Baik/Sangat Bermanfaat/Sangat Sesuai	5
2	Sesuai/Bermanfaat/Sesuai	4
3	Cukup Baik/Cukup Bermanfaat/Cukup Sesuai	3
4	Tidak Baik/Tidak Bermanfaat/Tidak Sesuai	2
5	Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Bermanfaat/Sangat Tidak Sesuai	1

Sumber: Sugiyono (2019:149)

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid apabila data yang diperoleh dari kuesioner dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan.

Menurut Sugiyono, (2018:198):

“Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk menguji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir.

Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat yang harus dipenuhi tersebut menurut Sugiyono (2016:178) harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika koefisien korelasi $r > 0,3$ maka item tersebut dinyatakan valid dan memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian serta layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian
- b. Jika koefisien korelasi $r < 0,3$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak layak diikut sertakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

Alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan di uji dengan rumus *Pearson Product Moment* :

$$r \text{ hitung} = \frac{n (\sum X_i \cdot Y_i) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2\} - \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (seluruh item)

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2019:348) penelitian reliabel adalah sebagai berikut:

“Apabila hasilnya reliabel maka terdapat kesamaan data dalam waktu berbeda. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan

beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama”.

Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar. Menurut Sugiyono, (2019:184) suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Spearman Brown* menurut (Sugiyono, 2020:176) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{n}{n-1} \times \left(\frac{\sum S_i^2}{\sum St^2} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas tes secara keseluruhan

n = Banyak butir soal (item)

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

$\sum St^2$ = Varian skor total

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Ghozali, (2018) dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah:

- a. Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas.

Menurut Ghozali, (2018:105) :

“Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.”

Uji multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dalam data. Menurut Singgih Santoso (2019:197) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{VIF} = \frac{1}{\text{Tolerance}} \quad \text{atau} \quad \text{Tolerance} = \frac{1}{\text{VIF}}$$

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2018:135) :

“Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilihat dari nilai koefisien korelasi Rank Spearman antara masing-masing variabel bebas dengan variabel pengganggu.”

Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:139).

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data sehingga lebih mudah dipahami. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan di analisis untuk bahan pengambilan keputusan.

Menurut Sugiyono, (2018:232) pengertian analisis data yaitu sebagai berikut :

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan.”

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2018:232) analisis deskriptif memiliki definisi sebagai berikut :

“Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud pembuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau regeneralisasi.”

Metode analisis deskriptif merupakan penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dipahami, dibaca dan diinterpretasikan. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden UMKM bidang kuliner di Kota Bandung. Data yang telah terkumpul kemudian akan dihitung rata-rata nya menggunakan rumus :

$$Me = \frac{\sum xi}{n}$$

$$Me = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan :

Me = Rata-rata

$\sum x_i$ = Jumlah Nilai X

$\sum y_i$ = Jumlah Nilai Y

n = Jumlah Responden

Setelah didapat rata-rata dari masing-masing variabel kemudian dibandingkan dengan kriteria yang peneliti tentukan berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuesioner yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan skor tertinggi dan terendah kuesioner dengan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1.

a. Presentasi nilai tertinggi adalah 5 dibagi dengan skor ideal (5).

$$\text{Nilai tertinggi} = 5/5 \times 100\% = 100\%$$

b. Nilai terendah adalah 1 dari yang di harapkan skor ideal (5), maka :

$$\text{Nilai terendah} = 1/5 \times 100\% = 20\%$$

2. Menentukan Range

a. Nilai tertinggi – Nilai terendah

$$= 100\% - 20\%$$

$$= 80\%$$

3. Menentukan Interval Kriteria $\frac{\text{Nilai Range}}{\text{Nilai Interval}} = \frac{80\%}{5} = 16\%$

$$\frac{\text{Nilai Range}}{\text{Nilai Interval}} = \frac{80\%}{5} = 16\%$$

Maka diperoleh kriteria variabel *intellectual capital* (X1) adalah sebagai berikut :

3. 5 Kriteria *Intellectual Capital* (X₁)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Baik
68% - 83,9%	Baik
52% - 67,9%	Cukup Baik
36% - 51,9%	Tidak Baik
20% - 35,9%	Sangat Tidak Baik

Maka diperoleh kriteria variabel *e-commerce* (X₂) adalah sebagai berikut :

3. 6 Kriteria *E-commerce* (X₂)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Bermanfaat
68% - 83,9%	Bermanfaat
52% - 67,9%	Cukup Bermanfaat
36% - 51,9%	Tidak Bermanfaat
20% - 35,9%	Sangat Tidak Bermanfaat

Maka diperoleh kriteria variabel Kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung (Y) adalah sebagai berikut :

3. 7 Kriteria Kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung (Y)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Baik
68% - 83,9%	Sesuai
52% - 67,9%	Cukup Baik
36% - 51,9%	Tidak Baik
20% - 35,9%	Sangat Tidak Baik

3.9.2 Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif digunakan untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan.

