

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di sektor kuliner yang berada di Kota Bandung. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana literasi bisnis digital memengaruhi keberlanjutan usaha para pelaku UMKM kuliner, khususnya dalam penggunaan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, aplikasi keuangan digital, serta perangkat promosi online lainnya. Responden dalam penelitian ini merupakan pemilik atau pengelola utama usaha kuliner yang telah berdiri minimal selama satu tahun dan telah menggunakan atau terpapar teknologi digital dalam operasional usahanya. Objek penelitian ini dipilih menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria UMKM kuliner yang aktif beroperasi di Kota Bandung, memiliki akses terhadap teknologi digital, dan telah menjalankan usahanya secara konsisten. Karakteristik objek penelitian ini mencakup usaha mikro hingga menengah yang bergerak di bidang makanan dan minuman lokal seperti warung makan, kafe, katering, dan pedagang makanan online, serta menghadapi tantangan digitalisasi dalam promosi, pemasaran, dan pengelolaan usaha.

3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Survei dilakukan dengan memberikan kuesioner dalam bentuk formulir elektronik menggunakan Googleform, yang menampilkan pertanyaan serta pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden. Dari segi waktu pelaksanaan, penelitian ini menerapkan studi cross-sectional, di mana data dikumpulkan, diolah, dianalisis, dan kesimpulan ditarik dalam satu periode waktu tertentu (Sekaran & Bougie, 2020).

Melalui metode ini maka nantinya data yang diperoleh dilapangan ialah dalam bentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggabungkan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran dari literasi digital dan keberlanjutan usaha di Kota Bandung. Begitupun dengan penelitian verifikatif, dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan

usaha. Metode ini dipilih karena mampu menangkap data yang lebih kompleks dan kaya. Untuk penelitian ini, desain kausalitas digunakan. Tujuan dari desain ini adalah untuk menemukan hubungan sebab-akibat atau hubungan saling mempengaruhi antara program atau pelatihan yang dibuat oleh pemerintah melalui literasi bisnis digital.

3.3 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel, juga dikenal sebagai definisi operasional, merujuk pada instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu konsep atau variabel dalam konteks fenomena yang didasarkan pada karakteristik variabel tersebut dan dapat diamati (Silalahi, 2010). Penting untuk menyusun daftar variabel penelitian guna memperjelas dan mendiskusikan masalah serta tujuan penelitian (Sekaran & Bougie, 2020). Variabel-variabel tersebut meliputi:

1. Variabel Independen

Perubahan yang terjadi pada variabel dependen umumnya dipengaruhi oleh variabel independen, yang sering disebut sebagai variabel bebas atau variabel penyebab. Variabel independen merupakan faktor yang berdiri sendiri karena keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian, melainkan justru memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah literasi bisnis digital.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen, atau yang dikenal sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen mencerminkan aspek yang ingin dijelaskan atau diprediksi berdasarkan adanya pengaruh dari variabel independen. Dengan demikian, keberadaan variabel dependen menjadi tolok ukur untuk melihat sejauh mana variabel independen memberikan kontribusi terhadap perubahan atau perkembangan yang terjadi, variabel dependen mengacu pada keberlanjutan usaha.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang dianalisis, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen adalah literasi bisnis digital (X), sementara variabel dependen adalah keberlanjutan usaha (Y). Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat ditemukan pada tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Literasi Bisnis Digital (X) (Amalia et al., 2022)	Media	Perangkat digital	1. Mengetahui dan menggunakan perangkat digital dan internet	Ordinal
		Informasi	2. Mengetahui cara mengakses informasi melalui internet	Ordinal
	<i>Business People</i>	Keterbukaan terhadap digitalisasi	1. Terbuka untuk belajar dan mengikuti pelatihan bisnis digital	Ordinal
		Komunitas digital	2. Berpartisipasi dalam komunitas digital	Ordinal
	<i>Activities</i>	Transaksi digital	1. Transaksi pembayaran menggunakan system digital	Ordinal
		Administrasi digital	2. Menggunakan aplikasi digital untuk kegiatan bisnis	Ordinal
	Profit	<i>Awareness</i>	1. Lebih dikenal setelah dipasarkan secara digital	Ordinal
		Peningkatan pendapatan	2. Peningkatan pendapatan setelah menggunakan media digital	Ordinal
Keberlanjutan Usaha (Y) Yanti et al.,	Pendapatan	Modal usaha	1. Peningkatan modal usaha dari waktu ke waktu	Ordinal

