

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh Digitalisasi bisnis terhadap pertumbuhan usaha pada Sentra UMKM Topi Rahayu Kab Bandung. Menurut Uma dan Roger (2013:74) variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) baik secara positif maupun negatif. Sedangkan menurut McDaniel and Gate (2015) mendefinisikan variabel bebas sebagai sebuah simbol atau konsep dimana peneliti memiliki beberapa *control* yang dihipotesiskan untuk menyebabkan atau mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah Digitalisasi bisnis (X), variabel terikat (*dependent variable*) dalam peneliti yang bertujuan untuk memahami dan mengGambarkan variabel dependen, atau untuk menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah pertumbuhan usaha (Y).

Penelitian ini dilakukan pada 10 Agustus 2021 terhadap Sentra UMKM Topi Rahayu dengan lokasi di Desa Rahayu, Kecamatan margaasih, Kab Bandung. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pemilik dan pengusaha di Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu sebagai responden. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study*, karena membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Menurut Uma dan Roger (2016) *cross sectional study* adalah sebuah studi yang dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, dalam periode beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma dan Roger (2016) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu. Sedangkan penelitian verifikatif Menurut Uma dan Roger (2016) penelitian verifikatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab dan akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh Gambaran.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Uma dan Roger (2016) mendefinisikan metode penelitian sebagai suatu pendekatan umum untuk mengumpulkan data yang menentukan apakah kesimpulan kausal dapat ditarik. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Menurut Malhotra (2013) Kuantitatif dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari seluruh populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variabel terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti yang diantaranya ini Digitalisasi bisnis (X), sebagai variable bebas dengan sub variable *strategy* (X_1), *culture* (X_2), *organisation* (X_3) *processes* (X_4), *technology* (X_5), *customers & partners* (X_6), Pertumbuhan usaha (Y) bertindak sebagai variable terikat (*dependen variable*). Secara lengkap dalam penelitian ini, disajikan pada Tabel 3.1 di bawah ini.

TABEL 3. 1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel 1	Dimensi 2	Indikator 3	Ukuran 4	Skala 5	No. Item 6
Digitalisasi bisnis (X) adalah inovasi pada sistem bisnis yang memberikan kemudahan pada pengguna yang mana diberikan untung karena pengguna bisa mengakses	<i>Strategy</i> (X_1) Segala hal yang berfokus mengidentifikasi strategi yang berfokus pada identifikasi peran digitalisasi dalam strategi bisnis (Melvin Weisbord, 1978)	Kesiapan Sistem yang akan digunakan dalam menjalankan bisnis	Tingkat Kesiapan Sistem yang akan digunakan dalam menjalankan bisnis	Ordinal	1
		Kelangsungan hubungan antar satu bagian pada bagian	Tingkat Kelangsungan hubungan antar satu bagian pada bagian	Ordinal	2

Variabel 1	Dimensi 2	Indikator 3	Ukuran 4	Skala 5	No. Item 6
dimanapun berapa tanpa batas ruang dan waktu tinggal menyambungkan dengan koneksi internet untuk mengakses ke system (Melvin Weisbord, 1978)		Ketersediaan Penyediaan bantuan pelayanan	Tingkat Ketersediaan Penyediaan bantuan pelayanan	Ordinal	3
		Pengelolaan kemampuan dalam optimalisasi bisnis	Tingkat Pengelolaan kemampuan dalam optimalisasi bisnis	Ordinal	4
		Pelayanan digital dalam perencanaan bisnis	Tingkat Pelayanan digital dalam perencanaan bisnis	Ordinal	5
<i>Culture (X2)</i> Segala hal yang berfokus mengidentifikasi tingkat digitalisasi dalam budaya organisasi. Pertanyaan tentang adopsi budaya diangkat di tingkat karyawan dan manajerial (Melvin Weisbord, 1978)		Keikutsertaan Digitalisasi pada trend bisnis	Keikutsertaan Digitalisasi pada trend bisnis	Ordinal	6
		Kekuatan sistem dalam menyediakan kepercayaan pelanggan	Tingkat Kekuatan sistem dalam menyediakan kepercayaan pelanggan	Ordinal	7
		Tersedianya pekerja yang hadir dalam mengatur pelayanan	Tersedianya pekerja yang hadir dalam mengatur pelayanan	Ordinal	8
		Ketersediaan bahasa yang sesuai dengan keberagaman pelanggan	Ketersediaan bahasa yang sesuai dengan keberagaman pelanggan	Ordinal	9
		Ketersediaan dalam bantuan budaya pelanggan	Ketersediaan dalam bantuan budaya pelanggan	Ordinal	10
<i>Organisation (X3)</i> Segala hal yang berfokus mengidentifikasi bagaimana digitalisasi dikembangkan di seluruh organisasi (Melvin Weisbord, 1978)		Ketersediaan kotak saran yang bisa diakses dari rumah	Ketersediaan kotak saran yang bisa diakses dari rumah	Ordinal	11
		Ketersediaan pelatihan atupun tutorial penggunaan layanan	Ketersediaan pelatihan atupun tutorial penggunaan layanan	Ordinal	12
		Keberadaan pembeda ataupun cirihas pelayanan	Keberadaan pembeda ataupun cirihas pelayanan	Ordinal	13

