

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pemahaman tentang metodologi merujuk pada kemampuan untuk memahami logika di balik metode yang diterapkan dalam konteks penelitian. Metodologi tidak hanya sekadar proses atau teknik yang digunakan dalam sebuah studi, tetapi juga mencakup pemahaman yang mendalam terhadap rasionalitas dan pertimbangan yang mendasarinya. Saat mempertimbangkan metodologi, peneliti harus mampu mengidentifikasi pendekatan yang paling sesuai untuk mengatasi pertanyaan penelitian yang ada. Metodologi sering kali melibatkan penggunaan pendekatan sistematis yang terstruktur, yang membantu dalam merencanakan dan melaksanakan penelitian dengan efisien. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengatasi kompleksitas masalah dengan menyusun langkah-langkah yang terorganisir dan dapat diulang. Langkah-langkah ini biasanya melibatkan tahap pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penyajian hasil (Sekaran & Bougie, 2022).

Pemilihan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan sebagai fokus penelitian adalah keputusan yang disengaja. Hal ini dikarenakan UMKM menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia, seperti yang dibahas sebelumnya. Sektor UMKM di Kota Tangerang Selatan tidaklah terkecuali, karena memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi kota tersebut. Fakta-fakta yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa sektor UMKM di kota tersebut mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Keberadaan UMKM di Kota Tangerang Selatan tidak hanya sekadar menjadi bagian dari aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi komponen vital dalam memperkuat struktur ekonomi setempat. Bukti konkretnya telah dijabarkan pada bab sebelumnya, di mana peningkatan jumlah UMKM secara drastis menjadi indikator perkembangan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pemilihan sektor UMKM sebagai objek penelitian bukanlah kebetulan, melainkan merupakan upaya untuk memahami lebih dalam peran serta dampaknya terhadap dinamika ekonomi lokal.

Pengujian pada hipotesis-hipotesis yang bersumber dari masalah penelitian dilakukan melalui penelitian eksplanatori menggunakan metrik statistika. Penelitian eksplanatori dilakukan untuk mendapatkan faktor yang memengaruhi Kinerja Bisnis UMKM secara positif, serta faktor yang saling memengaruhi secara positif antar variabel independen, variabel mediasi, serta variabel moderasi, karena pada prosesnya penelitian eksplanatori menganalisa hubungan beberapa variabel terkait (Lirios, 2019). Pada proses lanjutan, mekanisme uji hipotesis dengan penelitian eksplanatori akan dilakukan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), yaitu suatu teknik statistika multivariat yang bisa meneliti variabel eksplanatori sekaligus, di mana menurut Aji et al. (2020), PLS dapat digunakan sebagai landasan teori dari hubungan antar variabel yang memengaruhi secara langsung maupun tidak langsung dan apakah pengujian selanjutnya bisa dilakukan.

Salah satu pendekatan metodologi yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah pengumpulan data secara kuantitatif melalui kuesioner untuk diolah dan dianalisa melalui analisa kuantitatif. Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif menguji teori pada variabel yang digunakan menggunakan angka dan dengan prosedur statistik. Demikian, menurut Suryadi et al. (2019), penelitian kuantitatif menggunakan teknik pengumpulan data berupa angka dan meneliti fenomena berdasarkan statistika.

Bab 3 akan secara rinci membahas objek penelitian, penentuan sampel dan populasi, pengembangan instrumen penelitian, operasionalisasi variabel sesuai definisinya, serta pengukuran berbagai konsep seperti pemasaran kewirausahaan, Kinerja Bisnis, keunggulan kompetitif, dan tingkat turbulensi teknologi. Selain itu, bab ini juga akan menyoroti pentingnya uji reliabilitas dan validitas sebagai bagian integral dari proses pengukuran seluruh variabel yang terlibat. Melalui pembahasan yang mendalam mengenai aspek-aspek tersebut, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam studi ini. Dengan demikian, Bab 3 menjadi landasan penting bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian, karena mendasari proses analisis data dan interpretasi hasil yang akurat dan dapat dipercaya.

3.2 Objek Penelitian

Rozin (2022) mendefinisikan objek penelitian dengan tujuan untuk memahami objek yang dikenali sebagai suatu fenomena, termasuk segala manifestasi nyatanya. Di sisi lain, Sugiyono (2021) memandang objek penelitian sebagai atribut atau nilai yang dimiliki oleh subjek penelitian, mencakup berbagai elemen seperti individu, objek material, aktivitas, dan lain-lain yang akan diinvestigasi. Dengan demikian, kedua definisi tersebut menyoroti pentingnya penekanan pada subjek atau objek yang menjadi fokus utama dalam rangka memecahkan masalah penelitian. Pemahaman yang jelas tentang objek penelitian menjadi landasan yang krusial dalam merancang dan melaksanakan penelitian yang efektif serta relevan dengan tujuan yang hendak dicapai.