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
2018)				
		Pendapatan usaha	2. Peningkatan pendapatan usaha dari waktu ke waktu	Ordinal
	Pertumbuhan Usaha	Konsumen	1. Peningkatan jumlah pelanggan	Ordinal
		Produksi	2. Peningkatan kapasitas produksi	Ordinal
	Kualitas Produk	Bahan baku	1. Bahan baku berkualitas	Ordinal
		Cita rasa	2. Cita rasa konsisten dari waktu ke waktu	Ordinal
	Daya Saing	Harga kompetitif	1. Harga produk lebih terjangkau dibanding kompetitor	Ordinal
		Reputasi	2. Usaha dikenal positif oleh masyarakat	Ordinal

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik pengumpulan data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Data sangat penting untuk keberhasilan penelitian karena dengan data yang jelas, penelitian dapat dipercaya. Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu (Hardani et al., 2020):

1. Data primer

Data primer sebagai cara mendapatkan data langsung dari sumbernya melalui pengukuran, penghitungan sendiri, wawancara, dan metode lainnya.

2. Data Sekunder

Data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber lain, seperti buku, laporan, pustaka, dan lain-lain, disebut data sekunder.

Penelitian ini menggunakan 2 penyebaran kuisisioner yang pertama kuisisioner tertutup yang disebar kepada para warga atau masyarakat kota Bandung yang memiliki usaha di Kota Bandung. Data sekunder untuk penelitian ini berasal dari

artikel, situs web, dan sumber-sumber yang relevan dengan penelitian ini. Jenis dan ringkasan data yang diperoleh dari studi ini tercantum di bawah ini. :

Tabel 3.2 Jenis dan Sumber data

No	Tujuan Penelitian	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Untuk mengetahui kategori dari UMKM di Indonesia	Kategori UMKM dalam UU no.20 tahun 2008 dan PP no.7 tahun 2021	Sekunder	Kontrak Hukum
2.	Untuk mengetahui secara umum mengenai tanggapan dari peran teknologi digital pada keberlanjutan usaha	Pra Penelitian	Primer	Google Forms
3	Untuk mengetahui bagaimana kondisi dari UMKM saat ini yang sudah Go Digital	Jumlah UMKM Go Digital	Sekunder	GoodStats Data
4.	Untuk mengetahui penyebab banyaknya UMKM yang gagal	Alasan UMKM banyak gagal	Sekunder	KataData
5.	Untuk mengetahui Manfaat dari Digitalisasi bagi UMKM dan keadaan UMKM transformasi digital di Indonesia	Manfaat Digitalisasi UMKM	Sekunder	MSME Empowerment Report 2022 dan IMD Word Digital Competitiveness Center
6.	Untuk mengetahui bagaimana perkembangan Digital khususnya pada UMKM Indonesia di Internasional	Ranking Indonesia pada Word Digital Competitives ness Center	Sekunder	<i>IMD Word Digital Competitiveness Center</i>

7.	Untuk mengetahui Indeks Bisnis UMKM	Indeks Bisnis UMKM	Sekunder	Bank Rakyat Indonesia
8.	Untuk mengetahui perkembangan dan jumlah pelaku UMKM di Kota Bandung	Jumlah pelaku UMKM di Kota Bandung	Sekunder	Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

3.4.2 Alat pengumpulan Data

Untuk menghasilkan kesimpulan yang akan digunakan sebagai landasan, penelitian harus menggunakan data yang sudah dikumpulkan untuk menguji hipotesis, menjawab rumusan masalah, dan mencapai kesimpulan; dalam hal ini, alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kuisioner/Angket

Angket, juga disebut kuisioner, adalah alat pengumpulan data yang memberikan daftar pertanyaan kepada orang lain berdasarkan kriteria yang memungkinkan mereka untuk memberikan respons yang relevan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi lengkap tentang masalah dari responden, sehingga mereka tidak perlu cemas dengan jawaban yang tidak sesuai dengan pertanyaan.

2. Studi literatur atau dokumentasi, Studi literatur ini memungkinkan pengumpulan data dengan mengunjungi lokasi penelitian secara langsung atau dengan membaca buku atau dokumentasi yang relevan dengan penelitian.