Variabel 1	Dimensi 2	Indikator 3	Ukuran 4	Skala 5	No. Item 6
			dalam pelayanan		
		Terdapatnya rancangan model bisnis	Keberadaan rancangan model bisnis	Ordinal	14
		Tersedianya sistem aplikasi perolehan informasi dan	Kecepatan Tersedianya sistem aplikasi perolehan informasi dan	Ordinal	15
	<i>Processes (X4)</i>	Ketersediaan informasi dalam penyediaan layanan	Ketersediaan informasi dalam penyediaan layanan	Ordinal	16
	Segala hal yang berfokus pada mengidentifikasi bagaimana digitalisasi berkontribusi pada organisasi (Melvin Weisbord, 1978)	Ketersediaan informasi dalam menganalisis kelebihan	Ketersediaan informasi dalam menganalisis kelebihan	Ordinal	17
		Ketersediaan informasi mengenai Bisnis	Ketersediaan informasi mengenai Bisnis	Ordinal	18
		Ketersediaan pengetahuan dalam mengelola bisnis	Ketersediaan pengetahuan dalam mengelola bisnis	Ordinal	19
		Tersedianya harapan akan proses digitalisasi	Ketersedianya harapan akan proses digitalisasi	Ordinal	20
	<i>Technology (X5)</i>	Ketersediaan solusi dalam pengantara barang digital	Ketersediaan solusi dalam pengantara barang digital	Ordinal	21
	Segala hal yang berfokus pada mengidentifikasi cara-cara di mana teknologi digabungkan dalam organisasi saat ini. (Melvin Weisbord, 1978)	Ketersediaan komunikasi dan penjualan digital	Ketersediaan komunikasi dan penjualan digital		22
		Kemudahan dalam menemukan informasi bisnis	Kemudahan dalam menemukan informasi bisnis	Ordinal	23
		Tersedianya perangkat yang memumpuni proses digitalisasi	Ketersedianya perangkat yang memumpuni proses digitalisasi	Ordinal	24

