

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah pelaku UKM di Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan mengambil data secara langsung ke lapangan yaitu pelaku UKM yang berada di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pelaku UKM di Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya.

##### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian ini adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono: 2013:58). Sesuai dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi *E-commerce* dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UKM (Survey pada UKM di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya)”, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2013:39), variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel dependen,

disebut juga variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu.

## 2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2013:39), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau dikenal juga sebagai variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah adopsi *e-commerce* dan kinerja UKM.

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel 3.1.

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

No (1)	Variabel (2)	Definisi Variabel (3)	Indikator (4)	Item Pengukuran (5)	Skala (6)
1	Faktor Teknologi (X1)	Faktor yang mempengaruhi pengadopsian <i>e-commerce</i> mengacu pada cara dan struktur teknologi dapat mempengaruhi proses adopsi teknologi.	Keuntungan Relatif Kompabilitas Kompleksitas	- Keunggulan dengan menggunakan <i>e-commerce</i> . - Konsisten dengan nilai-nilai perusahaan sebelumnya. - Cocok dengan keinginan dalam melakukan transaksi. - Kemudahan dalam menggunakan <i>e-commerce</i> . - Merasa kesulitan saat mencoba memahami cara kerja <i>e-commerce</i> .	Ordinal.
2	Faktor Organisasi (X2)	Faktor yang mempengaruhi pengadopsian <i>e-commerce</i>	Kesiapan Teknologi Dukungan Manajemen	- Ketersediaan piranti teknologi. - Komitmen pimpinan. - Kehandalan pimpinan.	Ordinal.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
		yang bersifat organisasional atau timbul dari dalam lingkungan organisasi.	Puncak		
3	Faktor Lingkungan (X3)	Faktor yang mempengaruhi pengadopsian <i>e-commerce</i> yang berasal dari eksternal lingkungan perusahaan.	Konsumen  Pesaing  Pemerintah	- Tuntutan dan dorongan konsumen. - Ketertarikan konsumen - Tuntutan dan dorongan pesaing yang bergerak pada industri sejenis dan pada skala usaha yang sama. - Tekanan dan dorongan pemerintah untuk menggunakan <i>e-commerce</i> dalam menjalankan bisnis. - Pemerintah membantu memberikan segala macambantuan untuk membantu usaha kecil menggunakan <i>e-commerce</i> .	Ordinal.
4	Faktor Individu (X4)	Faktor yang mempengaruhi pengadopsian <i>e-commerce</i> yang berasal dari pemilik/manajer perusahaan.	Kesadaran  Ketertarikan  Minat	- Sadar akan perkembangan teknologi saat ini - Ketertarikan dalam menggunakan <i>e-commerce</i> - Minat dalam menggunakan <i>e-commerce</i>	Ordinal.
5	Adopsi <i>E-commerce</i> (Y)	Semua aktivitas usaha atau bisnis yang dilakukan secara <i>online</i> dengan menggunakan teknologi	Penggunaan  Mengajak yang lain	- Telah menggunakan menggunakan <i>e-commerce</i> . - Belum menggunakan <i>e-commerce</i> - Menyarankan penggunaan <i>e-commerce</i>	Ordinal.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
		informasi berbasis internet.				
6	Kinerja UKM (Y2)	Ukuran prestasi yang diperoleh oleh suatu perusahaan setelah perusahaan tersebut melakukan berbagai aktivitas perusahaan secara menyeluruh.	Kinerja semakin baik Omzet Jumlah Pelanggan	- - -	Peningkatan kinerja yang semakin baik Peningkatan dari segi omzet. Peningkatan dari segi jumlah pelanggan.	Ordinal.

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pelaku UKM di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya. Teknik ini dianggap efisien untuk mengetahui dan mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Observasi digunakan untuk mengumpulkan data-data primer dengan tujuan untuk mencari keterangan atau informasi dari sasaran penelitian

#### 3.2.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber asli (tidak melalui perantara) berdasarkan penelitian langsung di lapangan. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pelaku UKM di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya.

### 3.2.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah pelaku unit UKM di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya yang sudah menggunakan *e-commerce* yaitu sebanyak 210 unit pelaku UKM.

