



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dilansir melalui data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM), terdapat sekitar 64,2 juta UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia, di mana usaha tersebut memberikan kontribusi kepada Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau sama dengan Rp8.573,89 triliun pada bulan Maret 2021. Melalui hasil SE2016 Listing, total usaha ini hingga melebihi dari 1 juta usaha atau 98,78 persen dari total usaha UMB dan UMKM di DKI Jakarta. Sekitar lebih dari 2,5 juta orang, atau mencapai 35,07 persen tenaga kerja yang ada di DKI Jakarta ditampung oleh usaha ini. Ketika krisis melanda Indonesia dalam kurun waktu tahun 1997 hingga 1998, UMKM terbukti dapat selalu berdiri kuat di saat usaha-usaha besar lainnya sudah berjatuh. Salah satu kelebihan dari UMKM adalah mampu *survive* dari berbagai krisis karena bermacam alasan. Pertama, UMKM membuah hasil produk konsumsi dan juga jasa memang dibutuhkan setiap orang. Kedua, UMKM lebih menggunakan sumber daya dari dalam negeri, tidak hanya mengharapkan kepada bahan baku impor saja, mulai dari SDM atau sumber daya manusia, modal, bahan baku, dan juga peralatan. Ketiga, usaha ini rata rata menghabiskan modal yang tergolong rendah. Dengan beberapa kelebihan tersebut, UMKM tidak terlalu terdampak akan pengaruh *global crisis* yang umumnya terlihat dari menurunnya nilai tukar rupiah.

UMKM berperan penting dalam menjalankan siklus ekonomi DKI Jakarta. Usaha ini merupakan opsi pokok karena diperlukan modal yang terbilang kecil. Oleh karena itu kegiatan UMKM ialah aktivitas perekonomian yang tidak bisa terpisah dari kegiatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup. UMKM memiliki peran penting dalam menjadi pedoman pada peningkatan ekonomi para masyarakat. UMKM di DKI Jakarta menyentuh angka 98,78 persen dari keseluruhan usaha di Jakarta. Total UMKM menyebar ke seluruh kategori non Pertanian. Usaha Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor (Kategori G) menduduki posisi UMKM tertinggi yaitu sebanyak kurang lebih 421 ribu usaha atau setara dengan 37 persen. Diikuti serta usaha Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum (Kategori I) mencapai 339 ribu atau setara dengan 29 persen dan juga usaha Industri Pengolahan (Kategori C) juga memiliki kontribusi yang besar, yaitu sebanyak hampir 94 ribu usaha atau melebihi 8 persen. Kota Jakarta Barat merupakan konsentrasi UMKM. Jumlah UMKM di Jakarta Barat ini lebih dari 305 usaha atausama dengan 26 persen. Kota Jakarta Timur dan Jakarta Selatan juga termasuk dalam dua kota dengan jumlah UMKM tertinggi di DKI Jakarta.



Sumber: BPS DKI Jakarta, 2020

**Gambar 3.1 Presentase Jumlah UMKM Menurut Kategori**

Jumlah UMKM yang tersebar luas di Indonesia pastinya akan memiliki peran untuk menampung pekerja sehingga dapat meminimalisasi jumlah tunakarya atau *unemployment* saat ini. Dilansir melalui Sakernas 2017, jumlah tunakarya di DKI Jakarta tertinggi ada di lulusan SMK, menyentuh angka melebihi 30 persen. Banyaknya jumlah lulusan SMK terhadap total pengangguran di DKI Jakarta dikarenakan kurangnya kemampuan soft skill lulusan SMK, terlebih di SMK yang kualitasnya masih minim. Tidak hanya SMK, tunakarya ada terdapat dari lulusan SMA yang terdapat di angka 27 persen. Berdasarkan penjelasan tersebut, diketahui bahwa tunakarya lebih banyak dikategorikan pada tingkatan kerja dengan tingkat pendidikan menengah.

### 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian ialah suatu rancangan atau kerangka yang dibutuhkan ketika ingin memulai *marketing riset*. Rancangan atau kerangka tersebut menjadi sebuah prosedur atau tahapan yang dibutuhkan agar mampu mendapatkan info

yang diperlukan dalam merancang atau menjawab permasalahan *marketing riset* (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017) dalam bukunya, rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian dapat terbagi menjadi dua, diantaranya adalah sebagai berikut:

#### *1. Exploratory Research*

Suatu penelitian yang bertujuan ingin menyebarkan pemahaman serta *knowledge* terhadap kondisi atau masalah yang sedang ditemukan oleh peneliti.