Variabel 1	Dimensi 2	Indikator 3	Ukuran 4	Skala 5	No. Item 6
		Ketersediaan teknologi terbaru	Ketersediaan teknologi terbaru	Ordinal	25
		Kemampuan dalam menyaingi pesaing	Tingkat Kemampuan dalam menyaingi pesaing	Ordinal	26
	Customers & Partners (X6)	Keterbukaan dalam menerima ide baru	Tingkat Keterbukaan dalam menerima ide baru	Ordinal	27
	Segala hal yang berfokus pada identifikasi peran pelanggan dan mitra dalam pengembangan bisnis digital perusahaan (Melvin Weisbord, 1978)	Ketersediaan peran pelanggan dalam tujuan bisnis	Ketersediaan peran pelanggan dalam tujuan bisnis	Ordinal	28
		Terdapat dampak dari adanya sistem Digitalisasi bisnis	Ketersediaan dampak dari adanya sistem Digitalisasi bisnis	Ordinal	29
		Keterhubungan bisnis dengan proses digitalisasi	Tingkat Keterhubungan bisnis dengan proses digitalisasi	Ordinal	30
Pertumbuhan usaha (Y)	Continuing excellent service costumerns	Pengulangan pembelian konsumen	Tingkat Pengulangan pembelian konsumen	Ordinal	31
Pertumbuhan usaha adalah yang menunjukkan tanda tanda yang terlihat kecendreungan untuk memperluas operasi usaha secara signifikan (Wilson, 2003)	Merupakan pelayanan prima yang diberikan kepada pelanggan	Ketidak berpindahan konsumen terhadap produk lain	Tingkat Ketidak berpindahan konsumen terhadap produk lain	Ordinal	32
		Rujukan dari pelanggan yang puas	Tingkat Rujukan dari pelanggan yang puas	Ordinal	33
		Kercapainya laba usaha yang berkelanjutan	Tingkat Kercapainya laba usaha yang berkelanjutan	Ordinal	34
	Internal operations effectively and Efficiently	Kemampuan usaha dalam mengontrol biaya perunit	Tingkat Kemampuan usaha dalam mengontrol biaya perunit	Ordinal	35

Variabel 1	Dimensi 2	Indikator 3	Ukuran 4	Skala 5	No. Item 6
	Adalah perusahaan yang tumbuh, seorang wirausahawan menentukan ketinggian yang bisa dipanjat perusahaan	Kemampuan dalam menghasilkan laba bersih sesuai harapan	Tingkat Kemampuan dalam menghasilkan laba bersih sesuai harapan	Ordinal	36
	<i>Has a track record of sustained profitabi</i> Merupakan kemampuan	Kemampuan untuk mencapai keuntungan usaha yang berkelanjutan	Tingkat Kemampuan untuk mencapai keuntungan usaha yang berkelanjutan	Ordinal	37
	<i>Have sufficient credibility to raise the necessary finance externally</i> Merupakan kreadibilitas dalam pembiayaan yang diberikan oleh pihak eksternal	Kemampuan untuk dapat dipercaya pihak lain dalam mendapatkan modal	Tingkat Kemampuan untuk dapat dipercaya pihak lain dalam mendapatkan modal	Ordinal	38

Sumber: Hasil dari Berbagai Sumber

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu :

1. Data Primer

McDaniel dan Gates (2015) menyebutkan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penelitian. Uma dan Roger (2016) menyebutkan sebagai data yang dikumpulkan secara langsung untuk analisis dan mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan dari pengusaha mengenai *strategy (X₁)*, *culture (X₂)*, *organisation (X₃) processes (X₄)*, *technology (X₅)*, *customers & partners (X₆)*, serta pertumbuhan usaha.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang bisa mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (McDaniel & Gates, 2015). Sedangkan menurut Uma dan Roger (2016) data

sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 berikut.

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO.	JENIS DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1.	Jumlah Umkm Di Kabupaten Bandung Tahun 2018 - 2021	Dinas Koperasi Provinsi Jawa Barat	Sekunder
2.	Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kab Bandung Tahun 2017-2021	Badan Pusat Statistik (BPS) Kab.Kab Bandung	Sekunder
3.	Perkembangan Jumlah Umkm Sentra Topi Rahayu Kab Bandung Tahun 2019-2021	Koperasi Sentra UMKM Topi Rahayu Kab Bandung	Sekunder
4.	Kapasitas Produksi Sentra Umkm Topi Rahayu Kab Bandung Tahun 2016-2020	Koperasi Sentra UMKM Topi Rahayu Kab Bandung	Sekunder
5.	Volume Penjualan Sentra Umkm Topi Rahayu Kab Bandung Tahun 2019-2021	Koperasi Sentra UMKM Topi Rahayu Kab Bandung	Sekunder
7.	Tanggapan terhadap Variable Digitalisasi bisnis	Hasil Pengolahan Angket	Primer
8.	Tanggapan terhadap Variable Pertumbuhan Usaha	Hasil Pengolahan Angket	Primer