**Tabel 3.2 Populasi Penelitian**

No	Kecamatan	Jumlah UKM
1	Empangsari	33
2	Cikalang	35
3	Tawang Sari	66
4	Kahuripan	54
5	Lengkongsari	22
	<b>Total</b>	<b>210</b>

*Sumber: Dinas Koperasi UMKM, Perindag Kota Tasikmalaya 2019*

Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 67,74 responden dibulatkan menjadi 70 responden, diantaranya:

**Tabel 3.3 Sampel Penelitian**

NO.	NAMA UKM	NO.	NAMA UKM
1	R.M PHOTOSTUDIO	36	SANGUAN
2	KOPERASI PERHUTANI	37	CHURROS YUMMY
3	TELUR	38	KOPMA UNSIL
4	K-14	39	KATENZO
5	COFFEE QUEEN	40	RATU ELMA COLLECTION
6	SHAD	41	JANJI JIWA JILID 338
7	EDIAS CO	42	USAHA JAYA MEUBEL
8	MEMEY CATERING	43	MAFAZAKU
9	HANNER COLLECTION	44	NGAWADUL KOPI
10	GIDANNA SNACK	45	MEUBEL MEKAR MUKTI
11	KITCHEN 68	46	NKRI COFFEE
12	AYAM PADASUKA	47	EVA COLLECTION

13	REDDORZ	48	GISA SHOP
14	TITASIX	49	MEUBEL MEKAR MUKTI
15	MELEBERCAFE.COM	50	ENTIS JAYA BIRD CILOLOHAN
16	MUTIARA FASHION	51	JAPRI
17	ZEBE ALL SHOP	52	SHINTA SALON
18	JASMINE'S FASHION	53	KATAZIE FASHION
19	BIG T GALLERY	54	FITRI COLLECTION
20	MARITZA FASHION	55	MAMOET THAI TEA
21	DNC COLLECTION	56	TOKO RZIQ 99
22	48 STREET KITCHEN & COFFEE	57	GARNIA
23	AMANINA	58	RIEN QUA
24	DASTER 4LYFE	59	BERKAH CELULER
25	AQUAMI	60	MG. CREATIVES
26	JETOS SNACK FOODS	61	LUTHFI SHOP
27	EBEE PRO	62	ALISHA HIJAB
28	WARUNG NASI TO DAN ES CAMPUR IBU TATI	63	SURYA WIJAYA ABADI
29	ABDEE COLLECTION	64	KEDAI ZAYYAN
30	TOKO RIMA	65	CHOBY
31	MAHARANI	66	DAPUR TETENONG
32	SANIA TURSINA	67	ALINA'S KITCHEN
33	MIX FRUIT	68	OMA ICEU
34	CIRENG ENDOL	69	JNJ HANDYCRAFT
35	NACO LESTARI	70	PISCOK AFR

---

### 3.2.2.2 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan studi kepustakaan guna mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian.
2. Penulis melakukan observasi pendahuluan ke lapangan mengenai jumlah UKM yang ada di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya.

3. Penulis melakukan pengumpulan data dengan PDP aktif sehingga responden aktif berpartisipasi dalam proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan wawancara.

### 3.3 Model Penelitian

Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, digunakan rentang kriteria penilaian rata-rata. Kriteria penilaian rata-rata tersebut menggunakan interval untuk menentukan panjang kelas interval, dimana rumus yang digunakan menurut Sudjana (2008: 79) adalah:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Dimana NJI adalah interval untuk menentukan sangat baik, baik, kurang baik, tidak baik atau sangat tidak baik dari suatu variabel.

Langkah selanjutnya adalah untuk menguji hipotesis pada penelitian ini adalah model persamaan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu terhadap adopsi *e-commerce*. Kemudian untuk mengetahui pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UKM menggunakan model persamaan regresi sederhana. Model analisis regresi ini dipilih karena untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan suatu variabel terhadap variabel lainnya. Di dalam analisis tersebut ditentukan suatu persamaan yang menaksir model analisis regresi, sifat hubungan fungsional diantara diantara variabel-variabel yang akan diteliti.

1. Model regresi linear berganda akan digunakan untuk memperlihatkan pengaruh faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu terhadap adopsi *e-commerce* dengan menggunakan model regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_1 \dots \dots \dots (I)$$

2. Model regresi linear sederhana akan digunakan untuk memperlihatkan pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UKM dengan menggunakan model regresi sebagai berikut:

$$Y_2 = a_0 + a_1 Y_1 + e_2 \dots \dots \dots (II)$$

Keterangan:

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = koefisien regresi dari setiap variabel independen

$\beta_0$  = konstanta

$Y_1$  = adopsi *e-commerce*

$Y_2$  = kinerja UKM

$X_1$  = Faktor Teknologi

$X_2$  = Faktor Organisasi

$X_3$  = Faktor Lingkungan

$X_4$  = Faktor Individu

$a_0$  = Konstanta

$a_1$  = Koefisien Regresi

$e_1$  = *error term*

$e_2$  = *error term*

### 3.4 Teknik Analisis Data

#### 3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan yang

terdapat dalam kuesioner mampu menunjukkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk degree of freedom  $d(f) = n - k$  dengan alpha 0,05.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Program SPSS *for Windows* 2.0 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ).