#### *2. Conclusive Research Design*

Diartikan sebagai penelitian yang berguna dalam pengambilan putusan ketika menentukan sesuatu, melakukan evaluasi, dan mencari opsi lain sebagai suatu bentuk usaha untuk memecahkan suatu permasalahan yang ada. *Conclusive research* terbagi menjadi dua tipe, yakni:

##### *a. Descriptive Research*

Merupakan penelitian yang berfungsi untuk memberikan deskripsi atas sesuatu, biasanya mengenai karakteristik atau fungsi pasar.

##### *b. Causal Research*

Suatu penelitian yang berfungsi dalam melakukan pencarian dan melakukan pembuktian hubungan sebab akibat antar variabel. Jenis penelitian ini sering kali berhubungan dengan metode eksperimen.

Pada penelitian kali ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan *Conclusive Research Design* dan *Descriptive Research Design* untuk dapat menjelaskan peran dari setiap variabel *independen* terhadap perkembangan UMKM pakaian di Jakarta dengan menggunakan metode survei. Penelitian ini berfungsi untuk menguji salah satu variabel yang dapat menyebabkan variabel lain berubah (Sekaran & Bougie, 2016). Metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada para responden (*sample* dari sebuah populasi). Bentuk survei yang digunakan peneliti yakni dengan menggunakan kuesioner online. Kuesioner yang digunakan peneliti dalam mengukur jawaban responden menggunakan 5 skala likert.

### **3.2.2 Data Penelitian**

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017) dalam bukunya terdapat dua jenis *research data*, diantaranya:

#### *1. Primary Data*

Merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Data primer didapatkan melalui survei pada penelitian ini. Survei tersebut dilaksanakan dengan mensebar kuesioner langsung ke target responden yang berisi serangkaian pertanyaan dan pernyataan yang terstruktur secara tertulis.

#### *2. Secondary Data*

Pihak lain mengumpulkan data dengan tujuan tidak hanya untuk memecahkan masalah penelitian. (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Pada penelitian ini,

peneliti juga mengumpulkan data sekunder melalui artikel, jurnal terdahulu, statistik, serta buku teori mengenai ilmu pengetahuan sebagai data pendukung.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan kedua data yaitu data primer dan data sekunder untuk dapat menunjang kegiatan penelitian. Peneliti menerapkan penggunaan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* guna mendapatkan data secara riil dan sesuai dengan jawaban dari masing-masing responden untuk dapat penulis olah. Dan untuk penerapan data sekunder guna menjadi data pendukung bagi peneliti untuk melakukan penelitian adalah diambil dari artikel jurnal, website dan buku dari para penulis maupun buku perkuliahan untuk membuat penelitian peneliti menjadi ilmiah dan sistematis serta membantu untuk proses penyusunan kuesioner yang akan disebar kepada para calon responden.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017), 6 tahapan yang ada pada *sampling design process* diantaranya: memberikan definisi terhadap target populasi, menentukan *sampling frame* penelitian, menentukan *sampling technique*, menentukan *sample size*, mengeksekusi *sampling process*, dan validasi *sample* dengan tahap *screening* terhadap karakteristik yang telah ditentukan.

#### **3.3.1 Target Populasi**

Target populasi berisi beberapa objek yang mempunyai karakteristik yang diperlukan peneliti dalam sebuah penelitian serta menjadi penentu mengenai kesimpulan apa yang harus dibuat (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

### **3.3.2 Sampling Frame**

*Sample frame* ialah bentuk gambaran dari semua elemen dalam populasi dari sampel yang akan diambil (Sekaran & Bougie, 2016). *Sampling frame* bisa diartikan sebagai perwakilan dari target populasi yang merupakan serangkaian arahan yang menjadi proses identifikasi dari target populasi. Penelitian ini tidak memiliki *sampling frame*.

### **3.3.3 Sampling Unit**

*Sampling unit* adalah beberapa elemen yang terpilih dari populasi yang berikutnya ditambahkan dalam penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). *Sampling unit* dari penelitian ini merupakan pelaku UMKM khususnya UMKM pakaian yang terdapat di wilayah DKI Jakarta dan telah memanfaatkan *e-commerce* sebagai media bisnis.