Sumber : Pengolahan data, 2023

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi menurut Yusuf (2016) adalah keseluruhan manusia yang terdapat dalam area yang telah ditetapkan Sebelum menetapkan populasi sebaiknya memahami karakteristik populasi seperti individu, objek, maupun kejadian yang terdapat dalam lokasi kejadian. Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai sasaran penelitiannya atau populasi sasaran (*target population*), populasi target merupakan total keseluruhan objek yang bersifat umum sesuai dengan karakteristik yang diinginkan (Fathnur Sani K, 2016), Data populasi tersebut dapat digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan dalam pengujian hipotesis populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengusaha Industri Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung pada tahun 2022 yang berjumlah 77 pengusaha menurut data dari Koperasi Topi Rajut Rahayu Kab Bandung Tahun 2022.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Naresh K. Maholtra (2010) sampel adalah sub kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sementara menurut Arifin (2014)

sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diselidiki, atau didefinisikan sebagai populasi dalam bentuk mini (*miniature population*). Sampel harus mewakili dan *representative*, maka setiap subjek didalam populasi diupayakan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sebuah sampel. (Arikunto, 2002) memberikan pendapat sebagai berikut “jika peneliti memiliki beberapa ratus subjek dalam populasi, maka mereka dapat menentukan kurang lebih 25-30% dari jumlah populasi tersebut. Jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi antara 100-150 orang, dan dalam pengumpulan data penelitian menggunakan angket, sebaiknya subjek diambil seluruhnya. Berdasarkan pendapat diatas dan melihat jumlah Unit UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung tidak lebih dari 150 unit UMKM, yaitu terdapat 77 pengusaha maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari populasi penelitian. Maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 77 responden atau menggunakan seluruh jumlah populasi (sampel jenuh).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Uma (2016) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu Digitalisasi bisnis serta pertumbuhan usaha.
2. Observasi merupakan suatu proses kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya adalah proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2013). Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung.
3. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara sering

digunakan oleh para sistem analis karena dirasakan sangat efektif dan bisa menghasilkan informasi yang relevan (Mulyani, 2017). Teknik wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan maksud mendapatkan informasi dengan mengenai implementasi Digitalisasi bisnis kepada pihak pengusaha di Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung.

4. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Asep Saepul, 2015) Sebagaimana angket yang akan penulis sebarakan ditujukan kepada pengusaha Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung. Penyebaran angket dilakukan secara *online* melalui *google form* yang dikirim secara langsung kepada responden yang telah ditentukan. Angket tersebut berisi pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai *implementasi* Digitalisasi bisnis serta pertumbuhan usaha pada Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.3 berikut:

TABEL 3. 3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Koperasi Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung.
2	Observasi	Pelaksanaan implementasi Digitalisasi bisnis, Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung.
3	Kuisisioner	Pengusaha Sentra UMKM Topi Rajut Rahayu Kab Bandung.
4		Teori, Digitalisasi dan pertumbuhan usaha

Sumber : Hasil Pengolahan Data Sekunder dan Primer, 2022

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel ini *Digitalisasi bisnis*(X), dengan dimensi *strategy* (X_1), *culture* (X_2), *organisation* (X_3) *processes* (X_4), *technology* (X_5), *customers & partners* (X_6), Terdapat pengaruh atau tidak terhadap variable pertumbuhan usaha (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu

dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uma dan Roger (2016) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:575)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Distribusi data variabel X dan/atau Y setiap item jawaban ke *Data View*;
- b. Klik *Variabel View*, lalu isi kolom *Name* dengan nama sesuai item;
- c. Klik *Analyze*, pilih *Correlate*, pilih *Bivariate*;
- d. Sorot semua item yang tersedia dengan total masing-masing variabel, pindahkan ke kolom *Variables*:

- e. Lalu tentukan uji *Correlate*, centang bagian *Pearson*, *Two-tailed* dan *Flag significant correlations*;
- f. Klik OK, maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika rhitung lebih besar dari pada rTabel atau ($\text{rhitung} > \text{rTabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika rhitung lebih kecil atau sama dengan dari pada rTabel atau ($\text{rhitung} \leq \text{rTabel}$).