3.5 Populasi, Sampel dan teknik penarikan sampel

3.5.1 Populasi

Dalam penelitian, populasi dapat berupa manusia, hewan, benda, peristiwa, gejala, tumbuhan, atau apa pun yang memenuhi kriteria tertentu (Hardani et al., 2020). Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang memiliki usaha atau UMKM Kuliner di Kota Bandung. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha yang memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kuliner dengan jumlah 4035 pelaku UMKM di Kota Bandung.

3.5.2 Sampel

Metode pengambilan sampel digunakan untuk memperoleh sebagian dari populasi yang mampu mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan,

sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan (Hardani et al., 2020). Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, yang umum digunakan dalam penelitian sosial untuk menghitung jumlah responden berdasarkan tingkat kesalahan (margin of error) yang dapat ditoleransi.

Oleh karena itu, digunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampelnya yang didefinisikan sebagai berikut :

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

Keterangan:

n	= Besaran sampel
N	= Jumlah populasi
e	= Kelonggaran sampel
1	= Konstanta

Penelitian ini menggunakan tingkat kelonggaran sampel sebesar 0,10 atau 10%. Dari data tersebut, perhitungan yang didapat sebagai berikut.

$$n = \frac{4035}{1 + 4035(0,10^2)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dibutuhkan sampel dengan jumlah sekurang-kurangnya 98 responden.

3.5.3 Teknik penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik **non-probability sampling** dengan metode **purposive sampling**. Teknik ini dipilih karena pengambilan sampel difokuskan pada individu-individu tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pemilihan responden dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, sehingga hanya mereka yang memenuhi syarat tersebut yang dijadikan sampel. Dengan demikian, purposive sampling dipandang tepat digunakan dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti memperoleh data dari sumber yang benar-benar memiliki informasi yang diperlukan (Sekaran & Bougie, 2016). Dengan menggunakan metode sampling ini akan membatasi subjek yang sesuai dengan kriteria untuk memberikan informasi yang dibutuhkan, berikut merupakan kriteria yang

ditetapkan:

Berikut adalah kriteria sampel pada penelitian ini :

1. Pelaku usaha UMKM yang sudah menggunakan sistem *payment* QRIS
2. Berdomisili di kota Bandung

3.6 Uji Instrumen penelitian

Dalam penelitian, instrumen penelitian yang handal sangat dibutuhkan agar data yang terkumpul dapat sesuai dengan hasil penelitian. Proses pengumpulan data dalam penelitian harus diperhatikan dengan seksama untuk memastikan bahwa data yang terkumpul memenuhi standar validitas dan reliabilitas.

3.6.1 Uji Validitas

Semua item kuesioner diuji validitasnya. Sebuah survei hanya sah jika pertanyaannya dapat digunakan untuk mengukur sesuatu (Ghozali. I, 2021). Peneliti melakukan uji validitas untuk memastikan bahwa semua informasi yang dimasukkan ke dalam kuesioner benar. Adapun untuk perhitungan korelasi maka menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* pada uji validitas dengan bantuan SPSS 27 for windows. Peneliti menggunakan teknik korelasi dengan koefisien korelasi *product moment* untuk setiap pertanyaan yang diuji validitasnya, diberikan skor Interval yang berkorelasi dengan skor Interval keseluruhan pertanyaan. Jika koefisien korelasi menghasilkan nilai positif, maka item tersebut dianggap valid; jika menghasilkan nilai negatif, item tersebut dianggap tidak valid dan akan diganti atau dikeluarkan dari kuesioner. Berikut persamaan korelasi *produk moment* yang dirumuskan oleh Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{N(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2 N(\Sigma y)^2}}$$

Keterangan :

- r = Nilai koefisien validitas pada item yang dicari
- x = Total skor item yang dicapai subjek
- y = Total skor keseluruhan
- ΣX = Skor keseluruhan pada distribusi X
- ΣY = Skor keseluruhan pada distribusi Y
- Σx^2 = Skor distribusi X dengan jumlah kuadrat

Σy^2 = Skor distribusi Y dengan jumlah kuadrat

N = Total responden

Berikut ketentuan dalam melakukan uji validitas pada tiap item kuesioner dapat dinyatakan sebagai data yang valid atau tidak valid:

1. Jika nilai rhitung lebih besar daripada nilai rtabel, maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
2. Jika nilai rhitung lebih kecil daripada nilai rtabel, maka item kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5%, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361. Adapun hasil pengujian validitas instrumen dari kedua variabel yang diteliti pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.3 Uji Validitas Pada Variabel Literasi Bisnis Digital