### **3.3.4 Sampling Techniques**

Terdapat dua macam *sampling technique* yakni *probability* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel di mana seluruh populasi mempunyai kemungkinan untuk terpilih sebagai sampel. Lalu *non probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel dimana unit sampel yang dipilih melalui penilaian dari peneliti sendiri (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

Malhotra, Nunan, & Birks (2017) mengklasifikasikan 4 teknik *non-probability sampling*, yaitu:

1. *Convenience sampling*

Dalam teknik ini biasanya sampel digunakan peneliti dikarenakan terdapat pada waktu dan tempat yang tepat

2. *Judgemental sampling*

Dilaksanakan dengan memilih elemen populasi berdasarkan penilaian dari peneliti karena mereka dinilai mampu menggambarkan populasi tertentu.

3. *Quota sampling*

Dilaksanakan dengan 2 tahapan penting. Tahap yang ke satu adalah melakukan pemilihan karakteristik tertentu dan *quota* dari setiap karakteristik tersebut. Kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *convenience* atau *judgemental*.

4. *Snowball sampling*

Dilaksanakan dengan mengandalkan referensi dari responden yang memiliki karakteristik tertentu dan sesuai dengan target populasi peneliti.

Teknik *sampling* yang dipakai oleh peneliti pada penelitian kali ini adalah *non probability sampling* yang memiliki arti tidak semua orang mempunyai peluang yang sama guna terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *judgemental sampling* karena peneliti memiliki sejumlah kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebagai sampel. Adapun kriteria yang dipakai pada penelitian ini adalah:

1. Pelaku UMKM khusus pakaian
2. Beroperasi di wilayah DKI Jakarta

3. Pernah atau sedang menggunakan *e-commerce* minimal satu tahun, arti kata pernah ialah yang pernah menggunakan *e-commerce* dan sedang *off*

### 3.3.5 Sampling Size

Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, jadi dilakukan penentuan jumlah sampel yang akan dipakai pada penelitian ini dengan menggunakan rumus dari Rao Purba dengan persamaan (Sujarweni, 2016:133):

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5 % = 1,96

Moe : *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa dikorelasi disini ditetapkan 10 % atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95 % atau Z = 1,96 dan Moe 10 % maka jumlah sampel yang ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Melalui perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang terdapat pada penelitian ini dibulatkan menjadi 96 orang sampel.

## 3.4 Periode Penelitian dan Pengumpulan Data

### 3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian ini berjalan pada jangka waktu 4 bulan dimulai dari proses menentukan rumusan masalah, pengumpulan serta pengolahan data, dan melakukan pembuatan kesimpulan serta saran. Penelitian ini berlangsung dari

bulan September 2021 hingga Desember 2021. Penyebaran kuesioner dilakukan pada 25 November 2021 – 25 Desember 2021.

### **3.4.2 Pengumpulan Data**

Peneliti melakukan pengumpulan data primer menggunakan penyebaran kuesioner secara online melalui *google form*. Data sekunder didapatkan oleh peneliti melalui artikel, jurnal, serta statistik yang dapat digunakan sebagai pendukung penelitian.

### **3.4.3 Proses Penelitian**

Terdapat beberapa tahap yang dilakukan penulis sebagai prosedur penelitian, yakni sebagai berikut:

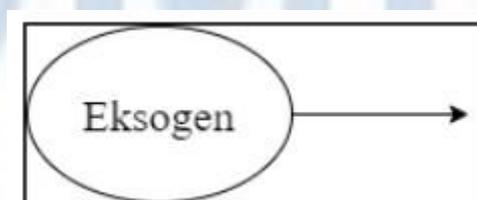
1. Mengumpulkan data sekunder yang terkait dengan kewirausahaan di Indonesia melalui berbagai sumber seperti jurnal terdahulu, artikel, maupun sumber informasi website.
2. Mencari jurnal sebagai dasar dari indikator pertanyaan kuesioner. Peneliti menyusun dan memodifikasi indikator sehingga pertanyaan yang terdapat di kuesioner yang hendak disebar bisa dengan mudah dipahami responden.
3. Menyebarkan kuesioner kepada responden yang bertujuan untuk melakukan *pre-test*, peneliti mendapat 30 responden yang lolos *screening pre-test*. Penyebaran kuesioner untuk *pre-test* dilakukan secara online.
4. Menganalisis hasil *pre-test* dengan menggunakan software IBM SPSS versi 25 untuk uji validitas dan uji realibilitas. Apabila memenuhi syarat yang telah ditentukan maka peneliti dapat melanjutkan dengan menyebarkan *main test*.

