

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati fenomena yang terjadi, mendapatkan informasi primer dari responden, dan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Menurut Sugiyono (2020), penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan di lokasi sebenarnya dan fokus pada kondisi alamiah subjek penelitian dengan melibatkan peneliti sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2020), pendekatan kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan metode statistik untuk mengetahui sejauh mana efisiensi transaksi dan literasi digital berkorelasi terhadap kemudahan penggunaan QRIS pada konsumen Kopi Gerobak Feeling Martapura.

B. Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), lokasi penelitian adalah tempat di mana data penelitian dikumpulkan dan tempat di mana kegiatan penelitian dilakukan.

Pemilihan lokasi penelitian sangat penting karena lokasi yang tepat dapat mendukung keberhasilan penelitian serta memberikan hasil yang lebih representatif.

Penelitian ini dilaksanakan di Kopi Gerobak Feeling yang berlokasi di Martapura Kota, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Kopi Gerobak Feeling merupakan salah satu UMKM kuliner yang cukup dikenal di Kalimantan Selatan, dengan tagline "*Kopi Gerobak No. 1 di Kalsel dalam Hal Kualitas & Rasa*" yang mencerminkan komitmen usaha ini terhadap standar kualitas produk yang konsisten. Kedua, keberadaan akun media sosial Instagram mereka dengan lebih dari 1.500 pengikut menunjukkan bahwa usaha ini telah memiliki basis konsumen yang cukup luas dan aktif, sehingga dinilai representatif sebagai subjek penelitian. Ketiga, Kopi Gerobak Feeling Martapura telah menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran dalam operasional usahanya, namun berdasarkan observasi awal peneliti, masih terdapat sebagian konsumen yang belum sepenuhnya merasakan kemudahan dalam penggunaannya. Kondisi inilah yang menjadikan Kopi Gerobak Feeling Martapura sebagai lokasi yang relevan dan tepat untuk

mengkaji korelasi efisiensi transaksi, literasi digital dan kemudahan penggunaan QRIS.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah keseluruhan elemen atau unit yang menjadi objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh konsumen Kopi Gerobak Feeling Martapura yang melakukan transaksi menggunakan QRIS. Mengingat jumlah konsumen yang datang setiap harinya tidak tetap dan tidak dapat diprediksi secara pasti, maka populasi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori populasi tidak terbatas (*infinite population*).

2. Sampel

Sampel merupakan representasi atau gambaran dari populasi yang diteliti sehingga memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan mengenai populasi berdasarkan hasil penelitian terhadap sampel tersebut (Sugiyono 2020).

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan yang dikemukakan oleh Hair et al., yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimum dalam analisis multivariat adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 16 indikator yang tersebar pada tiga variabel, yaitu efisiensi transaksi (X1), literasi digital (X2), dan kemudahan penggunaan QRIS (Y).

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan nilai sebesar 7 (tujuh) kali jumlah indikator, sehingga diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = 7 \times 16 = \mathbf{112 \text{ responden}}$$

Pemilihan nilai 7 didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, nilai 7 berada pada posisi moderat dalam rentang yang direkomendasikan Hair et al. (5-10), sehingga tidak terlalu minimal namun juga tidak memberatkan dalam proses pengumpulan data di lapangan. Kedua, penggunaan nilai 7 memberikan cadangan data yang cukup untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kuesioner yang tidak terisi lengkap, tidak valid, atau gugur dalam proses seleksi data. Ketiga, jumlah 112 responden dinilai representatif dan proporsional dengan karakteristik lokasi penelitian yang merupakan UMKM dengan skala menengah. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 112 responden.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah cara atau prosedur yang digunakan untuk memilih anggota-anggota dari populasi yang akan dijadikan sampel dalam sebuah penelitian. Teknik ini penting untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili populasi secara baik sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan (Sugiyono 2020).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik ini dipilih karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga tidak memungkinkan untuk memberikan peluang yang sama kepada seluruh anggota populasi.