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (Ghozali, 2005:41-42)

### 3.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM di Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Persamaan yang digunakan untuk mengestimasi regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_1$$

Dalam penelitian ini perhitungan model analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS for *Windows Release 2.0*.

### 3.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UKM pada UKM di Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Persamaan yang digunakan untuk mengestimasi regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 Y_1 + e_1$$

Dalam penelitian ini perhitungan model analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS for *Windows Release 2.0*.

### 3.4.4 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji statistik yang digunakan untuk uji normalitas data dalam penelitian ini adalah uji normalitas atau sampel *KolmogorovSmirnov*. Ketentuan dalam pengujian ini yaitu jika nilai Sig. atau nilai probabilitas lebih dari *level of significant* ( $\alpha$ ) maka data berdistribusi normal. Hipotesis uji normalitas yaitu:

Ho : Data yang diuji berdistribusi normal

Ha : Data yang diuji tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengujian:

- a. Jika nilai signifikansi variabel  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika nilai signifikansi variabel  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

## 2. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi nilai data hasil yang diperoleh, melalui uji linieritas akan menentukan analisis regresi yang digunakan. Hipotesis dalam uji ini:

$H_0$  = data tidak linier

$H_1$  = data linier

Keputusan yang diambil adalah:

- a.  $Sig < 0,05$  ;  $H_0$  tidak ditolak.
- b.  $Sig > 0,05$  ;  $H_0$  ditolak.

## 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses mengambil keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terdapat variabel dependen. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) yang hasilnya diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *Variance residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk menguji adanya heterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasi antar *absolute* residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil kolerasi lebih kecil dari 0,005 (5%) maka persamaan regresi mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

#### 3.4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan meliputi uji F (uji signifikansi simultan) dan uji t (uji signifikansi parameter individual).

##### 1. Uji Statistik t

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel dependen. Dalam uji t memasukan rata-rata dan standar deviasi dari dua kelompok pada variabel dan menguji apakah perbedaan numerikal dalam ratarata berbeda secara signifikan dari 0 (nol) sebagaimana didalilkan dalam

Hipotesis dalam uji t ini adalah:

- a.  $H_0 : \beta_i \leq 0$  (Artinya secara parsial faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu berpengaruh tidak signifikan terhadap adopsi *e-commerce*).
- $H_a : \beta_i > 0$  (Artinya secara parsial faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce*).
- b.  $H_0 : \beta_i \leq 0$  (Artinya adopsi *e-commerce* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UKM).
- $H_a : \beta_i > 0$  (Artinya adopsi *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM).

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

- a.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$  dengan kata lain probabilitas  $> 0,05$ , artinya faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu tidak signifikan terhadap adopsi *e-commerce*.
- $H_0$  ditolak jika nilai  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$  dengan kata lain probabilitas  $> 0,05$ , artinya faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu signifikan terhadap adopsi *e-commerce*.
- b.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$  dengan kata lain probabilitas  $> 0,05$ , artinya adopsi *e-commerce* tidak signifikan terhadap kinerja UKM.
- $H_0$  ditolak jika nilai  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$  dengan kata lain probabilitas  $< 0,05$ , artinya adopsi *e-commerce* signifikan terhadap kinerja UKM.

## 2. Uji Statistik F

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikansinya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari lima persen maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam uji F ini adalah:

- a.  $H_0 : \beta_i = 0$  (Artinya secara bersama-sama faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu berpengaruh tidak signifikan terhadap adopsi *e-commerce*)
- b.  $H_a : \beta_i > 0$  (Artinya secara bersama-sama faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce*).

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

- a.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas yaitu faktor teknologi, organisasi, lingkungan dan individu tidak signifikan terhadap variabel terikat yaitu adopsi *e-commerce*.
- b.  $H_0$  ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas yaitu teknologi, organisasi dan lingkungan signifikan terhadap variabel terikat yaitu adopsi *e-commerce*.

### 3.4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Basuki (2016 : 46) nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variasi independen. Keputusan  $R^2$  adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau tidak ada keterkaitan.
2. Nilai  $R^2$  mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau terdapat keterkaitan.