5. Peneliti menggunakan *platform google form* untuk penyebaran kuesioner *main test*.
6. Melakukan input data yang terkumpul ke dalam *software IBM SPSS* versi 25. Kemudian melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan *software IBM SPSS* versi 25 dan menguji hubungan hipotesis antar variabel.

### 3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

#### 3.5.1 Variabel Eksogen

Merupakan variabel *independen* yang terdapat di dalam suatu model penelitian, memiliki sifat laten serta mampu diukur dengan menggunakan beberapa *observed variables* dan tidak terpengaruh oleh variabel lain pada model penelitian. Menurut Malhotra dkk (2017), notasi matematik pada variabel laten eksogen ialah huruf Yunani berbentuk  $\xi$  (“ksi”). Variabel eksogen dipaparkan sebagai suatu oval dengan anak panah yang menuju keluar dan tidak ada anak panah yang menuju ke arah variabel eksogen. Pada penelitian ini yang termasuk kedalam variabel eksogen adalah kemudahan, keberagaman, cakupan luas dan keunikan.

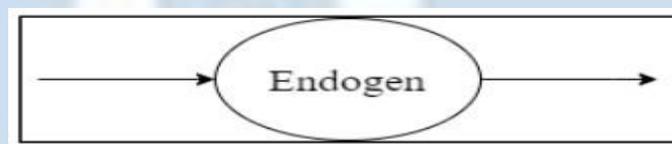


Sumber: Malhotra dkk (2017)

**Gambar 3.2 Variabel Eksogen**

#### 3.5.2 Variabel Endogen

Variabel endogen ialah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu model penelitian (Malhotra dkk, 2017). Menurut Malhotra dkk (2017), notasi matematik dari variabel laten endogen adalah huruf Yunani berbentuk  $\eta$  (“eta”). Variabel endogen menjadi suatu oval dengan memiliki minimal satu anak panah yang mengarah padanya. Pada penelitian ini yang termasuk kedalam variabel endogen adalah perkembangan UMKM.



Sumber: Malhotra dkk (2017)

**Gambar 3.3 Variabel Endogen**

### 3.6 Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memiliki 5 variabel diantaranya adalah kemudahan, keberagaman, cakupan luas, keunikan dan perkembangan UMKM. Dari setiap variabel tersebut diperlukan definisi operasional agar indikator pengukuran menjadi tepat. Definisi tersebut disusun berdasarkan teori yang berasalkan beberapa jurnal terdahulu. Skala pengukuran yang dipakai ialah likert *scale* 5 point. Semua variabel diukur dengan skala likert 1 sampai 5, dan pada angka 1 menampilkan bahwa responden sangat tidak setuju dan angka 5 menunjukkan responden sangat setuju dengan pernyataan yang dipaparkan oleh peneliti.

**Tabel 3.1 Operasional Penelitian**

| No | Variabel | Definisi | Measurement | Scalling |
|----|----------|----------|-------------|----------|
|----|----------|----------|-------------|----------|

|   |                             | <b>Operasional</b>  |   | <b>Technique</b> |
|---|-----------------------------|---|---|------------------|
| 1 | Perkembangan UMKM           | Yulistia (2017) menyatakan bahwa perkembangan UMKM adalah bertambahnya struktur dan penjualan produk yang diperoleh melalui kegiatan usaha.                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. UMKM pakaian di Jakarta mengalami pertumbuhan omzet setelah menggunakan <i>e-commerce</i> (Yulistia, 2017).</li> <li>2. UMKM pakaian di Jakarta mengalami perkembangan jumlah tenaga kerja setelah menggunakan <i>e-commerce</i> (Yulistia, 2017).</li> <li>3. UMKM pakaian di Jakarta mengalami perkembangan jumlah penjualan setelah menggunakan <i>e-commerce</i> (Yulistia, 2017).</li> </ol> | Skala likert 1-5 |
| 2 | Kemudahan <i>E-commerce</i> | Setiawan dan Sulistyowati (2017) menjelaskan bahwa kemudahan adalah tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan dalam melakukan pembelian (Kurniawan, 2021)</li> <li>2. Kemudahan dalam memahami proses transaksi (Kurniawan, 2021)</li> <li>3. Kemudahan dalam memahami teknologi untuk prosedur pembelian dan penjualan (Kurniawan, 2021)</li> <li>4. Fleksibilitas dalam</li> </ol>  | Skala likert 1-5 |