Adapun teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono 2020). Dalam penelitian ini, responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli di Kopi Gerobak Feeling Martapura sekaligus pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS. Pertimbangan ini digunakan agar responden yang terpilih benar-benar relevan dengan variabel yang diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat mencerminkan pengalaman nyata konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Kopi Gerobak Feeling Martapura.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Menurut Sugiyono (2020), data merupakan hasil observasi langsung terhadap suatu kejadian yang digunakan untuk menggambarkan atau merepresentasikan objek atau konsep dalam dunia nyata. Data dapat berupa angka, nilai, atau informasi lainnya yang memberikan gambaran mengenai fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama tanpa melalui perantara (Sugiyono 2020). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Kopi Gerobak Feeling Martapura yang melakukan transaksi menggunakan QRIS. Data primer ini berupa angka atau skor yang diperoleh dari jawaban responden terkait pengalaman mereka dalam menggunakan QRIS, khususnya mengenai efisiensi transaksi, literasi digital, dan kemudahan penggunaan QRIS.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara, seperti literatur, dokumen, laporan, atau hasil penelitian terdahulu (Sugiyono 2020). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku referensi, laporan Bank Indonesia terkait perkembangan QRIS, serta penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan efisiensi transaksi, literasi digital, dan kemudahan penggunaan QRIS. Data sekunder ini digunakan sebagai landasan teori dan pendukung dalam memperkuat analisis penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data penelitian diperoleh dan dikumpulkan. Pemilihan sumber data yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan terdiri dari dua sumber, yaitu sumber data primer dan sumber data

sekunder, yang saling melengkapi satu sama lain dalam mendukung kelengkapan dan keakuratan data penelitian.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Gerobak Feeling Martapura yang melakukan transaksi menggunakan QRIS. Responden diminta untuk mengisi kuesioner yang terstruktur berisi pernyataan-pernyataan mengenai efisiensi transaksi, literasi digital, dan kemudahan penggunaan QRIS. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert dengan lima pilihan jawaban sebagaimana disajikan pada Tabel 3.1.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal ilmiah, buku referensi, laporan resmi Bank Indonesia, serta dokumen-dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung dan memperkuat landasan teori serta analisis dalam penelitian ini.

Tabel 3.1**Tabel Skala Likert**

No	Pernyataan	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Variabel dan Indikator**Tabel 3.2****Tabel Indikator**

No	Variabel	Pengertian	Indikator
1	Kemudahan Penggunaan (Y)	Kemudahan penggunaan (<i>perceived ease of use</i>) merupakan tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah, tidak memerlukan usaha yang besar, serta mudah untuk dipahami dan dioperasikan. Konsep ini merupakan salah satu konstruk utama dalam <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis, yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam menentukan penerimaan suatu teknologi oleh pengguna (Davis 1989).	1. <i>Easyness</i> 2. <i>Clear and Understandable</i> 3. <i>Easy to Learn</i> 4. <i>Overall Easiness</i>

2	Efisiensi Transaksi (X1)	Efisiensi transaksi adalah konsep dalam ekonomi dan bisnis yang mengacu pada upaya untuk meminimalkan biaya, waktu, dan sumber daya yang diperlukan dalam suatu transaksi guna meningkatkan produktivitas dan mengurangi hambatan dalam proses pertukaran barang dan jasa (Ozcan 2008).	1. Efisiensi Teknis 2. Efisiensi Skala 3. Efisiensi Biaya 4. Efisiensi Alokatif
3	Literasi Digital (X2)	Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber yang disajikan melalui komputer dan jaringan internet, termasuk kemampuan untuk mengevaluasi dan mengintegrasikan informasi secara kritis dalam kehidupan sehari-hari (Gilster 1997).	1. <i>Internet Searching</i> 2. <i>Hypertextual Navigation</i> 3. <i>Content Evaluation</i> 4. <i>Knowledge Assembly</i>

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data Sugiyono (2020). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket).

Menurut Sugiyono (2020), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan melalui dua cara. Pertama, penyebaran secara langsung (*offline*) yaitu dengan memberikan kuesioner secara tatap muka kepada konsumen Kopi Gerobak Feeling Martapura yang sedang melakukan transaksi menggunakan QRIS di lokasi penelitian. Kedua, penyebaran secara daring (*online*) yaitu melalui Google Form yang disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Penggunaan dua cara penyebaran ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pengumpulan data sehingga target 112 responden dapat terpenuhi secara optimal. Adapun instrumen yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan Skala Likert dengan lima pilihan jawaban sebagaimana telah dijelaskan pada Sub Bab E, mulai dari Sangat Setuju (skor 5) hingga Sangat Tidak Setuju (skor 1).