Menurut Sugiyono, (2018:235) analisis verifikatif memiliki definisi sebagai berikut :

“Analisis verifikatif adalah metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis diterima atau ditolak.”

Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk menganalisis :

1. Seberapa besar pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh *e-commerce* terhadap terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh *intellectual capital* dan *e-commerce* terhadap kkinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung.

3.10 Rancangan Analisis Data

3.10.1 *Method Of Successive Interval* (MSI)

Pada penelitian ini diperoleh jawaban kuesioner dari responden yang menggunakan *skala likert*, dari hasil pengukuran tersebut maka akan diperoleh data ordinal. Agar dapat menganalisis data secara statistik, maka data tersebut dinaikan menjadi skala interval. Teknik tranformasi yang paling sederhana adalah menggunakan *Method Of Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mempersiapkan jawaban responden dari kuesioner yang telah disebarkan.
2. Menentukan frekuensi responden yang menjawab skor 1,2,3,4,5 untuk setiap pertanyaan.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.

4. Menentukan proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan.
5. Menentukan nilai z untuk setiap proporsi kumulatif.
6. Menentukan nilai skala dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan :

Density at Lower Limit = Nilai densitas batas bawah

Density at Upper Limit = Nilai densitas batas atas

Area Under Upper Limit = Area dibawah batas atas

Area Under Lower Limit = Area dibawah batas bawah

7. Setelah menentukan *Skala Value* (SV) maka nilai skala ordinal ke skala interval yaitu SV yang nilainya terkecil (harga negative tersbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

Untuk menentukan nilai transformasi terdapat rumus sebagai berikut :

$$\text{Trnasformed Scale Value} = Y = S_v + (S_{vmin}) + 1$$

8. Setelah mendapatkan nilai dari TSV maka nilai tersebut merupakan nilai skala interval.

3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Pemanfaatan Teknologi Informasi

X₂ = Keahlian Pemakai

Berhubung data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data seluruh populasi atau menggunakan *sensus*, maka tidak dilakukan uji signifikansi. Menurut Cooper & Schindler (2014:430), uji signifikansi dilakukan untuk menguji keakuratan hipotesis berdasarkan fakta yang dikumpulkan dari data sampel bukan dari data *sensus*. Jadi untuk menjawab hipotesis penelitian, koefisien regresi, yang diperoleh langsung dibandingkan dengan nol, maka H₀ ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien regresi sama dengan nol, maka H₀ diterima.

3.10.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih. Arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan positif negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Karena variabel diteliti adalah data rasio maka teknik *statistic* yang digunakan adalah *pearson sorrelation product moment*.

Menurut Sugiyono (2015:183) rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *pearson*

x = Variabel Independen (*Intellectual capital, E-commerce*)

y = Variabel Dependen (Kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung)

n = Banyak sampel yang diteliti

Koefisien korelasi r menunjukkan derajat korelasi antara variabel independent (X) dan variabel dependent (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu :

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.
2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang di uji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.
3. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

3. 8 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,50-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2019:184)

3.10.4 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63), menyatakan bahwa :

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Hipotesis nol (H_0) merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

3.10.4.1 Uji Parsial (Uji -t)

Pengujian individual ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono, (2017:184) rumus uji t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$\sqrt{1-r^2}$$

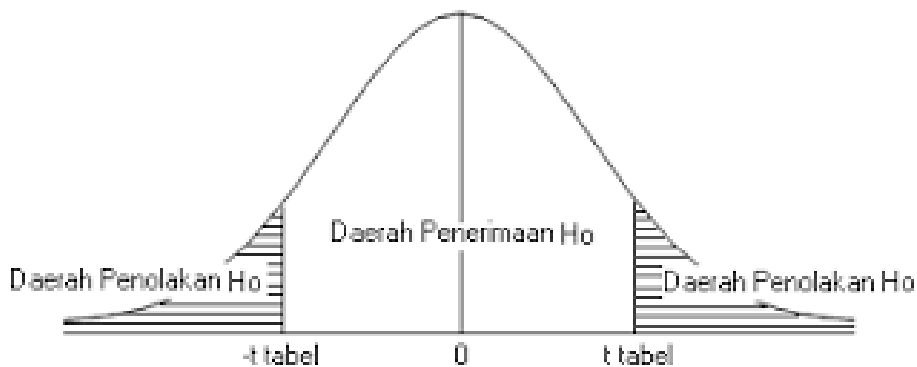
Keterangan :

t = Nilai Uji t

r = Koefisien Korelasi

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel



Gambar 3. 2 Uji t

(Sugiyono, 2017)