3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas

Hasil uji coba pengujian validitas pada variabel Digitalisasi bisnis (X) dan variabel Pertumbuhan usaha (Y) berdasarkan jawaban responden atas pernyataan pada item instrumen yang diajukan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 23.0 for Windows dan uji ststistik t yang dilakukan dengan bantuan Microsot Excel 2016 for Windows 10. Jumlah pertanyaan untuk variabel X sebanyak 30 item dan variabel Y sebanyak 8 item. Berdasarkan kuisioner yang diuji pada 35 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ($df = n - 2$) ($35 - 2 = 33$), maka diperoleh nilai rTabel sebesar 0.3338 dari Tabel hasil pengujian (Sugiyono, 2017). Berikut hasil uji validitas variabel Digitalisasi bisnis (X) ditunjukkan pada Tabel di bawah ini.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X (DIGITALISASI BISNIS)

No	Pernyataan	r hitung	r Tabel	Ket
<i>Strategy</i>				
1	Kemampuan perusahaan dalam mengelola bisnis.	0.448	0,3338	Valid
2	Perusahaan memiliki strategi dalam meningkatkan aktivitas perusahaan secara terstruktur.	0.503	0,3338	Valid
3	Kemampuan perusahaan dalam mengelola pelayanan.	0.610	0,3338	Valid
4	Kemampuan perusahaan dalam mengoptimalisasi bisnis.	0.592	0,3338	Valid
5	Konsumen mudah untuk menggunakan website.	0.447	0,3338	Valid
<i>Culture</i>				
6	Perusahaan memiliki kendali dari setiap akun social media.	0.627	0,3338	Valid
7	Konsumen selalu dipertahankan karna perusahaan memiliki kemampuan.	0.445	0,3338	Valid
8	Kemudahan membaca website perusahaan.	0.376	0,3338	Valid
9	Di dalam website terdapat kata dan Gambar yang	0.464	0,3338	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r Tabel	Ket
	menarik konsumen.			
10	Layout yang terdapat pada website menarik konsumen.	0.635	0,3338	Valid
Organisation				
11	Kotak saran dan keluhan dimaksimalkan oleh perusahaan.	0.376	0,3338	Valid
12	Konsumen dengan mudah membaca website perusahaan.	0.464	0,3338	Valid
13	Perusahaan melakukan pelayanan sesuai SOP.	0.635	0,3338	Valid
14	Perusahaan memiliki rancangan model bisnis.	0.608	0,3338	Valid
15	Pelanggan terdahulu dapat membuktikan testimoni positif terhadap perusahaan.	0.658	0,3338	Valid
Processes				
16	Informasi produk dapat dipahami oleh konsumen.	0.663	0,3338	Valid
17	Perusahaan bersifat terbuka terhadap masukan.	0.553	0,3338	Valid
18	Identitas dan kontak perusahaan terdapat pada website.	0.410	0,3338	Valid
19	Ketersediaan pengetahuan untuk memajukan perusahaan.	0.598	0,3338	Valid
20	Setiap bulan website perusahaan mendapatkan banyak pengunjung.	0.717	0,3338	Valid
Technology				
21	Perusahaan memiliki solusi dalam mengantarkan barang digital kepada pelanggan.	0.672	0,3338	Valid
22	Kemudahan berkomunikasi antara perusahaan dan konsumen.	0.415	0,3338	Valid
23	Kemudahan perusahaan dalam mengakses informasi bisnis.	0.577	0,3338	Valid
24	Memiliki akses teknologi terbaru untuk meningkatkan perusahaan.	0.685	0,3338	Valid
25	Perusahaan memanfaatkan teknologi terbaru.	0.598	0,3338	Valid
26	Kemampuan perusahaan dalam menyaingi pesaing.	0.800	0,3338	Valid
Costomers & Partners				
27	Perusahaan bersifat terbuka terhadap masukan.	0.625	0,3338	Valid
28	Konsumen dapat dianalisa oleh perusahaan	0.697	0,3338	Valid
29	Konsumen memberikan rating dan feedback yang tinggi.	0.590	0,3338	Valid
30	Konsumen dapat dianalisa dengan mudah oleh perusahaan melalui website.	0.792	0,3338	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023 (Menggunakan SPSS 22.0 for Windows)

