

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang diimplementasikan adalah metode kuantitatif eksplanatoris. Tujuan dari penelitian eksplanatoris untuk menggambarkan dan menjelaskan kaitan antara dua atau lebih faktor. Menggambarkan dan menjelaskan kaitan antara dua atau lebih faktor merupakan tujuan dari studi penjelasan. Penelitian metode tersebut bertujuan untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif kepada peneliti dengan dua tahap analisis. Yang pertama, hipotesis akan diuji yang mana mengharuskan peneliti melakukan uji korelasi antar variabel. Pada tahap kedua, peneliti akan memberikan konfirmasi secara analitis terhadap hasil analisis tahap pertama dengan melaksanakan prosedur kuantitatif tambahan. Pada tahap kedua ini peneliti akan mengajukan model penelitian yang baru dengan variabel yang sama yang digunakan pada model sebelumnya. Metode penelitian dilaksanakan dengan berlandaskan pada beberapa tahap berikut ini:

1. Mencari pedagang lokal atau UMKM lokal yang berada di Kota Medan.
2. Menganalisis faktor-faktor yang berdampak pada keberlanjutan suatu usaha pasca Permendag No 31 Tahun 2023 menggunakan kuesioner
3. Peneliti akan melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hal-hal yang telah dilakukan.

3.2 Lokasi dan Waktu

Informasi maupun data yang digunakan dalam penelitian bersumber dari beberapa jurnal, buku, buku elektronik (*e-book*) serta berbagai sumber berita yang diperoleh dari berbagai situs seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perdagangan, Presiden RI, kompas.com, liputan6.com, cnbc.indonesia, detik.com, serta situs-situs berita lainnya. Penelitian menggunakan kuesioner untuk memperoleh informasi dengan berfokus pada pedagang lokal atau UMKM lokal dari periode April 2024 sampai dengan Mei 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan suatu terminologi merujuk pada sekumpulan entitas (yang akan dianggap sebagai sampel pada skala yang lebih terbatas) yang memiliki klasifikasi yang spesifik (Sugiyono, 2019). Hasil dari populasi tersebut akan ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini merujuk pada beberapa variabel seperti pedagang lokal atau UMKM lokal sebanyak 45 sampel.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki keistimewaan atau keadaan tertentu yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini, pemungutan sampel terbatas pada 45 subjek spesifik yang dapat menyampaikan keterangan yang relevan. Tidak adanya batasan mengenai jenis produk pada pedagang lokal atau UMKM lokal (Riduwan, 2015 : 56).

3.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian akan memakai data yang bersifat primer berupa hasil kuesioner dari pedagang lokal atau UMKM lokal. Sugiyono (2017) memaparkan bahwa data primer adalah informasi yang akan digunakan sebagai bahan dasar uji analisis yang bersumber langsung dari entitas sample terkait yang bertujuan untuk menjawab permasalahan yang diajukan pada BAB I. Hal ini dapat dilakukan melalui metode *questionnaire*. Penelitian menggunakan data primer sebagai data pendukung yang dilakukan kepada pedagang lokal atau UMKM lokal.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Variabel operasional dalam penelitian adalah proses yang bertujuan untuk mengoreksi revisi abstrak menjadi sesuatu yang dapat diukur atau diamati secara konkret. Langkah ini melibatkan identifikasi indikator atau parameter yang jelas untuk setiap variabel yang sedang diperiksa. Mengoperasionalkan variabel memainkan peran penting dalam memastikan bahwa peneliti dan pembaca memiliki pemahaman yang

jelas tentang apa yang diukur dan bagaimana pengukuran dilakukan, sehingga hasil penelitian dapat ditafsirkan dengan benar.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Skala				
		1	2	3	4	5
Variabel Independen						
1.	Kesulitan mendapatkan komoditas	Tidak Sulit	Kurang Sulit	Cukup	Sulit	Sangat Sulit
2.	Keuntungan	Sangat Merugikan	Merugikan	Cukup	Menguntungkan	Sangat Menguntungkan
3.	Kemudahan menjangkau konsumen	Tidak Mudah	Kurang Mudah	Cukup	Mudah	Sangat Mudah
Variabel Dependend						
4.	Kelangsungan usaha	Tidak Aman	Kurang Aman	Cukup	Aman	Sangat Aman

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *5 Scale Likert*, alat pengukuran untuk menilai tingkat setuju atau tidak setuju respon terhadap beberapa pernyataan. Skala tersebut biasanya terdiri dari lima respons seperti tabel yang telah dijabarkan diatas sebelumnya. *5 Scale Likert* sering digunakan dalam mengukur pendapat, pandangan atau sikap dikarenakan jawabannya lebih variatif dan terukur.