Apabila berdasarkan asumsi tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikan 5%. Setelah mendapatkan nilai t_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai t dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t$ atau jika $-t_{hitung} < -t$ atau jika $\alpha < 0,05$
2. Terima H_0 jika $t_{hitung} < t$ atau jika $-t_{hitung} > -t$ atau jika $\alpha > 0,05$

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H_0 : ($\beta_1 \neq 0$) *Intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung

Ho: ($\beta_1 \neq 0$) *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung.

Ho: ($\beta_1 \neq 0$) *Intellectual capital* dan *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Bandung.

3.10.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji -f)

Menurut Ghozali (2016:98) uji kelayakan model yaitu untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan secara keseluruhan terhadap model regresi. Uji pengaruh simultan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{(R^2/k)}{((1 - R^2)/(n - k - 1))}$$

Keterangan :

F = Nilai uji f

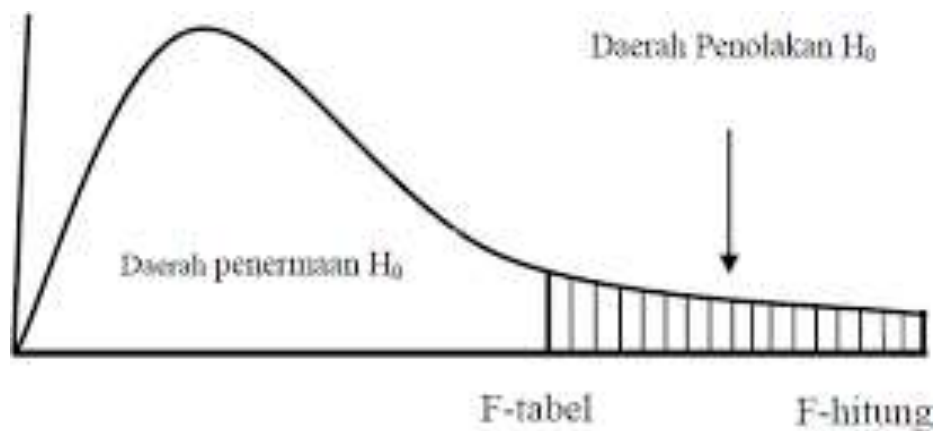
R^2 = Koefisien kerelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah variabel anggota sampel

Setelah mendapatkan nilai f kemudian dibandingkan dengan nilai f dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Adapun kesimpulan yang akan didapat :

- a. Jika $f_{hitung} > f =$ Tolak Ho (terdapat hubungan/berpengaruh signifikan secara simultan)
- b. Jika $f_{hitung} < f_{hitung} =$ $f =$ Gagal tolak Ho (tidak terdapat hubungan/tidak ada pengaruh signifikan secara simultan)



Gambar 3. 3 Uji f (Ghozali, 2016)

3.10.5 Analisis Determinasi

Analisis determinasi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen dan variabel independen. Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan Koefisien Determinasi (KD) menurut Gujarati & Porter (2012:122) adalah sebagai berikut:

$$\text{KD} = \text{Zero Order} \times \beta \times 100\%$$

Keterangan :

K_d = Koefisien Determinasi

Zero Order = Koefisien Korelasi

β = Koefisien beta

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan digunakan Koefisien Determinasi (KD) menurut Sugiyono (2017:257) menyatakan bahwa koefisien determinasi diperoleh

dari koefisien korelasi pangkat dua, sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika KD mendekati nol (0), berarti pengaruh independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.11 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan maupun pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu, kuesioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan tertutup maupun terbuka. Tujuan dilakukannya penyusunan kuesioner ini agar peneliti bisa mengetahui variabel-variabel apa saja yang penting menurut responden.

Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti ini merupakan kuesioner tertutup yaitu jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti. Kemudian kuesioner dibagikan kepada UMKM bidang kuliner di Kota Bandung. Kuesioner ini memuat x pertanyaan berdasarkan dimensi dari tiap indikator sebagaimana yang telah tercantum dalam operasional variabel.