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y (PERTUMBUHAN USAHA)

No	Pernyataan	r hitung	r Tabel	Ket
<i>Continuing excellent service customers</i>				
1	Pengulangan pembelian dilakukan oleh konsumen.	0.638	0,3338	Valid
2	Pembelian produk yang sama dilakukan oleh konsumen.	0.357	0,3338	Valid
3	Konsumen dapat melihat testimoni positif dari pelanggan terdahulu.	0.685	0,3338	Valid
4	Kemampuan perusahaan dalam mencapai laba yang berkelanjutan.	0.403	0,3338	Valid
<i>Internal opration effectively and Efficiently</i>				
6	Mudah untuk mengatur harga produk.	0.758	0,3338	Valid
7	Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sesuai yang diharapkan.	0.772	0,3338	Valid
<i>Has a track record of sustained profitability</i>				
11	Kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan usaha yang berkelanjutan..	0.818	0,3338	Valid
<i>Have sufficient creadibility to raise the necessary finance externally</i>				
16	Perusahaan memiliki kemampuan dapat dipercaya dalam mendapatkan modal.	0.796	0,3338	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023(Menggunakan SPSS 22.0 for Windows).

3.2.6.3 Pengujian Reabilitas

Birks & Nunan (2017) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama. Sedangkan U Sekaran & Bougie (2016) reliabilitas adalah bahwa tes tentang seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apa pun yang diukur.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α). Menurut U Sekaran & Bougie (2016) *Cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Peguian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

Sumber : U Sekaran & Bougie (2016:289)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

St^2 = varians total

$\sum Sb^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai

$\sum \sigma^2$ 2 varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

$$S^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber : N K Malhotra et al., (2013:435)

Keterangan :

n = jumlah sampel

S^2 = nilai varians

$\sum x^2$ = jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{Tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{Tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan tidak reliabel

3.2.6.4 Hasil Pengujian Reabilitas

Berdasarkan jumlah kuisisioner yang diuji kepada 35 responden dengan tingkat signifikansi 5 % dan derajat kebebasan ($df = n-2$) ($35-2= 33$) didapatkan nilai r_{Tabel} 0,098. Hasil pengujian reliabilitas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS 22.0 for Windows diketahui bahwa semua variabel reliabel karena memiliki r hitung lebih besar dari r_{Tabel} (Sugiyono, 2017). Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel mengenai hasil pengujian reliabilitas.

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	R hitung	R Tabel	Keterangan
----	----------	----------	---------	------------

1	<i>Strategy</i>	0,929	0,3338	Reliabel
2	<i>Culture</i>	0,906	0,3338	Reliabel
3	<i>Organisation</i>	0,909	0,3338	Reliabel
4	<i>Processes</i>	0,930	0,3338	Reliabel
5	<i>Technology</i>	0,929	0,3338	Reliabel
6	<i>Customers & partners</i>	0,918	0,3338	Reliabel
7	<i>Pertumbuhan usaha</i>	0,931	0,3338	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023 (Menggunakan SPSS 22.0 for Windows)

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran, 2003). Sugiyono (2013) mengatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variable seluruh responden, menyajikan data dari setiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013).

Hal yang akan diteliti yaitu Digitalisasi bisnis pengaruhnya terhadap pertumbuhan usaha. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian, kemudian analisis data dapat dilakukan setelah kuesioner seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuisioner dimana data mentah (*raw data*) diperiksa dari kesalahan yang dilakukan oleh pewawancara atau responden. P.
2. *Skoring*, yaitu menghitung bobot nilai dengan skala Ordinal. Jawaban setiap item gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif sebagai berikut.

