BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Lumajang, Jawa Timur, Indonesia, dengan fokus pada Toko Kelontong yang tergabung dalam program *Sampoerna Retail Community* (SRC). Waktu pelaksanaan penelitian ini direncanakan selama tiga bulan, mencakup proses pengumpulan data hingga analisis.

B. Metode dan Desain Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh orientasi kewirausahaan dan digitalisasi terhadap kinerja usaha, dengan inovasi model bisnis sebagai variabel mediasi.

Penelitian kuantitatif umumnya menggunakan hipotesis sebagai dugaan atau jawaban sementara atas pertanyaan penelitian yang diajukan. Meskipun beberapa kuantitatif tidak menyertakan hipotesis, tetap diperlukan pertanyaan penelitian untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang sedang diteliti secara deskriptif (Paramita et al., 2018:11).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen, baik berupa kejadian, objek, atau individu, yang memiliki karakteristik serupa dan menjadi fokus perhatian peneliti karena dianggap sebagai keseluruhan yang relevan dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh toko kelontong yang tergabung dalam program *Sampoerna Retail Community* (SRC), di Kabupaten Lumajang, yang berjumlah 794 toko (Paramita et al., 2018:59)

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil atau subset dari populasi yang terdiri atas beberapa elemen populasi. Sampel ini dipilih karena sering kali peneliti tidak dapat meneliti seluruh populasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan sampel yang dapat merepresentasikan populasi tersebut (Paramita et al., 2018:60).

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan pendekatan simple random sampling, yang memberikan setiap anggota populasi peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Paramita, 2018:62). Jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 5% yang dihitung sebagai berikut:

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

$$n = \frac{794}{1 + 794\ (0{,}005^2)}$$

$$n = 266{,}11$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan yang diinginkan

Berdasarkan perhitungan dengan rumus ini, diperoleh ukuran sampel sebanyak 266 toko kelontong. Ukuran sampel ini dianggap representatif untuk memberikan gambaran yang valid tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan digitalisasi yang dimediasi oleh inovasi model bisnis (Program SRC) terhadap kinerja usaha pada toko kelontong di Lumajang.

D. Prosedur Penelitian

a) Menentukan masalah utama yang menjadi fokus penelitian

b) Mengumpulkan dan menganalisis literatur yang relevan untuk membangun landasan teori
c) Menyusun hipotesis berdasarkan teori atau penelitian terdahulu untuk diuji kebenarannya
d) Menentukan jenis penelitian, memilih metode penelitian, menentukan teknik pengumpulan data
e) Mengidentifikasi populasi penelitian, menentukan metode sampling, menghitung ukuran sampel
f) Mengembangkan instrumen penelitian sebagai kuesioner, pedoman wawancara.
g) Melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen
h) Melaksanakan pengumpulan data sesuai dengan metode yang telah dirancang
i) Mengolah data mentah, menganalisis data menggunakan metode yang sesuai
j) Menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan analisis data, membandingkan hasil dengan hipotesis atau tujuan penelitian, menyusun laporan secara sistematis.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau skor yang diolah dan diukur menggunakan skala ordinal (Sugiyono, 2016:28). Menurut Paramita et al., (2018:11) Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif atau dapat dikuantifikasi melalui proses perhitungan atau pengukuran. Oleh karena itu, data kuantitatif umumnya berbentuk angka, bukan kata-kata atau gambar. Data kuantitatif dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk skala ordinal. Menurut Ferdinand (2014:205) skala ordinal merupakan pengembangan dari skala semantik. Perbedaan utamanya terletak pada penggunaan lebih dari satu item pertanyaan, di mana beberapa pertanyaan digunakan untuk menggambarkan satu konstruk tertentu, dan hasil jawaban dari setiap item tersebut kemudian dijumlahkan.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala ordinal, dimana data yang dikumpulkan berasal dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.

2. Sumber Data

Menurut Paramita, et al., (2018:72), berdasarkan sumbernya, data dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui survey lapangan menggunakan berbagai metode pengumpulan data asli, seperti penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dan secara online menggunakan *Google Form* untuk mengukur variabel orientasi kewirausahaan, digitalisasi, inovasi model bisnis, dan kinerja usaha.

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses pengumpulan informasi yang bertujuan untuk mendukung kebutuhan penelitian, di mana data yang diperoleh digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2019, p. 137). Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, di antaranya:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara langsung, yang kemudian juga secara *online* melalui tautan atau link *Google Form* oleh peneliti.

F. Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Skala	Sumber
Orientasi Kewirausahaan (X_1)	Proaktivitas (*Proactiveness)*	Saya aktif mencari peluang baru untuk toko saya.	Skala Ordinal	(Alvarez-Torres et al., 2019)
	Inovasi (*Innovation*)	Saya selalu berinovasi untuk meningkatkan usaha.		
	Pengambilan Risiko (*Risk Taking)*	saya siap mengambil risiko untuk keuntungan lebih besar.		
	Ketahanan terhadap Kegagalan *(Autonomy)*	Saya memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan usaha.		
Digitalisasi (X_2)	Pengetahuan tentang Digitalisasi (*Knowledge*)	Saya paham cara menggunakan aplikasi	Skala Ordinal	(Shofiyah *et al.*, 2024)
	Virtualisasi (*Virtualization)*	Saya sering menyelesaikan misi di aplikasi		
	Adaptabilitas (*Molecularization*)	Saya mudah beradaptasi dengan aplikasi		
	Kerja sama (*Internetworking)*	Aplikasi mempermudah kerja sama dengan mitra		
	Pengurangan perantara (*Disintermediation*)	Aplikasi mengurangi perantara dalam transaksi.		
	Konvergensi (*Convergences*)	Aplikasi menyatukan berbagai layanan dalam satu aplikasi.		

Variabel	Indikator	Item	Skala	Sumber
	Inovasi (*Innovation*)	Aplikasi mendorong saya untuk berinovasi dalam toko.		
Inovasi Model Bisnis (M)	Kemampuan Perusahaan dalam menciptakan produk/jasa baru yang inovatif	Program SRC membantu saya menciptakan produk atau layanan baru untuk toko saya.	Skala Ordinal	(Thulani Ndhlovu, 2024)
	Efisiensi operasional dalam menghasilkan produk/jasa yang memberikan nilai tambah	Program SRC membuat proses operasional toko menjadi lebih efisien.		
	Penggunaan teknologi atau proses baru untuk mendukung penciptaan nilai	Program SRC mendukung saya dalam menggunakan teknologi baru untuk meningkatkan toko.		
	Kolaborasi dengan mitra pihak eksternal untuk menciptakan nilai baru.	Program SRC mendorong saya untuk bekerja sama dengan mitra lain dalam bisnis		
	Keberhasilan perusahaan dalam memonetisasi produk atau layanan yang dihasilkan dari inovasi model bisnis	Program SRC membantu saya menghasilkan keuntungan dari produk atau layanan baru.		
	Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas melalui strategi Penetapan harga atau optimisasi margin	Program SRC membantu saya menaikkan keuntungan dengan cara menetapkan harga yang tepat.		
	Pengenalan produk atau layanan baru yang memberikan nilai unik bagi pelanggan	Program SRC memfasilitasi saya untuk memperkenalkan produk baru yang menarik bagi pelanggan.		

Variabel	Indikator	Item	Skala	Sumber
	Kesesuaian proposisi nilai baru dengan kebutuhan atau preferensi pelanggan	Program SRC membantu saya menyesuaikan produk atau layanan dengan kebutuhan pelanggan.		
	Peningkatan nilai atau manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dari inovasi model bisnis	Inovasi melalui program SRC meningkatkan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan.		
Kinerja Usaha (Y)	Kinerja Keuangan (*Financial Performance*)	Pendapatan saya meningkat setelah ikut SRC.	Skala Ordinal	(Linda Sutanto et al., 2023)
	Kinerja Pelanggan (*Customer Performance)*	Jumlah pelanggan saya bertambah setelah program SRC.		
	Kinerja Proses Internal (*Internal Process Performance)*	Proses operasional toko lebih efisien setelah program SRC.		
	Kinerja Pertumbuhan (*Growth Performance*)	Saya optimis dengan pertumbuhan usaha saya.		

Sumber: Alvarez-Torres et al., (2019), Shofiyah et al., (2024), Thulani Ndhlovu, 2024), Linda Sutanto et al., (2023).

G. Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, jenis skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal. Sesuai dengan pendapat Suyitno (2019:165), skala ordinal digunakan untuk mengukur hal-hal yang bersifat subjektif, seperti sikap, persepsi, dan pendapat individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Oleh karena itu, penggunaan skala ordinal dalam penelitian ini dianggap tepat karena sesuai dengan karakteristik data yang dikumpulkan.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pendekatan ini

dipilih karena sesuai untuk menganalisis model yang memiliki variabel mediasi dan hubungan kausal yang kompleks. Prosedur analisis meliputi:

1. Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Terdapat dua jenis validitas yang dianalisis, yaitu:

1. *Convergent Validity*

Convergent validity mengevaluasi sejauh mana indikator-indikator reflektif memiliki hubungan yang kuat dengan konstruk yang diukurnya. Penilaian dilakukan dengan melihat nilai loading factor. Nilai loading factor yang diterima minimal berada di atas 0,50 hingga 0,60, meskipun standar idealnya adalah lebih dari 0,70. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) juga harus melebihi 0,50 agar indikator dianggap memenuhi syarat validitas konvergen (Noor, 2014:149).