|   |                                |   |   |                  |
|---|--------------------------------|---|---|------------------|
|   |                                |   | <p>melakukan pembayaran dengan aplikasi (Kurniawan, 2021)</p> <p>5. Kemudahan dalam mengakses aplikasi (Kurniawan, 2021)</p>  |                  |
| 3 | Keberagaman <i>E-commerce</i>  | <p>Menurut Utama dan Ngatno (2020) keragaman produk ialah seperangkat lini produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli</p>                         | <p>1. Adanya keragaman varian atau jenis <i>e-commerce</i> dalam menjadi media UMKM (Utama dan Ngatno, 2020).</p> <p>2. Adanya keragaman sistem yang ditawarkan <i>e-commerce</i> kepada UMKM (Utama dan Ngatno, 2020).</p> <p>3. <i>E-commerce</i> memiliki berbagai kerjasama dengan merek-merek terkenal (Utama dan Ngatno, 2020).</p> | Skala likert 1-5 |
| 4 | Cakupan Luas <i>E-commerce</i> | <p>Menurut Marsyadini dan Aprilia (2018) cakupan <i>e-commerce</i> adalah seberapa jauh sistem dapat memberikan layanan terhadap UMKM sebagai pelaku bisnis, dan pelanggan.</p> | <p>1. <i>E-commerce</i> dapat memberikan kemudahan dan kecepatan akses (efisiensi) kepada pelaku UMKM (Widyanita, 2018)</p> <p>2. <i>E-commerce</i> dapat memberikan kepuasan kepada pelaku UMKM dari sisi keterjangkauan sistem terhadap</p>   | Skala likert 1-5 |

|   |                            |   |  |                  |
|---|----------------------------|---|--|------------------|
|   |                            |   | <p>pelanggan yang memiliki lokasi jauh (Widyanita, 2018).</p> <p>3. <i>E-commerce</i> dapat memberikan fitur-fitur yang mudah diakses dan mempercepat proses transaksi (Widyanita, 2018).</p> <p>4. <i>E-commerce</i> dapat memberikan respon dengan cepat terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh konsumen maupun pelaku UMKM (Widyanita, 2018).</p> |                  |
| 5 | Keunikan <i>E-commerce</i> | Menurut Kotler dan Keller (2016:135) keunikan adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. | <p>1. <i>E-commerce</i> memiliki keunikan dan beda dari yang lain (Muttaqin dkk, 2017).</p> <p>2. <i>E-commerce</i> mudah dikenali karena keunikan yang dimilikinya (Muttaqin dkk, 2017).</p> <p>3. <i>E-commerce</i> memiliki daya tarik tersendiri yang memancing minat konsumen (Muttaqin dkk, 2017).</p>   | Skala likert 1-5 |

Sumber: Data Penulis, 2021

## 3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

### 3.7.1 Pengujian Instrumen

Pada penelitian kali ini data menduduki kedudukan yang cukup penting dikarenakan berguna untuk dijadikan alat pembuktian hipotesis. Hal ini dikarenakan data ialah gambaran variabel yang diteliti dan memiliki guna menjadi alat pembuktian hipotesis. Data dianggap valid atau tidak ini menetapkan apakah data tersebut bermutu atau tidak yang bergantung kepada instrumen yang peneliti gunakan yaitu harus penuh asas validitas dan reliabilitas. Untuk keperluan proses olah data uji validitas dan reliabilitas akan digunakan software aplikasi statistik SPSS.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melakukan pemeriksaan pada isi kuesioner apakah sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur dan cukup bisa dipahami oleh seluruh responden yang diindikasikan oleh kecilnya persentase jawaban responden yang tidak terlalu keliru dan berbeda dari jawaban responden yang lain. Menurut Sugiyono (2019:121), validitas bisa dilaksanakan dengan menghubungkan antar item skor instrumen pada suatu faktor dan menghubungkan antar skor faktor dengan skor total. Jika korelasi setiap faktor memiliki nilai *positive* dan lebih besar dari 0,30 maka faktor tersebut dapat dikatakan variabel yang valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016:48) mengatakan instrumen yang reliabel ialah instrumen yang dapat dipakai untuk melakukan pengukuran objek yang sama saat digunakan beberapa kali. Reliabilitas menunjukkan sejauh apa suatu alat pengukur dapat diyakini dan diandalkan. Untuk mengujinya digunakan rumus *Cronbach Alpha*. Instrumen bisa dikatakan reliabel jika Cronbach Alpha  $> 0,6$ .