Berdasarkan pemahaman di atas, maka objek penelitian pada penelitian kali ini adalah para pelaku usaha dari UMKM yang berada di daerah yang masih merupakan wilayah kota Tangerang Selatan.

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis akan melibatkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Tangerang Selatan sebagai populasi yang menjadi fokus utama. Sebagaimana telah dibahas sebelumnya, jumlah UMKM di kota tersebut terbilang banyak dan akan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hampir mencapai 150.000 entitas. Karena itu, penulis dihadapkan pada kebutuhan untuk melakukan pengambilan sampel yang mewakili populasi tersebut dengan baik. Dalam konteks ini, penentuan sampel yang tepat menjadi krusial untuk memastikan representativitas data yang diperoleh. Penulis perlu memilih sampel yang dapat menggambarkan beragam karakteristik UMKM di Kota Tangerang Selatan secara proporsional. Hal ini penting agar hasil penelitian dapat diandalkan dan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang kondisi UMKM di wilayah tersebut. Dengan demikian, pengambilan sampel yang cermat akan menjadi langkah awal yang penting dalam proses penelitian yang dilakukan oleh penulis.

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa populasi merujuk pada kumpulan yang diperluas yang terdiri dari subjek atau objek yang diberikan atribut atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk penelitian. Atribut tersebut bisa beragam, mulai dari kategori usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, lokasi geografis, hingga perilaku, dan lain sebagainya Latipun (2022). Dengan definisi ini, populasi menjadi landasan utama dalam menentukan cakupan dan ruang lingkup penelitian serta membantu peneliti dalam mengidentifikasi dan menetapkan parameter yang relevan untuk studi yang dilakukan.

UMKM yang beroperasi di wilayah Tangerang Selatan. Berdasarkan informasi yang terhimpun melalui portal data resmi kota Tangerang Selatan, jumlah populasi UMKM di daerah Tangerang Selatan mencapai 147.602 pada tahun 2022. Data ini dianggap sebagai sumber terkini yang tersedia, dikeluarkan oleh portal resmi kota tersebut. Mengandalkan data yang diperbarui secara berkala dari sumber yang terpercaya adalah langkah krusial dalam menyusun penelitian yang solid dan relevan. Data terbaru memberikan gambaran yang akurat tentang kondisi UMKM di Tangerang Selatan, memungkinkan peneliti untuk merancang pendekatan yang tepat dan memberikan wawasan yang mendalam dalam studi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika, tantangan, serta potensi perkembangan UMKM di wilayah tersebut. Data yang terkini dan terpercaya adalah fondasi yang penting untuk merumuskan rekomendasi dan strategi yang sesuai untuk mendukung pertumbuhan sektor UMKM di Tangerang Selatan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah *subset* populasi, di mana *subset* tersebut memiliki karakteristik atau ciri khas atau *pattern* serupa. Dalam situasi di mana populasi terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan, penulis akan mengambil sebagian kecil dari populasi tersebut, yang disebut sebagai sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian bertujuan untuk mengevaluasi karakteristik keseluruhan populasi dengan menggunakan data dari kelompok individu yang dipilih. Pemilihan sampel yang tepat sangat penting karena sampel yang baik akan mencerminkan ciri-ciri populasi secara keseluruhan. Hal ini memberikan keuntungan bagi peneliti dalam

hal efisiensi biaya, pengumpulan data yang cepat, dan homogenitas data untuk meningkatkan kualitas dan akurasi hasil penelitian (Ghozali, 2021). Ada dua metode umum yang digunakan dalam pengambilan sampel, yaitu metode probability dan non-probability. Metode probability mengacu pada pemilihan sampel secara acak dari seluruh populasi, sementara metode *non-probability* memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Perbedaan mendasar antara kedua metode tersebut terletak pada cara pemilihan objek sampel, dengan metode probability mencakup pilihan acak yang lebih luas dari populasi, sedangkan metode *non-probability* menitikberatkan pada pemilihan spesifik dari subkelompok populasi yang telah ditentukan.

Dalam penjelasan yang lebih terperinci, metode *probability* digunakan untuk memilih sampel secara acak dari populasi, yang menghasilkan sampel yang tidak bias karena seleksinya dilakukan secara acak (Arikunto, 2019). Di sisi lain, metode *non-probability* melibatkan pemilihan yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga beberapa elemen, atribut, dan/atau karakteristik yang mewakili populasi mungkin tidak terpilih. Pendekatan ini menetapkan kriteria dalam pemilihan sampel, yang dapat mengakibatkan bias. Menurut Yu et al. (2022), metode non-probability tidak memberikan kesempatan untuk memperkirakan tingkat kesalahan dalam sampel tersebut. Dengan demikian, penggunaan metode probability dapat meningkatkan representasi yang lebih akurat dari populasi, sementara metode non-probability cenderung membatasi representasi tersebut. Perlu diingat bahwa kedua metode memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing, dan pemilihan antara keduanya harus didasarkan pada tujuan penelitian, sifat populasi, serta ketersediaan sumber daya dan waktu.