3.6 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis semua data yang telah dikumpulkan dalam penelitian,

langkah berikutnya adalah pengolahan data. Tahapan analisis dimulai dengan pengambilan data, dilanjutkan dengan entri data, analisis, kesimpulan, verifikasi dan diakhiri dengan pembuatan hasil analisis dalam bentuk naratif. Manajemen data akan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mengurangi risiko kesalahan serius atau fatal.

Setelah data diolah dan hasil diperoleh melalui SPSS. Hasilnya disiapkan dalam bentuk tabel untuk penataan yang lebih baik sehingga dapat diproses lebih lanjut. Terdapat 3 uji yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan *software* SPSS yaitu :

1. Uji normalitas bertujuan sebagai penilaian apakah distribusi data residu dalam riset ini normal atau tidak. Data dianggap normal apabila memperlihatkan pola yang simetris atau tersebar merata di sekitar nilai tengah. Pelaksanaan uji normalitas ini bertujuan untuk memperkuat objektivitas dalam penilaian, memastikan bahwa distribusi data sesuai dengan kelompok yang telah ditentukan, serta memudahkan pengelompokan data berdasarkan kriteria yang serupa. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan non-parametrik untuk menguji dugaan normalitas sampel.
2. Uji homogenitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat kesamaan variansi antara variabel independen dan variabel dependen. Rektor Sianturi (2022) menyatakan bahwa pengujian homogenitas penting untuk memastikan apakah variansi populasi itu seragam atau berbeda. Uji ini merupakan tahap awal yang penting sebelum melanjutkan ke analisis statistik berikutnya, seperti uji t sampel independen dan ANOVA. Dalam penelitian ini, pendekatan parametrik ($\alpha < 0,05$) digunakan untuk menguji dugaan homogenitas pada sampel.
3. Uji regresi, tujuan metode ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian yang dilakukan. Metode regresi digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh tersebut. Jika nilai α kurang dari 0,05, diasumsikan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Setelah melakukan 3 proses pengujian tersebut melalui *software* SPSS,

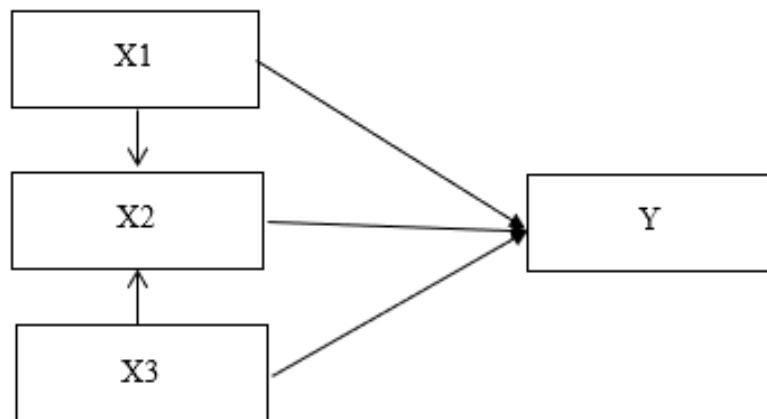
tahap terakhir penulis akan melakukan penarikan kesimpulan dan/atau tahap verifikasi, menurut Miles dan Huberman (2018) tahap terakhir dari seluruh kegiatan analisis data adalah penarikan kesimpulan. Hasil akhir yang akan muncul adalah terkait dengan pembahasan mengenai objek dan runtutan prosedur dari hasil yang telah diuji terhadap observasi pasar yang dilakukan oleh peneliti.