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki guna untuk melakukan pengujian apakah model yang dibuat sudah valid serta menunjukkan hubungan yang signifikan dan *representative* (Ghozali, 2016). Untuk kepentingan analisa yang akurat, maka variabel-variabel harus memenuhi persyaratan dan diuji terlebih dahulu sehingga tidak menghasilkan prediksi yang bias dan menyimpang. Terdapat empat pengujian dalam uji asumsi klasik, yaitu:

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016: 154) Uji normalitas ialah pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas distribusi data populasi dilaksanakan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yaitu dengan cara melakukan perbandingan distribusi kumulatif relatif hasil observasi dengan distribusi kumulatif relatif teoritisnya / harapannya. Data populasi dikatakan distribusi normal jika koefisien *Asymp.sig (2-tailed)* lebih dari  $\alpha = 0,05$ .

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) dilakukannya uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan melakukan uji apakah terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain di dalam model regresi. Apabila hasilnya tetap antara varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya maka dapat dikategorikan sebagai homoskedastisitas dan apabila hasilnya berbeda maka dapat dikategorikan sebagai heteroskedastisitas. Tidak terjadi heteroskedastisitas termasuk sebagai model regresi yang baik. Dikarenakan data yang dihimpun mewakili berbagai ukuran maka termasuk ke dalam situasi heteroskedastisitas. Dilakukan uji Glejser dalam pengujian ini yang dilakukan dengan cara meregresi nilai absolute residual dari model yang diestimasi terhadap variabel independen. Apabila tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap nilai *absolute residual* atau nilai signifikansi diatas 5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) uji ini dilaksanakan untuk melakukan pengujian apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Apabila tidak terdapat korelasi diantara variabel bebas atau independen maka dapat dikatakan sebagai model regresi yang. Variabel disebut tidak orthogonal apabila variabel independen saling berkorelasi. Variabel bebas yang memiliki nilai korelasi dengan sesama variabel bebas lainnya sama dengan 0 disebut variabel orthogonal. Uji multikolinieritas

dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIP). Batas dari nilai *tolerance* adalah dibawah 0,10 atau nilai VIF 10 maka terjadi multikolinieritas.

### 3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Bagaimana 1 variabel dihubungkan dengan variabel lain dan hubungan itu dipindahkan ke dalam persamaan untuk menduga nilai variabel lain yang tidak diketahui menggunakan nilai variabel yang sudah diketahui merupakan analisis linier berganda. Analisis ini digunakan untuk meramalkan atau mengestimasi pengaruh variabel (Sujarweni, 2016:32)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Perkembangan UMKM

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = koefisien garis regresi

$\epsilon$  = error

(X1) = Kemudahan

(X2) = Keberagaman

(X3) = Cakupan Luas

(X4) = Keunikan

### 3.7.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Apabila variabel bebas atau independen terdapat lebih dari 1 maka bisa dilakukan uji koefisien determinasi dalam penelitian. Pengujian ini bertujuan

untuk bisa mengukur sebesar apa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel terikat. Fluktuasi variabel terikat atau dependen bisa diterangkan oleh variabel bebas atau independen apabila nilai  $adjusted R^2 = 1$ . Lalu apabila  $adjusted R^2$  mendekati 1, maka semakin kuat kemampuan variabel bebas bisa menerangkan fluktuasi variabel terikat, dan apabila nilai  $adjusted R^2$  mendekati 0 maka semakin menurun kemampuan variabel terikat bisa menerangkan fluktuasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

### **3.7.5 Uji Parsial (Uji t)**

Uji ini sering di bilang juga sebagai uji signifikansi individual, uji ini dilakukan bertujuan agar dapat mengetahui signifikansi secara parsial di antara variabel bebas dengan variabel terikat dan memberikan asumsi yaitu variabel bebas lainnya konstan. Dasar penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dilihat dengan melakukan perbandingan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Ghozali, 2016).