Literasi Bisnis Digital				
No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Media</i>				
1	Apakah anda mengetahui dan menggunakan perangkat digital (HP, Komputer) dalam melakukan kegiatan bisnis ?	0,485	0,361	VALID
2	Apakah anda mengetahui dan menggunakan informasi dari internet untuk melakukan kegiatan bisnis ?	0,675	0,361	VALID
<i>Business People</i>				
3	Apakah anda bersedia untuk belajar dan mengikuti pelatihan bisnis digital bila ada kesempatan ?	0,568	0,361	VALID
4	Apakah anda mengikuti komunitas digital (grup wa, fb, Instagram)?	0,510	0,361	VALID
<i>Activities</i>				
5	Apakah usaha anda menggunakan system pembayaran digital dalam melakukan transaksi ?	0,717	0,361	VALID

Literasi Bisnis Digital				
No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
6	Apakah anda menggunakan aplikasi digital (marketplace, media social, aplikasi kasir) dalam menjalankan usaha ?	0,620	0,361	VALID
<i>Profit</i>				
7	Apakah setelah menggunakan media digital sebagai alat pemasaran produk lebih dikenal?	0,615	0,361	VALID
8	Apakah pendapatan usaha anda meningkat setelah menggunakan media dan perangkat digital dalam melakukan kegiatan bisnis ?	0,672	0,361	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan tabel 3.3, dapat diketahui bahwa hasil pengujian validitas terhadap seluruh butir pertanyaan emngenai variabel X (literasi bisnis digital) sebanyak 8 butir pertanyaan, dinyatakan memiliki hasil yang valid karena r_{hitung} dari setiap butir pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} ($>0,361$) yang telah ditentukan sehingga pertanyaan pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur.

Tabel 3.4 Uji Validitas Pada Variabel Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan Usaha				
No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Pendapatan</i>				
1	Apakah modal usaha anda semakin bertambah sebelum menggunakan teknologi digital (misalnya promosi, QRIS)?	0,810	0,361	VALID
2	Apakah pendapatan usaha anda meningkat sebelum memanfaatkan teknologi digital dalam operasional bisnis?	0,796	0,361	VALID
<i>Pertumbuhan Usaha</i>				
3	Apakah jumlah konsumen bertambah sebelum penggunaan QRIS ?	0,687	0,361	VALID
4	Apakah bahan baku yang digunakan semakin bertambah sebelum penggunaan QRIS ?	0,718	0,361	VALID
<i>Kualitas Produk</i>				

Keberlanjutan Usaha				
No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
5	Apakah cita rasa produk kuliner Anda tetap konsisten dari waktu ke waktu ?	0,540	0,361	VALID
6	Apakah kapasitas produksi usaha anda meningkat sebelum ada bantuan teknologi seperti alat produksi atau pencatatan digital ?	0,862	0,361	VALID
Daya Saing				
7	Apakah harga produk kuliner anda lebih bersaing dibandingkan dengan usaha kuliner sejenis lainnya ?	0,466	0,361	VALID
8	Apakah usaha kuliner Anda dikenal secara positif oleh masyarakat melalui promosi di media sosial atau platform digital lainnya ?	0,545	0,361	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan tabel 3.4, dapat diketahui bahwa hasil pengujian validitas terhadap seluruh butir pertanyaan mengenai variabel Y (keberlanjutan usaha) sebanyak 8 butir pertanyaan, dinyatakan memiliki hasil yang valid karena r_{hitung} dari setiap butir pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} ($>0,361$) yang telah ditentukan sehingga pertanyaan pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diartikan sebagai kestabilan, konsistensi dan kepercayaan. Maka pengukuran dapat dikategorikan sebagai reliabel apabila dalam beberapa kali percobaan pengukuran tetap menghasilkan hasil yang sama (Azwar, 2019).