3.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan proses berpikir peneliti yang didasarkan pada sub tujuan yang menjadi landasan penelitian. Struktur kerangka studi dalam penelitian kuantitatif menggambarkan hubungan antara variabel yang menjadi sasaran analisis numerik yang objektif. Oleh karena itu, diperlukan kerangka yang sistematis untuk mengidentifikasi variabel bebas, variabel terikat, serta hubungan atau pengaruh yang terjadi di antara variabel-variabel tersebut. Kerangka ini membantu merumuskan hipotesis yang dapat diuji secara empiris. Menurut Sugiyono (2017), kerangka berpikir dalam penelitian kuantitatif bertujuan untuk membentuk alur penelitian yang logis, terukur, dan memungkinkan dilakukan pengujian statistik. Desain eksperimen tambahan adalah metode dalam analisis perilaku terapan atau eksperimen subjek tunggal, di mana perlakuan eksperimen diterapkan secara bertahap kepada satu orang atau hanya beberapa orang dalam jangka waktu tertentu (Creswell & Creswell, 2018, 60).

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan keefektifan dari revisi Permendag No. 31 Tahun 2023 terhadap faktor-faktor yang memperngaruhi kelangsungan usaha UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah). Maka dari itu, gambar di bawah ini menggambarkan ruang lingkup penelitian.

Gambar 3. 1Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas menunjukkan bahwa hasil wawancara atau survei dari penjual UMKM lokal ataupun pedagang lokal, penjual atau affilitor Tiktok Shop dan konsumen Tiktok Shop dapat menilai keefektifan dari Permendag No.31 Tahun 2023.

3.8 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian merupakan pernyataan sementara yang dibuat oleh peneliti berdasarkan perolehan awal data. Dalam menentukan kebenaran pernyataan tersebut harus berdasarkan hasil penelitian. Hipotesis dapat diartikan sebagai sebuah dugaan atau kesimpulan sementara yang belum bersifat final, yang merujuk pada pandangan peneliti mengenai permasalahan dalam penelitian, hal tersebut menunjukkan bagaimana dua atau lebih variabel terkait. (Ismael Nurdin dan Sri Hartati, 2019).

3.8.1 Pengaruh Kesulitan Mendapatkan Komoditas Terhadap Kelangsungan Usaha

Menurut Heizer, Reinder, Munson (2020), kesulitan pelaku usaha dalam memperoleh bahan baku yang diperlukan dapat diakibatkan oleh beberapa hal seperti penundaan proses produksi, peningkatan biaya , kesulitan mencari vendor komoditas dengan harga terjangkau, hingga penurunan kepuasan pelanggan. Apabila pelaku usaha

belum bisa mengatasi masalah tersebut maka stabilitas dan keberlanjutan operasional usaha dapat terancam. Ketergantungan tinggi pada komoditas tertentu tanpa adanya alternatif lain dapat memberikan dampak yang buruk atau negatif (Heizer et al., 2020).

Sebaliknya juga, untuk pelaku usaha yang dapat mengembangkan strategi dalam mengatasi kesulitan dalam memperoleh komoditas seperti mendiversifikasi sumber pemasok atau memperbaiki proses internalnya kemungkinan dapat lebih menjaga kelangsungan operasional usaha. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana tingkat kesulitan para pelaku usaha dalam memperoleh komoditas dengan harga yang sesuai mempengaruhi kelangsungan usaha (Barney & Hesterley, 2015). Berdasarkan uraian diatas maka:

H_1 : Semakin tinggi tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas, maka semakin rendah juga tingkat kelangsungan usaha (berpengaruh negatif).

3.8.2 Pengaruh Tingkat Keuntungan Terhadap Kelangsungan Usaha

Tingkat keuntungan yang tinggi dalam usaha biasanya memiliki sumber daya yang lebih baik dalam hal investasi pengembangan dan peningkatan, serta lebih siap untuk menghadapi risiko dan ketidakpastian pasar yang lebih besar atau luas. Sebaliknya juga, tingkat keuntungan yang rendah dalam usaha kemungkinan akan menghadapi keterbatasan dalam modal, kesulitan menutupi biaya operasional dan risiko yang paling tinggi adalah kebangkrutan (Heizer et al., 2020).