2. Discriminant Validity

Discriminant validity menilai sejauh mana suatu indikator mampu membedakan konstruk yang satu dengan konstruk lainnya. Uji ini dilakukan dengan metode cross loading, di mana suatu indikator dikatakan valid apabila memiliki korelasi lebih tinggi terhadap konstruk asalnya dibandingkan dengan korelasi terhadap konstruk lain.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan dalam pengukuran berulang. Pengujian dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability sebagai indikator pengukuran. Suatu konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability masing-masing melebihi angka 0,70 (Noor, 2014:150).

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Pemaparan data dilakukan dengan menguraikan hasil jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan, menggunakan skala ordinal sebagai acuan penilaian. Setiap respons dikelompokkan sesuai dengan indikator pada masing-masing variabel. Dari data tersebut, akan diperoleh frekuensi jawaban untuk tiap indikator berdasarkan skala ordinal, yang kemudian digunakan untuk mengetahui kecenderungan pola jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner.

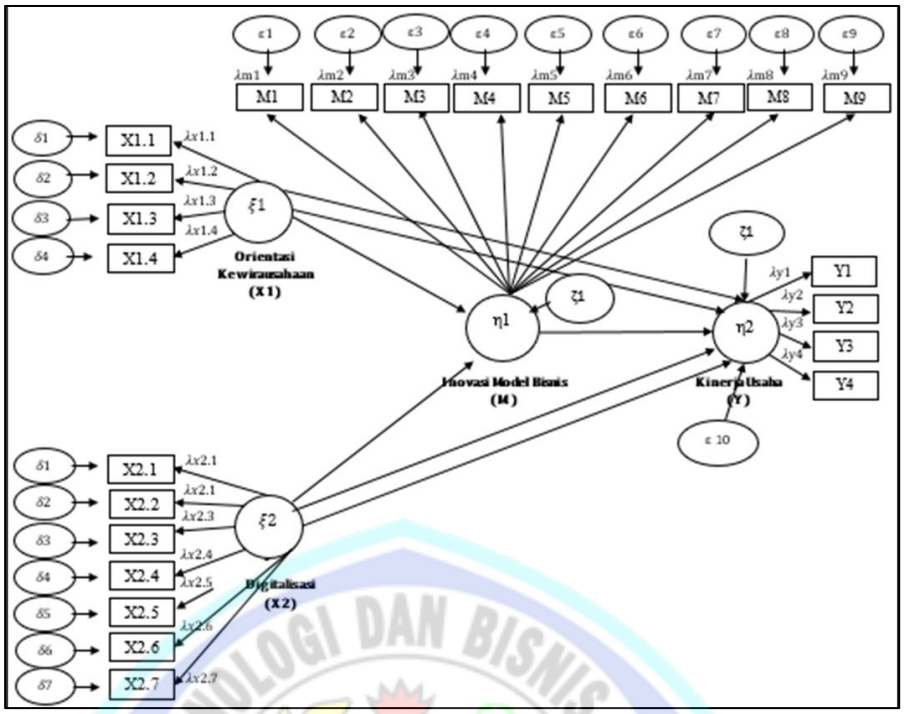
3. Analisis *Partial Least Square*

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan analisis Partial Least Square (PLS) dalam pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Setiap hipotesis dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0, yang dirancang khusus untuk menangani model-model struktural berbasis variabel laten. Metode PLS dikenal sebagai teknik analisis yang fleksibel dan kuat (powerful) karena mampu digunakan pada berbagai jenis skala data, tidak terlalu bergantung pada asumsi distribusi normal, serta tetap dapat diandalkan meskipun jumlah sampel relatif kecil (Noor, 2014:144).

Selain itu, PLS juga sangat cocok diterapkan dalam penelitian yang bersifat eksploratif dan pengembangan teori. Proses analisis data menggunakan SmartPLS meliputi beberapa tahap penting, mulai dari pengujian model pengukuran (outer model) hingga pengujian hubungan antar variabel laten (inner model), serta pengujian hipotesis untuk melihat signifikansi pengaruh antar konstruk. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruknya serta menguji hubungan kausal antar variabel dalam model secara simultan dan menyeluruh.

a. Mengkonstruksi Diagram Jalur

Setelah langkah pertama dan kedua diselesaikan, hasil perancangan inner model dan outer model kemudian disajikan dalam bentuk diagram jalur untuk mempermudah pemahaman hasil analisis.