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi/ Sangat Baik/ Sangat Sering	Rentan Jawaban							Sangat Rendah/ Sangat Buruk/ Sangat Jarang
		(+)	7	6	5	4	3	2	

Sumber: Modifikasi dari Sekaran & Bougie (2013)

3. Mengubah data ordinal menjadi data interval, seperti yang dijelaskan dalam operasional variable bahwa data penelitian ini masih berskala ordinal maka diperlukan pengubahan skala data kedalam interval dengan menggunakan teknik MSI (*Method Success Interval*), karena analisis data hanya dapat menggunakan data yang berskala interval (Al-Rasyid, 1994) sebagai berikut:
 - a. Menghitung frekuensi (f) pilihan jawaban responden disetiap pernyataan.
 - b. Menghitung proporsi (p) dari setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
 - c. Menghitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pernyataan berdasarkan pada proporsi responden.
 - d. Menentukan batas nilai Z (Tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pernyataan.
 - e. Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\begin{aligned} & \text{Scale value} \\ & = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{area below lower limit})} \end{aligned}$$

- f. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value minimum} + 1$$
4. Tabulasi, yaitu suatu proses sederhana untuk menghitung jumlah observasi yang diklasifikasikan kedalam beberapa kategori. Kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk Tabel yang berguna.

TABEL 3.8
TABULASI DATA PENELITIAN

Resp.	Skor Item						Total
	1	2	3	4	...	N	
1							
2							
...							
...							

Pengujian, untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode eksplanatif, maka dilakukan analisis regresi linier sederhana. Karena penelitian ini menganalisis hubungan korelasi dua variabel, yaitu Digitalisasi bisnis (X) dan Pertumbuhan usaha (Y).

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif atau disebut juga statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2014). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Adapun analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik persentase. Langkah-langkah cara pengujian analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- a. Analisis deskriptif Digitalisasi bisnis (X) terfokus pada penelitian terhadap Digitalisasi bisnis yang melalui: *strategy (X₁), culture (X₂), organisation (X₃) processes (X₄), technology (X₅), customers & partners (X₆),*
- b. Analisis deskriptif pertumbuhan usaha (Y) terfokus pada penelitian terhadap pertumbuhan usaha yang melalui: *1) continuing excellent service to customers, 2) internal operations effectively and efficiently, 3) has a track record of sustained of profitabilty, dan 4) have sufficient credibility to raise the necessary finance externally.*

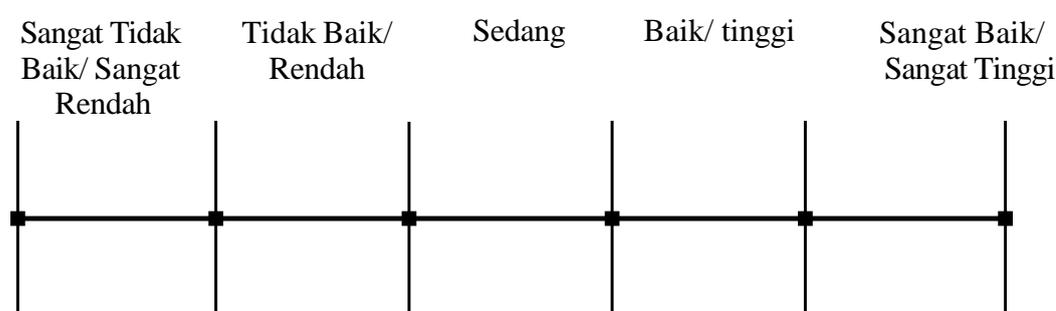
2. Garis Kontinum

Garis kontinum adalah garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur, dan menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti, sesuai instrumen yang digunakan. Proses kegiatan penelitian membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti angket. Angket berisikan berbagai pernyataan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian (Sugiyono, 2014). Jumlah pernyataan yang dimuat dalam angket penelitian cukup banyak sehingga diperlukan *skoring* untuk memudahkan dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Sebagaimana dalam *skoring* pada angket harus memenuhi ketentuan. Adapun kriteria untuk rumus untuk mencari hasil skor ideal (Sugiyono, 2014) dengan menggunakan rumus berikut:

Nilai Indeks Maksimum = Skor Interval Tertinggi x Jumlah Item Pertanyaan

$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Minimum} &= \frac{\text{Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden}}{\text{Skor Interval Terendah} \times \text{Jumlah Item Pertanyaan}} \\ \text{Jarak Interval} &= \frac{\text{Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden}}{[\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}] : \text{Skor}} \\ \text{Interval Persentase Skor} &= \frac{[(\text{Total Skor}) : \text{Nilai Maksimum}] \times 100}{\text{Skor}} \end{aligned}$$