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Penelitian ini menggunakan analisis korelasi sebagai alat utama untuk menjawab rumusan masalah, sesuai dengan judul penelitian yang mengkaji korelasi efisiensi transaksi dan literasi digital terhadap kemudahan penggunaan QRIS pada konsumen Kopi Gerobak Feeling Martapura. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Uji ini dilakukan untuk masing-masing indikator dari setiap variabel penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi suatu instrumen dalam memberikan hasil yang sama pada pengukuran berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria apabila nilai $\alpha > 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpul data.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang telah dikumpulkan dari responden. Data yang dianalisis mencakup nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, frekuensi, dan persentase dari jawaban responden terhadap masing-masing item kuesioner. Analisis ini juga digunakan untuk memprofilkan karakteristik responden berdasarkan data demografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan lain sebagainya.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis korelasi yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal, yang merupakan asumsi penting dalam analisis korelasi *Pearson*. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

4. Uji Korelasi Pearson

Uji korelasi *Pearson Product Moment* merupakan analisis utama dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Sugiyono 2020). Uji ini digunakan untuk menjawab ketiga rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana korelasi antara efisiensi transaksi (X1) dan literasi digital (X2), bagaimana korelasi antara efisiensi transaksi (X1) dan kemudahan penggunaan QRIS (Y), serta bagaimana korelasi antara literasi digital (X2) dan kemudahan penggunaan QRIS (Y).

Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel yang diuji. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat hubungan

yang signifikan antara variabel yang diuji. Adapun pedoman interpretasi kekuatan korelasi mengacu pada ketentuan berikut:

Tabel 3.3
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono 2020)

I. Tahapan Penelitian

Penelitian ini melalui beberapa tahapan yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengamati fenomena yang terjadi di lapangan serta mengkaji literatur yang berkaitan dengan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Peneliti menemukan bahwa meskipun Kopi Gerobak Feeling Martapura telah menggunakan QRIS dalam operasional usahanya, masih terdapat sebagian konsumen yang belum sepenuhnya merasakan kemudahan dalam penggunaannya. Kondisi ini mendorong peneliti untuk mengkaji lebih jauh faktor-faktor yang berkorelasi terhadap kemudahan penggunaan QRIS, khususnya efisiensi transaksi dan literasi digital.

2. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Setelah permasalahan diidentifikasi, selanjutnya dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Pada tahap ini juga ditetapkan variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu efisiensi transaksi (X1) dan literasi digital (X2) sebagai variabel independen, serta kemudahan penggunaan QRIS (Y) sebagai variabel dependen.

3. Kajian Literatur

Peneliti melakukan studi pustaka dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan efisiensi transaksi, literasi digital, dan kemudahan penggunaan QRIS, guna memperkuat landasan teori dan menyusun indikator variabel penelitian.

4. Penyusunan Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Instrumen disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dengan menggunakan Skala Likert 1-5, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju". Sebelum digunakan untuk pengumpulan data secara penuh, kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keandalan instrumen penelitian.

5. Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Kopi Gerobak Feeling Martapura yang melakukan transaksi menggunakan QRIS. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui dua cara, yaitu secara langsung (*offline*) di lokasi penelitian dan secara daring (*online*)

melalui Google Form. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 112 responden.

6. Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah terkumpul diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Tahap awal adalah uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen. Selanjutnya dilakukan analisis deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis korelasi Pearson untuk mengetahui hubungan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, serta korelasi ganda untuk mengetahui hubungan efisiensi transaksi dan literasi digital secara simultan terhadap kemudahan penggunaan QRIS.

7. Penarikan Kesimpulan dan Saran

Setelah data dianalisis, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Selanjutnya diberikan saran-saran yang relevan, baik secara akademis maupun praktis, terutama bagi pelaku UMKM, konsumen, dan pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan sistem pembayaran digital di Indonesia.