Menurut Ivana dan Sudirgo (2021 : 341) dalam jurnal ekonomi, memaksimalkan keuntungan adalah tujuan utama bagi perusahaan, dimana laba merupakan salah satu indikator untuk melihat penilaian baik buruknya kinerja dari suatu perusahaan. Penelitian tersebut tujuannya untuk mencari tahu hubungan antara tingkat keuntungan dengan keberlangsungan usaha dengan menganalisis data yang telah dikumpulkan. Dengan memahami bagaimana variasi dari tingkat keuntungan dapat mempengaruhi stabilitas dan kelangsungan usaha. Berdasarkan uraian diatas maka:

H_2 : Semakin tinggi tingkat keuntungan dalam usaha, maka semakin tinggi juga tingkat kelangsungan usaha (berpengaruh positif).

3.8.3 Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Kelangsungan Usaha

Kemudahan dalam menjangkau konsumen sangat penting dalam keberlangsungan usaha dikarenakan berkaitan dengan aksesibilitas produk atau layanan. Suatu usaha akan memiliki keunggulan yang kompetitif jika dapat mengakses konsumen dengan mudah melalui platform yang efisien, layanan yang memadai dan lokasi yang strategis. Kemudahan tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta mempermudah proses pembelian yang pada akhirnya dapat mendukung pertumbuhan dan kelangsungan usaha (Heizer et al., 2020).

Sebaliknya juga, jika sebuah usaha mengalami kesulitan dalam menjangkau konsumen maka dapat membatasi potensi pasar dan mengurangi volume dari penjualan. Kesulitan tersebut disebabkan oleh lokasi yang kurang strategis, keterbatasan platform distribusi hingga permasalahan komunikasi terhadap pelanggan. Penelitian ini tujuannya untuk mengeksplorasi dampak kemudahan menjangkau konsumen terhadap kelangsungan usaha .Berdasarkan uraian diatas maka:

H_3 : Semakin tinggi tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen, maka semakin tinggi juga tingkat kelangsungan usaha (berpengaruh positif).

3.8.4 Pengaruh Kesulitan Mendapatkan Komoditas Terhadap Tingkat Keuntungan

Ketika usaha dihadapi hambatan dalam mendapatkan bahan baku atau barang yang dibutuhkan biasanya biaya operasional cenderung akan meningkat, baik dikarenakan harga komoditas yang lebih tinggi dari sebelumnya maupun biaya pengiriman yang jauh lebih tinggi dari sebelumnya. Kenaikan biaya-biaya tersebut seringkali susah untuk dialihkan kepada konsumen melalui peningkatan harga yang akan dapat mengurangi margin keuntungan. Akibatnya hambatan pasokan dapat menekan tingkat keuntungan dan mempengaruhi profitabilitas jangka panjang (Bhimani, Horngren, Datar, & Rajan, 2015).

Namun dampak dari kesulitan pasokan terhadap keuntungan juga dipengaruhi dari strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan atau masalah tersebut.

Perusahaan yang mampu untuk mengoptimalkan rantai pasokannya atau menemukan cara alternatif mungkin dapat mengurangi dampak negatif dari masalah pasokan. Penelitian ini tujuannya untuk mengidentifikasi hubungan antara kesulitan dalam mendapatkan komoditas dengan tingkat keuntungan (Heizer et al., 2020). Berdasarkan uraian diatas maka :

H_4 : Semakin rendah tingkat kesulitan mendapatkan komoditas, maka semakin tinggi juga tingkat keuntungan usaha yang didapat (berpengaruh negatif).

3.8.5 Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Tingkat Keuntungan

Usaha yang dapat menjangkau konsumen dengan cara yang efisien dan efektif sering kali mengalami peningkatan dalam volume penjualan dan mengoptimalkan proses distribusi. Aksesibilitas yang baik dalam usaha memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak calon konsumen, meningkatkan peluang penjualan dan memperluas pangsa pasar. Dengan mempermudah akses-akses tersebut bagi konsumen, pelaku usaha dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan dalam usahanya.

Sebaliknya juga, jika pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjangkau konsumen hal ini dapat membatasi kapasitas penjualan dan mengurangi pendapatan. Lokasi yang kurang strategis atau saluran distribusi yang tidak memadai dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen baru ataupun mempertahankan konsumen yang sudah ada atau lama (Bhimani, Horngren, Datar, & Rajan, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kemudahan dalam menjangkau konsumen mempengaruhi tingkat keuntungan. Berdasarkan uraian diatas maka:

H_5 : Semakin tinggi tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen, maka semakin tinggi juga tingkat keuntungan usaha yang didapat (berpengaruh positif).