Berdasarkan skala alternatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan nilai maksimum sebesar lima dan nilai minimum sebesar satu, maka garis kontinum dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Sumber: (Modifikasi Sugiyono 2014:135)

GAMBAR 3.1
GARIS KONTINUM

TABEL 3.9
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN DATA DESKRIPTIF

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0% - 19,99%	Tidak Seorangan
2	20% - 39,99%	Sebagian Kecil
4	40% - 59,99%	Setengahnya
5	60% - 79,99%	Sebagian Besar
7	80% - 100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985)

3.2.7.2 Analisis Verivikatif

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknis analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu teknis analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel

dependen (Y) dan mengetahui arahnya apakah berarah positif ataupun berarah negatif.

Teknik analisis data verifikatif yang digunakan untuk melihat digitalisasi bisnis (X) berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha (Y) dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana maka dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Menurut Rohmana (2010) uji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui uji t hanya akan valid jika residual yang didapatkan mempunyai distribusi normal. Untuk mengetahui apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak, salah satunya dapat dilakukan dengan cara uji statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 (>0.05) maka dapat dikatakan hasil residualnya berdistribusi normal. Dengan menggunakan rumus berikut :

$$KD : \frac{1,36 n1 + n2}{n1 + n2}$$

(Sugiono, 2017 : 257)

Keterangan:

KD = Jumlah Kolmogorov-Smirnov yang dicari

n1 = Jumlah Sampel yang diperoleh

n2 = Jumlah Sampel yang diharapkan

Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$).

Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada (P

2) Uji Linearitas

Dalam penelitian ini, digunakan metode uji linearitas untuk memilih model regresi yang sesuai. Tujuan dari uji linearitas ini adalah untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier antara variabel digitalisasi bisnis (X) dan variabel pertumbuhan usaha (Y) yang akan diuji. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas, maka model regresi linear tidak dapat digunakan. Keputusan mengenai hasil uji linearitas diambil dengan menggunakan tingkat signifikansi $< 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat

hubungan linier antara kedua variabel tersebut. Namun, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel tersebut dianggap tidak linier (Priyatno 2010). Dengan menggunakan rumus berikut :

$$F_{mg} = \frac{RK_{mg}}{RK_{m2}}$$

(Priyatno, 2010 : 73)

Keterangan:

X^2 = Chi Kuadrat

F_o = Frekuensi yang diobservasi

F_h = Frekuensi yang diharapkan

3) Uji regresi linear sederhana

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana. Tujuan analisis regresi linear sederhana adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas yaitu metacognitive awareness dengan variabel terikat yaitu hasil belajar. Penelitian ini menggunakan alat bantu program komputer SPSS versi 26. Adapun rumus regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

(Sugiono, 2017 :261)

4) Menghitung variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2 Y(x_1, x_2, x_3, x_4)}$$

Untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh terhadap pertumbuhan usaha digunakan pedoman interpretasi koefisien tertentu. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel eksogen sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien.

Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan dengan menggunakan rumus *Guilford* pada Tabel 3.7 sebagai berikut:

TABEL 3.10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH
(GUILFORD)

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0 % - 19,99 %	Sangat Lemah
20 % - 39,99 %	Lemah
40 % - 59,99 %	Sedang
60 % - 79,99 %	Kuat
80 % - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:231)

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis jalur. Untuk mencari hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang dicari hubungannya. Kolerasi merupakan angka yang menunjukkan arah kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Menurut Sugiyono (2013) “Hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian”.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan n-k serta berada pada uji dua pihak. Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik berdasarkan pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2013) adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dimensi Digitalisasi bisnis terhadap pertumbuhan usaha. Hipotesis utamanya adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh Digitalisasi bisnis terhadap pertumbuhan usaha secara simultan.

$H_a : \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh Digitalisasi bisnis terhadap pertumbuhan usaha secara simultan.