Gambar 3.1 Diagram Jalur/ *Path Analysis*

Gambar 3.1 bertujuan untuk memetakan hubungan antara konstruk (variabel laten) dengan indikator-indikator penyusunnya, sekaligus mengevaluasi keterkaitan antar variabel laten yang terdiri dari Orientasi Kewirausahan, Digitalisasi, Inovasi Model Bisnis dan Kinerja Usaha guna memahami alur pengaruh di antara variabel-variabel tersebut dalam model penelitian.

4. Konversi Diagram Jalur ke dalam Sistem Persamaan

Setelah merancang konstruksi diagram jalur menggunakan SmartPLS, tahapan selanjutnya adalah melakukan bootstrapping guna menguji signifikansi hubungan langsung (*direct effect*) maupun tidak langsung (*indirect effect*) antar variabel. Proses ini menghasilkan nilai *path coefficient*, yang menjadi dasar dalam penyusunan model persamaan pada inner model. Adapun bentuk persamaan inner model dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

$$IMB = \gamma_1 OK + \gamma_2 DG + \zeta_1 \quad (3.1)$$

$$KU = \beta_1 OK + \beta_2 DG + \beta_3 IMB + \zeta_2 \quad (3.2)$$

Keterangan:

IMB : Inovasi Model Bisnis

KU : Kinerja Usaha

OK : Orientasi Kewirausahaan

DG : Digitalisasi

γ_1 : Koefisien pengaruh variabel eksogen kinerja usaha terhadap variabel endogen orientasi kewirausahaan

γ_2 : Koefisien Pengaruh Variabel Eksogen Kinerja Usaha Terhadap Variabel Endogen Digitalisasi

β_1 : Koefisien Pengaruh Langsung Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

β_2 : Koefisien Pengaruh langsung Digitalisasi terhadap Kinerja Usaha

β_3 : Koefisien Pengaruh Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja Usaha

ζ_1 : Vektor error Orientasi Kewirausahaan

ζ_2 : Vektor error Digitalisasi

5. Evaluasi *Goodness of Fit*

Goodness of Fit Model dievaluasi melalui tiga indikator utama, yaitu R-*Square*, Q-*Square*, dan *Goodness of Fit* (GoF) Index. Pertama, R-*Square* (R^2) merepresentasikan seberapa besar proporsi variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen maupun variabel endogen lain dalam model. Nilai R^2 memberikan gambaran kekuatan pengaruh dalam model, dengan pedoman interpretasi sebagai berikut:

Nilai 0,19 menunjukkan tingkat pengaruh yang rendah,

Nilai 0,33 mencerminkan pengaruh sedang,

Nilai 0,67 menunjukkan pengaruh yang kuat.

Kedua, Q-*Square* (Q^2) mengukur kemampuan prediktif model, yaitu seberapa baik variabel eksogen maupun endogen mampu memprediksi variabel endogen. Ukuran ini berfungsi sebagai validasi terhadap relevansi prediktif dalam pendekatan PLS. Adapun interpretasi nilai Q^2 adalah:

0 = kemampuan prediksi rendah,

0,25 = kemampuan prediksi sedang,

0,50 = kemampuan prediksi tinggi.

Ketiga, *Goodness of Fit* (GoF) Index digunakan untuk menilai kesesuaian secara keseluruhan antara model pengukuran (*outer* model) dan model struktural (*inner* model). Nilainya berada pada rentang antara 0 sampai 1, dengan interpretasi sebagai berikut:

0–0,25 = GoF kecil,

0,25–0,36 = GoF sedang,

Di atas 0,38 = GoF tinggi atau besar.

GoF dihitung berdasarkan rumus gabungan dari komunalitas rata-rata (average communality) dan R-Square rata-rata sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{\overline{AVE}\ x\ \bar{R}^2}$$

GoF : *Goodness of Fit*

$\overline{AVE}$: Rata-rata AVE

$\bar{R}^2$: Rata-rata R2

6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik resampling bootstrapping. Metode ini memungkinkan pengolahan data tanpa harus memenuhi asumsi distribusi normal, sehingga data dapat didistribusikan secara bebas (Noor, 2014:150). Keputusan pengujian hipotesis didasarkan pada nilai p-*value*, di mana jika nilai p-*value* kurang dari 0,05 (tingkat signifikansi 5%), maka hasil dianggap signifikan. Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Jika p-*value* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima.
b. Jika p-*value* lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak.

Penjabaran lengkap mengenai setiap hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1.