

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian untuk mengungkapkan “Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi COVID-19 Pada Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro” Melihat dari segi data, maka penelitian ini dikategorikan sebagai rancangan penelitian kuantitatif dan kualitatif (*mix method*), yaitu suatu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian.

Sesuai penjelasan yang telah dipaparkan di Bab sebelumnya maka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif (*mix method*). Menurut Sugiyono (2011: 18) *mix method* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu mulai bulan April 2021 hingga selesai. Penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional Variabel adalah digunakan untuk membatasi ruang lingkup atau pengertian variabel-variabel yang akan diteliti. Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran terhadap variabel-variabel serta pengembangan intrumens (alat ukur). Operasional variabel dalam berbagai indikator.

1. Variabel Bebas (*Independen Variabel*)

Variabel bebas (*independen variabel*) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain atau variabel terikat (*dependent variabel*) (Sugiyono 2016:39). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah : sarana komunikasi (X_1), sarana promosi (X_2), dan sarana riset (X_3).

- a. Variabel X_1 Sarana Komunikasi
 - 1) Definisi Konseptual: komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tak langsung melalui media.
 - 2) Definisi Operasional: meliputi indikator (1) pemahaman, (2) kesenangan, (3) pengaruh pada sikap, (4) hubungan semakin baik, yang diukur menggunakan skala likert dan diberikan kepada pelaku UMKM Kelurahan Purwoasri.
- b. Variabel X_2 Sarana Promosi
 - 1) Definisi Konseptual: promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan.
 - 2) Definisi Operasional: meliputi indikator (1) jangkauan promosi, (2) daya tarik promosi, (3) kualitas penyampaian pesan, (4) kuantitas penayangan iklan, yang diukur menggunakan skala likert dan diberikan kepada pelaku UMKM Kelurahan Purwoasri.
- c. Variabel X_3 Sarana Riset
 - 1) Definisi Konseptual: kegiatan penelitian dibidang pemasaran yang dilakukan secara sistematis mulai dari perumusan masalah, penentuan tujuan penelitian dan penarikan kesimpulan berdasarkan data.
 - 2) Definisi Operasional: meliputi indikator (1) tanggapan, (2) strategi, (3) jangkauan pasar, yang diukur menggunakan skala likert dan diberikan kepada pelaku UMKM Kelurahan Purwoasri.

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiono 2016:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah pengembangan UMKM (Y).

a. Variabel Y Perkembangan UMKM

- 1) Definisi Konseptual: Pengembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan.

- 2) Definisi Operasional: meliputi indikator (1) konsumen,(2) produksi, (3) Kuantitas Penjualan,(4) Permintaan,(5) Volume Penjualan, (6) Persaingan, (7) Produk, yang diukur menggunakan skala likert dan diberikan kepada pelaku UMKM Kelurahan Purwoasri.

Tabel 4. Intrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Angket
Sarana Komunikasi (Suranto AW, 2010)	1 Pemahaman 2 Kesenangan 3 Pengaruh Pada Sikap 4 Hubungan yang Semakin Baik	1,2,3,4 5,6 7,8,9,10, 11,12,13,14,15
Sarana Promosi (Hesti Ratnaningrum, 2016)	1 Jangkauan Promosi 2 Daya Tarik Promosi 3 Kualitas Penyampaian Pesan 4 Kuantitas Penayangan Iklan	1,2,3,4 5,6,7,8,9 10,11,12 13,14,15
Sarana Riset (Regina trifena Saerang, 2020)	1. Tanggapan 2. Strategi 3. Jangkauan Pasar	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12,13,14,15
Pengembangan UMKM (Isnaini Nurrohman, 2015)	1. Konsumen 2. Produksi 3. Kuantitas Penjualan 4. Permintaan 5. Omset Penjualan 6. Persaingan 7. Produk	1,2,3,4 5,6 7,8 9 10,11 12,13 14,15

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2016: 117) Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi subjek dan benda-benda alam yang lainnya. Populasi bukan hanya sekedar jumlah pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti tersebut. Dalam Penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelaku UMKM di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro yang telah menggunakan media sosial untuk mengembangkan usahanya berjumlah 45 UMKM, sehingga pengambilan populasi dari jumlah UMKM ini peneliti meminta data jumlah UMKM kepada kantor Kelurahan dan juga mendatangi pelaku UMKM di Kelurahan Purwoasri Metro Utara Kota Metro.