Suatu kuesioner dianggap realibel jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Peneliti menguji reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach. Rumus ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat yang memadai jika alpha cronbach lebih besar atau sama dengan 0,700. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Alpha Cronbach* (α) dengan media bantu software SPSS 27 bagi kuesioner yang menggunakan skala ukur Likert (1-5). Rumus ini dirumuskan sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_{i2}}{S_{t2}} \right\}$$

Keterangan:

- r_i = Koefisien reliabilitas (Cronbach Alpha)
 k = Jumlah item pertanyaan
 $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor pada setiap item pertanyaan/pernyataan
 s_t^2 = Varians total skor

Berikut ketentuan dalam melakukan uji reliabilitas pada tiap item kuesioner dapat dinyatakan sebagai pertanyaan yang reliabel atau tidak reliabel:

3. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada 0,70, maka item kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
4. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih kecil daripada 0,70, maka item kuesioner tersebut dinyatakan tidak *reliable*

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic 27 for Windows* diperoleh hasil uji reliabilitas pada Tabel 3.5 hasil pengujian reliabilitas dibawah ini :

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Ca hitung	Ca minimal	Keterangan
1	Literasi Bisnis Digital (X)	0,756	0,700	RELIABEL
2	Keberlanjutan Usaha (Y)	0,830	0,700	RELIABEL

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan tabel 3.5, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari kedua variabel dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari nilai minimum yang dipersyaratkan, yaitu sebesar 0,700

3.7 Rancangan Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan tahap yang dilakukan setelah seluruh data berhasil dikumpulkan dari responden atau sumber lain yang relevan. Proses analisis ini mencakup pengelompokan serta pengurutan data sesuai dengan jenis dan variabel yang diteliti, diikuti dengan analisis berdasarkan masing-masing variabel individu. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis untuk menggambarkan karakteristik setiap variabel penelitian. Tahap berikutnya

adalah pengujian hipotesis yang telah dirumuskan, sehingga dapat diperoleh bukti empiris mengenai hubungan antarvariabel. Melalui analisis ini, peneliti juga dapat merumuskan alternatif solusi atas permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner akan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persepsi responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Skala Likert digunakan untuk memberikan skor terhadap setiap jawaban yang diberikan responden, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.6 Kriteria Bobot Nilai

Skor	Pilihan Jawaban
5	Sangat setuju/sangat positif/selalu/sangat meningkat/sangat bertambah/sangat berpartisipasi/sangat terbuka
4	Setuju/positif/sering/meningkat/ bertambah/berpartisipasi/terbuka
3	Ragu-ragu/netral/kadang-kadang
2	Tidak setuju/negatif/jarang/ tidak bertambah/ tidak berpartisipasi/ tidak terbuka
1	Sangat tidak setuju/sangat negatif/tidak pernah/ sangat tidak terbuka/sangat tidak bertambah

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang mendeskripsikan dan merangkum data dengan memberikan gambaran tentang karakteristik penting sampel atau memperoleh dan melihat suatu kesimpulan (Uma Sekaran & Roger Bougie, 2020) Analisis deskriptif digunakan untuk mencari hubungan antar variabel melalui analisis korelasi dan perbandingan rata-rata data pada sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya. Dalam analisis deskriptif ini, setiap variabel menunjukkan kekuatannya ketika dihubungkan satu sama lain. Data profil responden yang diperoleh melalui kuesioner akan dikaitkan dengan pengalaman mereka, serta tanggapan terhadap variabel x dan y yang disajikan dalam bentuk tabulasi silang (tabel kontingensi) menggunakan SPSS. Hasilnya, peneliti dapat menjelaskan

adanya hubungan antara variabel dengan variabel pembandingnya.

Adapun langkah-langkah yang ditempuh peneliti dalam mengolah data kuesioner bertujuan untuk memperoleh gambaran umum mengenai skor serta posisi masing-masing variabel dalam penelitian ini. Proses pengolahan data tersebut dilakukan secara sistematis melalui tahapan tertentu sehingga hasilnya dapat memberikan deskripsi yang jelas mengenai kondisi variabel yang diteliti:

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor kriterium ST = Skor tertinggi JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden.

- b. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium. Untuk mendapatkan jumlah skor hasil kuesioner menggunakan rumus:

$$\sum xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn$$

Keterangan:

$\sum xi$ = Jumlah skor kuesioner variabel X dan Y

$x1 + x2$ = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

- c. Melakukan pengelompokan daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan dengan menggunakan skala pengukuran yang menggunakan skala semantic differential. Sugiyono (2013), menjelaskan bahwa skala semantic differential adalah metode pengukuran sikap yang tidak berbentuk pilihan ganda atau checklist, melainkan terdiri dari satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak di sebelah kanan garis, sedangkan jawaban yang sangat negatif terletak di sebelah kiri garis, atau sebaliknya. Contohnya mencakup kategori tingkat sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Berikut adalah langkah-langkahnya:

