BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Strategi penelitian ini menggunakan strategi asosiatif, yaitu berdasarkan pada karakteristik masalah pokok penelitian. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan penelitian survei. Menurut Sugiyono (2018:48), penelitian survei adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Menurut Sugiyono (2018:23), metode kuantitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme yang digunakan untuk menguji populasi dan sampel yang digunakan, pengumpulan data bersifat kuantitatif atau statistik untuk tujuan pengujian hipotesis. Sedangkan penelitian survei adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dan menguji hipotesis.

Dalam penelitian ini, penelitian dilakukan kepada pelaku usaha sektor makanan yang terdaftar di UMKM Kelurahan Kranji. Data yang didapatkan akan dianalisis guna mengetahui pengaruh masing-masing variabel orientasi kewirausahaan (X1), kapabilitas dinamik (X2), inovasi (Z), dan kinerja UMKM (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan. Populasi bukan hanya jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, melainkan semua karakteristik atau sifat yang dimiliki obyek atau subyek itu (Sugiyono, 2018:136). Dalam penelitian ini, populasi diperoleh dari *database* UMKM yang resmi terdaftar di Kecamatan Bekasi Barat, serta sudah dikelompokkan berdasarkan sektor (jenis usaha) dan kelurahan sebagai wilayah UMKM tersebut beroperasi. Dalam penelitian ini, wilayah UMKM yang akan diteliti yaitu Kelurahan Kranji sehingga populasi yang akan digunakan sebanyak 135 pelaku UMKM di sektor makanan.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:137) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dapat dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang ditarik dapat diberlakukan terhadap populasi. Maka dari itu, sampel yang diambil dari suatu populasi harus benar-benar mewakili populasi tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 135 pelaku atau pemilik UMKM sektor makanan di Kelurahan Kranji melalui *google form* dan disebarakan menggunakan aplikasi *WhatsApp*.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Non-probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono:139). Berdasarkan hal tersebut, penarikan sampel dengan pertimbangan untuk menjadi responden adalah sebagai berikut:

1. Pelaku atau pemilik UMKM sektor makanan di Kelurahan Kranji

2. Memiliki ijin usaha resmi terdaftar di Kecamatan Bekasi Barat
3. Mengisi dengan lengkap kuesioner yang disebarakan

Hasil akhir setelah menyebarkan kuesioner selama 7 hari, sebanyak 35 pelaku atau pemilik UMKM sektor makanan di Kelurahan Kranji tidak mengisi secara lengkap kuesioner yang disebarakan atau kuesioner dianggap cacat. Sehingga hanya terdapat 100 pelaku atau pemilik UMKM sektor makanan di Kelurahan Kranji yang dijadikan responden dalam penelitian ini.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data Penelitian

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2018:219), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil pengisian kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini. Data ini diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan teknik pengumpulan data angket (kuesioner). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data yang diperoleh merupakan hasil dari pengamatan secara langsung dengan cara memberikan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden pelaku atau pemilik UMKM sektor makanan di Kelurahan Kranji menggunakan aplikasi *WhatsApp*.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2018:219), data sekunder merupakan data yang diperoleh pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literature, artikel, serta situs di internet. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yaitu data UMKM resmi terdaftar di *database* Kecamatan Bekasi Barat, jurnal yang terkait dengan penelitian, buku bacaan yang terkait dengan metode penelitian, penelitian-penelitian yang terkait dengan judul penelitian, dan artikel.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2018:199), Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ialah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Menurut (Sugiyono, 2018:199), studi kepustakaan ini berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi yang lainnya berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada keadaan sosial yang akan diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting untuk melakukan penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Studi kepustakaan dalam penelitian ini didapatkan dari data relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti seperti buku, jurnal dan artikel ilmiah.

2. Kuesioner

Kuesioner salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:199). Kuesioner tersebut ditujukan untuk memperoleh fakta dan informasi dari para responden sebagai sampel penelitian. Dari penjelasan tersebut maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner penelitian ini berisi 48 pertanyaan yang mencerminkan empat variabel yang diteliti dan disebarikan kepada seluruh responden melalui *google form* menggunakan aplikasi *WhatsApp* selama tujuh hari.

3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukurannya

Variabel penelitian adalah segala bentuk penelitian yang dilakukan peneliti dalam rangka memperoleh informasi tentang hasil penelitiannya dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2018:38). Operasionalisasi variabel adalah atribut seseorang atau objek atau kegiatan yang menunjukkan variasi tertentu, yang

ditentukan oleh peneliti yang diselidiki dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini terdiri dari 4 variabel yang akan diteliti, yaitu Orientasi Kewirausahaan (OK), Kapabilitas Dinamik (KD), Inovasi dan Kinerja UMKM. Untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:57). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kinerja UMKM. Kinerja usaha merupakan suatu ukuran keberhasilan suatu perusahaan yang terukur pada jangka waktu tertentu atau waktu yang telah ditetapkan (Djayadiningrat, Sukaatmadja, & Yasa (2017).

2. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018:57). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu orientasi kewirausahaan sebagai X1, dan kapabilitas dinamik sebagai X2.

a. Orientasi Kewirausahaan (X1)

Orientasi kewirausahaan dinyatakan sebagai sebuah sikap inovatif yang membuat perusahaan siap menghadapi risiko, serta untuk mencapai kepemimpinan pasar dibutuhkan pemahaman tentang lingkungan pasar, dan respon cepat terhadap peluang pasar (Djayadiningrat, Sukaatmadja, & Yasa (2017).

b. Kapabilitas Dinamik (X2)

Kemampuan dinamik merupakan cerminan kemampuan organisasi untuk mencapai bentuk baru dalam keunggulan kompetitif yang inovatif sebagai hasil dari ketergantungan jalu dan posisi pasar yang ada (Fitriati, Purwana, & Buchdadi, 2020).

3. Variabel Intervening (Mediasi)

Variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.

Variabel ini merupakan variabel penyalur atau antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2018:59). Variabel mediasi dalam penelitian ini yaitu inovasi. Inovasi merupakan kunci dari keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang bergejolak. Nilai-nilai yang tercipta dari inovasi sering diwujudkan dalam cara-cara baru dalam melakukan sesuatu atau produk baru dan proses yang berkontribusi terhadap kekayaan (Sofyan, 2017).

Berikut tabel mengenai konsep dan indikator yang dicantumkan dalam penelitian:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	No. Item
1	Orientasi Kewirausahaan (X1) Sumber: Covin & Wale (2019)	<i>Risk Taking</i>	1-20
		<i>Innovativeness</i>	
		<i>Proactiveness</i>	
		<i>Competitive Aggressiveness</i>	
		<i>Autonomy</i>	
2	Kapabilitas Dinamik (X2) Sumber: Kump, Engelmann, Kessler, & Schweiger (2019)	<i>Sensing</i>	21-35
		<i>Seizing</i>	
		<i>Reconfiguration/Transforming</i>	
3	Inovasi (Z) Sumber: Fitriati, Purwana, & Buchdadi (2020)	<i>Product Innovation</i>	36-44
		<i>Process Innovation</i>	
		<i>Marketing Innovation</i>	
		<i>Organisational Innovation</i>	
4	Kinerja UMKM (Y) Sumber: Djayadiningrat et al., (2017)	Pertumbuhan Laba	45-48
		Pertumbuhan Penjualan	
		Jangkauan Wilayah Pemasaran	
		Pertumbuhan Pelanggan	

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran yang akan menghasilkan data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:158), skala *likert* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan sebuah objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan. Tipe skala pengukuran untuk penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:158).

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert

No	Skala Jawaban	Kode	Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2018:158)

3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS, dikarenakan dalam penelitian ini berbentuk reflektif. Model reflektif merupakan model yang menunjukkan hubungan variabel laten dan indikatornya (Ghozali dan Latan, 2020:7). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan memberikan sejumlah pernyataan tertulis tertuju kepada para responden dan akan kemudian dijawab. Menurut Sofyan (2017), pemodelan persamaan struktural yang sering disebut *Partial Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS versi 3.0 digunakan untuk menganalisis data dan jalur pemodelan dengan variabel laten. Menurut Ghozali dan Latan (2020:7) analisis PLS-SEM biasanya terdiri dari dua sub bab model yaitu model pengukuran yang disebut *outer model* dan

model struktural yang disebut *inner model*. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel *manifest* atau *observed* variabel merepresentasikan variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk.

3.5.1 Pengujian Instrumen Penelitian

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut (Ghozali dan Latan, 2020:67), *Outer model* atau model pengukuran menggambarkan bagaimana hubungan setiap blok indikator dengan variabel latennya. Outer model digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Hal ini berguna untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Menurut Ghozali dan Latan (2020:68) pengukuran yang dilakukan melalui model pengukuran yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability (cronbach's alpha)*.

1) *Convergent Validity*

Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen indikator refleksif dengan program SmartPLS 3.0 dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk.

2) *Discriminant Validity*

Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi.

3) *Composite Reliability (Cronbach's Alpha)*

Selain uji validitas, pengukuran model juga melakukan uji reliabilitas suatu konstruk untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Untuk mengukur reliabilitas

suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Akan tetapi penggunaan *Cronbach's Alpha* akan memberikan nilai yang lebih rendah sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* dalam menguji reliabilitas suatu konstruk.

Tabel 3.3 *Rule of Thumb Outer Model*

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
<i>Convergent Validity</i>	<i>Loading Factor</i>	> 0.70
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0.50
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	> 0.70 untuk setiap variabel
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0.70
	<i>Composite Reliability</i>	> 0.70

Sumber: Ghozali dan Latan (2020:71)

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali dan Latan (2020:73), *Inner model* atau model struktural menggambarkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibangun berdasarkan substansi teori. *Inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten.

Tabel 3.4 *Rule of Thumb Inner Model*

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-square</i>	0.75, 0.50 dan 0.25 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah (Hair et al 2011)

Sumber: Ghozali dan Latan (2020:75)

3. Uji hipotesis

Setelah model secara keseluruhan dan secara parsial diuji, maka pada tahap berikutnya dilakukan pengujian hipotesis. Menurut Ghozali dan

Latan (2020:147), uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai T-statistik dibandingkan dengan nilai T-tabel = 1,96 pada tingkat signifikansi p value = 0,05. Apabila nilai T-statistik > T-tabel, maka dapat disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen.

4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ghozali dan Latan (2020:280) apabila suatu model dibentuk dengan menggunakan variabel mediasi, maka suatu model regresi berganda tidak dapat menyelesaikan persoalan tersebut. Teknik analisis yang tepat yaitu analisis jalur. Analisis jalur memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan langsung antar variabel maupun hubungan tidak langsung antar variabel dalam model.