2. Sampel Jenuh (Sampel Sensus)

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2013: 116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel menggunakan metode tertentu agar sampel merepresentasikan atau mewakili dari populasi. Ukuran sampel merupakan banyaknya sample yang akan diambil dari populasi.

Menurut Arikunto (2012:104) teknik sensus adalah jika jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang, maka jumlah sampel diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasi lebih dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya kurang dari 100 orang responden atau tidak lebih dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% dari jumlah populasi pelaku UMKM di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro yang telah menggunakan atau telah memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan usahanya. Sehingga untuk menghitung jumlah sampel yang didapatkan dalam penelitian ini berjumlah 45 responden, dengan demikian penggunaan seluruh populasi dijadikan sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus, dengan nilai signifikansi 5% dan tingkat kepercayaan 95%.

E. Teknik Sampling

Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Menurut Roqu'iyé (2012: 53-54) menyatakan definisi sampel acak sederhana (*simple random sampling*) Adalah cara pengambilan sampel dengan memilih langsung dari populasi dan besar peluang setiap anggota populasi untuk menjadi sampel sangat besar.

Pelaksanaan sampel random disebabkan anggota populasi penelitian ini dianggap homogen karena sampel yang diambil adalah pelaku UMKM yang di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro yang telah menggunakan media sosial untuk mengembangkan usahanya.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung ke objek yang diteliti dengan mencatat data-data yang berkaitan dengan pemasaran yang dibutuhkan dalam penelitian sehingga diperoleh gambaran yang sebenarnya.

Tika (2006, 58) menyebutkan metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena dan pencatatan. Observasi dilakukan peneliti dengan melakukan pengamatan langsung.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah bentuk kegiatan pemerolehan informasi dengan cara melakukan proses tanya jawab antara penanya dengan narasumber (Erwan Juhara,dkk.,2005:97). Kalimat yang digunakan untuk wawancara haruslah singkat, jelas, padat dan tidak bertele – tele.

Setelah wawancara dilakukan, ada hal- hal penting yang perlu diperhatikan antara lain :

- Mencatat hasil-hasil wawancara dengan cepat, singkat, dan tepat.
- Membahas dan memadukan hasil wawancara, yaitu dengan memilah – milah hal penting dan tidak penting.
- Menulis laporan hasil wawancara dengan bahasa yang baik dan lugas.

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan–pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2008 :180).

Di dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terbuka yaitu mengenai materi tanya jawab guna memperoleh data yang dibutuhkan. Adapun objek penelitian yang dilakukan yaitu: pelaku umkm di kelurahan purwoasri kecamatan metro utara kota metro.

3. Metode Dokumentasi

Di dalam KBBI, dokumentasi diartikan sebagai pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan, pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain). Mamik (2015 : 92) menyatakan bahwa dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya tertulis, di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian menyelidiki benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, notulen rapat, dan sebagainya.

Metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Dibandingkan dengan metode lain, metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah (Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik,2015:77-78). Dengan metode dokumen tasi ini peneliti mengumpulkan data dan referensi yang akurat dengan mencari data-data dalam pembahasan penelitian ini, yaitu dapat berupa buku-buku atau dokumentasi mengenai sangkut pautnya dengan umkm di kelurahan purwoasri kecamatan metro utara kota metro.

4. Angket / Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat daftar pertanyaan atau tertulis yang ditujukan kepada responden yang berjumlah 45 UMKM untuk dijawab (Zainatul, 2020: 12). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim dan diisi oleh responden (Burhan Bungin, 2006: 133).

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket. Penilaian ini menggunakan angket terhadap beberapa alternatif pertanyaan setuju- tidak setuju dalam berbagai rentan nilai dan skala yang digunakan untuk mengukur adalah 1-5 sebagaimana tertuang pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner

No	Alternatif	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Sehubungan dengan masalah yang ada dalam penelitian ini, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan alat analisis sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui instrumen benar-benar mengukur hal yang akan diukur. Instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi maka akan dapat mengukur yang hendak diukur. Dalam pengukuran validitas instrumen penelitian ini menggunakan validitas isi dengan cara berkonsultasi kepada para ahli mengenai instrumen, apakah instrumen tersebut disetujui para ahli kemudian dilanjutkan dengan validitas konstruk melalui uji coba dan instrument menggunakan sampel yang berjumlah 45 responden yang berbeda.

Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan, analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan kepada sampel, dan dihitung menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono, 2018:45).

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

Dimana :

r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = banyaknya sampel

X = skor tiap item

Y = skor total variabel

$\sum x$ = Jumlah skor item

Setelah nilai korelasi (r) diperoleh, kemudian nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan dasar pengambilan keputusan adalah valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka alat ukur atau instrumen penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item atau pernyataan pada kuesioner yang sudah valid, diuji dengan rumus *Alpha Cornbach* dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah reliabel jika $\alpha > r_{tabel}$ (0.6).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b t^2} \right]$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen / koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan / banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

$\sigma_b t^2$ = varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis Untuk Regresi (*Cross Section*)

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji kolmogorov smirnov.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah

- Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka distribusi data adalah tidak normal.
- Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka distribusi data adalah normal.

b. Uji Linearitas

Setelah data yang diperoleh sudah normal selanjutnya diuji dengan uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah

- Jika nilai probabilitas ≤ 0.05 , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier.
- Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

3. Uji Persamaan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + e$$

(Sumber :Sugiyono,2016:192)

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X₁ = Sarana Komunikasi

X₂ = Sarana Promosi

X₃ = Sarana riset

a = konstanta

e = error

b₁, b₂, b₃ = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji t. Menurut Imam Ghozali (2013), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha=0,05$).

Jika t hitung lebih besar t tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap terhadap variabel dependen. Sedangkan jika t hitung lebih kecil t tabel maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas maka berpengaruh signifikan, sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai probabilitas maka tidak berpengaruh signifikan. Untuk menguji hipotesis melalui uji t dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan: t = Observasi

r = Koefisien

r^2 = kuadrat koefisien antara variabel x dan y

n = Banyaknya Observasi

c. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F disebut juga uji signifikan serentak (secara simultan). Pada dasarnya uji F ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Y) (Imam Ghozali, 2013:98). Uji f ini dapat dilakukan dengan membandingkan antara f_{hitung} dengan f_{tabel} . Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka hipotesis alternatif diterima atau layak untuk digunakan, demikian pula sebaliknya.

Taraf nyata yang digunakan adalah sebesar 5%. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Jika f_{hitung} lebih besar

f_{tabel} maka variabel independen berpengaruh terhadap terhadap variabel dependen. Sedangkan jika f_{hitung} lebih kecil f_{tabel} maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas maka berpengaruh signifikan, sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai probabilitas maka tidak berpengaruh signifikan.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi (R^2) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Bila nilai determinan (R^2)= 0, maka variasi dari variabel terikat (Y) tidak dapat dijelaskan sama sekali oleh variabel bebas (X). Sedangkan bila nilai determinan (R^2) = 1, maka variasi dari variabel terikat (Y) secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Sehingga baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh nilai determinan (R^2) yang mempunyai nilai antara nol dan satu, perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus (Sigit, 2016:140) sebagai berikut:

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

Dimana:

R^2 : koefisien determinan

r : koefisien korelasi

5. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

1. $H_0 : \beta_1 = 0$: Terdapat pengaruh Sarana Komunikasi (X_1) terhadap Pengembangan UMKM (Y)
 $H_a : \beta_1 < 0$: Tidak terdapat pengaruh Sarana Komunikasi (X_1) terhadap Pengembangan UMKM (Y)
2. $H_0 : \beta_2 = 0$: Terdapat pengaruh Sarana Promosi (X_2) terhadap Pengembangan UMKM (Y).

Ha : $\beta_2 < 0$: Tidak terdapat pengaruh Sarana Promosi (X_2) terhadap Pengembangan UMKM (Y).

3. Ho : $\beta_3 = 0$: Terdapat pengaruh Sarana Riset (X_3) terhadap Pengembangan UMKM (Y).

Ha : $\beta_3 < 0$: Tidak terdapat pengaruh Sarana Riset (X_3) terhadap Pengembangan UMKM (Y).

4. Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: Terdapat pengaruh secara simultan antara Sarana Komunikasi (X_1), Sarana Promosi (X_2), dan Sarana Riset (X_3) terhadap Pengembangan UMKM (Y).

Ha : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 < 0$: Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Sarana Komunikasi (X_1), Sarana Promosi (X_2) Sarana Riset (X_3) terhadap pengembangan UMKM (Y).