- Menentukan kontinum tertinggi dan terendah Tinggi : SK = ST x

JB x JR

Rendah : SK = SR x JB x JR

Keterangan :

ST = Skor tertinggi SR = Skor terendah JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

- Menentukan selisih skor continuum dari setiap tingkatan rumus :

$$R = \frac{\text{Skor kontinum tinggi} - \text{Skor kontinum rendah}}{\text{Jumlah interval}}$$

- Membuat garis kontinum lalu menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan presentasi letak skor hasil penelitian (rating scale) dalam garis kontinum (S/Skor maksimal x 100%)

Sangat Rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3.1 Garis Kontinum

- Membandingkan skor total tiap variabel parameter diatas untuk memperoleh gambaran literasi bisnis digital (X), dan keberlanjutan usaha (Y).

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Menurut Sugiyono (2022), analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan data numerik atau dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik. Proses dari analisis verifikatif berupa pengumpulan data yang dilakukan melalui instrumen yang valid dan reliabel. Teknik yang akan digunakan dalam analisis verifikatif meliputi analisis regresi linear sederhana.

3.7.3 Method of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan skala ordinal, maka data yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan ke dalam skala interval dengan metode **Method**

of Successive Interval (MSI). Transformasi ini dilakukan agar data dapat dianalisis secara lebih tepat menggunakan teknik statistik parametrik. Adapun tahapan dalam melakukan transformasi data dengan MSI adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan setiap butir,
- b. Untuk setiap butir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1,2,3,4,5,
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proposisi, dengan menggunakan rumus : $P_i = f/n$
- d. Tentukan proporsi kumulatif
- e. Dengan menggunakan tabel distribusi normal, hitung nilai z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh,
- f. Tentukan nilai identitas untuk setiap nilai z yang diperoleh,
- g. Tentukan *Skala Value* (SV) dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas atau uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan menentukan bahwa variabel bebas dan terikat berdistribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2019). Sebelum melakukan analisis statistik, terlebih dahulu diperlukan uji normalitas untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan **uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)**. Uji Kolmogorov-Smirnov berfungsi untuk membandingkan distribusi data penelitian dengan distribusi normal baku, sehingga dapat diketahui apakah data menyebar secara normal atau tidak.

Keterangan:

Jika $p < 0,05$ maka data tersebut terdistribusi tidak normal.

Jika $p \geq 0,05$ maka data tersebut terdistribusi secara normal

3.8.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan untuk

mengukur dan mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) dalam suatu penelitian. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi arah serta kekuatan hubungan antarvariabel, sehingga diperoleh gambaran mengenai keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dengan demikian, analisis korelasi menjadi langkah penting untuk memahami pola hubungan yang terjadi sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Menurut (Sugiyono, 2019) untuk penafsiran antara kuat rendahnya pengaruh dapat dilihat pada ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.7 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

3.8.3 Analisis Regresi Sederhana

Tujuan dari analisis regresi secara menyeluruh adalah untuk menentukan bagaimana variabel (Y), atau keberlanjutan usaha, dapat diprediksi dengan menggunakan variabel (X), atau literasi bisnis digital. Teknik analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dapat meningkat atau menurun. Persamaan umum untuk rumus dari regresi linier ialah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
 A = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
 b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.
 X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus:

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

Harga b dihitung dengan rumus:

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

Jika nilai X terdistorsi, maka dapat dikatakan berpengaruh negatif terhadap Y karena akan menyebabkan perubahan pada Y. Dapat dikatakan bahwa turun naiknya X akan menyebabkan nilai Y menjadi turun atau terkena dampak negatif. Dengan demikian, variasi Y akan terjadi, namun variasi ini bukan disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang turut mempengaruhi. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari variabel X terhadap jumlah pemilih Y, dapat menggunakan koefisien tetap dengan rumus:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi
 r^2 = Koefisien korelasi.

3.8.4 Uji Hipotesis

Langkah terakhir dalam analisis data adalah melakukan **uji hipotesis**, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan dan dapat dipercaya antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Melalui uji hipotesis, peneliti dapat memastikan kebenaran dugaan sementara yang telah dirumuskan sebelumnya.

Dalam konteks statistik, hipotesis yang akan dianalisis guna menetapkan langkah penerimaan atau penolakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. $H_0: \rho = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh antara literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan usaha.
- b. $H_1: \rho \neq 0$ artinya terdapat pengaruh antara literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan usaha.