Menurut Sugiyono (2021), dengan menetapkan populasi yang menjadi objek penelitian, peneliti dapat dengan mudah mengidentifikasi kelompok yang mewakili populasi tersebut dengan jumlah yang lebih kecil untuk diteliti. Pada bagian sebelumnya, telah dijelaskan jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Tangerang Selatan, yang menjadi indikator jumlah populasi yang akan diteliti. Karena jumlahnya yang besar, peneliti akan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan sampelnya menggunakan metode *probability*, khususnya dengan pengambilan sampel secara acak dengan metode *stratified sampling*. Salah

satu keunggulan dari *stratified sampling* adalah implementasinya yang mudah dan sederhana. Lebih lanjut, metode ini menghasilkan data yang tidak bias dari populasi karena setiap objek yang dipilih memiliki peluang yang sama dalam proses pemilihan (Fatimah & Purdianto, 2023). Metode ini juga berguna untuk memastikan tiap sampel mewakili proporsi dari strata skala bisnis, yaitu jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah yang ada di Tangerang Selatan. Menurut Sekaran & Bougie (2022), metode pengambilan sampel menggunakan rumus slovin didasari oleh keserhanaannya, praktis untuk populasi yang besar, memperhitungkan *margin of error* di dalamnya, serta fleksibel dalam berbagai kondisi penelitian. Dengan demikian, penggunaan metode ini diharapkan dapat memberikan representasi yang akurat dari populasi, yang menjadi dasar untuk analisis yang komprehensif dan interpretasi yang valid dalam penelitian ini.

Berikut adalah kalkulasi sampel menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = toleransi persentasi *error* terhadap sampel (*margin of error*), pada penelitian berikut, digunakan 5% sebagai batas toleransi

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad n = \frac{147.602}{1 + 147.602(5\%)^2} \quad n = \frac{147.602}{369} \quad n = 400$$

Hasil kalkulasi menggunakan rumus Slovin, didapatkan bahwa batas jumlah minimum sampel yang harus dipilih sebagai objek penelitian adalah 400 sampel. Responden yang dipilih sebagai sampel adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjalankan usahanya di Kota Tangerang Selatan dan telah menjalankan usahanya setidaknya selama tiga tahun, dengan proporsi yang representatif dengan jumlah usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah di Tangerang Selatan, yaitu 96% sampel berasal dari usaha mikro, 3.79% sampel berasal dari usaha kecil, dan 0.21% sampel berasal dari usaha menengah. Sampel

diperoleh melalui kuesioner yang disebar melalui forum *Facebook* khusus UMKM di Tangerang Selatan, Forum UMKM Tangerang Selatan (2024). Serta disebar melalui luar jaringan, yaitu pada usaha-usaha mikro, kecil, dan menengah yang dijalankan di Tangerang Selatan. Pemilihan responden yang merupakan pemilik UMKM dengan usia usaha minimal tiga tahun ini didasarkan pada perkiraan bahwa dalam kurun waktu tersebut, hasil Kinerja Bisnis dari UMKM tersebut sudah mulai terlihat. Pendapat ini diperkuat oleh Kusuma et al. (2022), yang menyatakan bahwa UMKM yang telah beroperasi selama tiga tahun atau lebih cenderung menunjukkan Kinerja Bisnis yang lebih baik dan tingkat keberlanjutannya yang lebih tinggi, yang menjadi parameter penting dalam penelitian ini. Selain itu, UMKM yang telah berjalan minimal tiga tahun juga cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik dalam pengelolaan keuangan, yang merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan yang efisien dan efektif (Nurjanah et al., 2022). Dengan demikian, pemilihan responden yang memenuhi kriteria usia usaha minimal tiga tahun diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang Kinerja Bisnis dan keberlanjutan UMKM di Tangerang Selatan, serta memungkinkan peneliti untuk membuat analisis yang lebih akurat dan bermakna dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengaruh dari variabel independen yaitu *Entrepreneurial Marketing* terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Bisnis, yang dimediasi oleh variabel *Competitive Advantage* serta dimoderasi oleh variabel *Technological Turbulence*. Dengan begitu, data primer menjadi sumber data dalam proses penelitian ini. Data primer tersebut diperoleh melalui distribusi kuesioner secara daring melalui grup komunitas pelaku usaha UMKM khusus di Tangerang Selatan di media sosial seperti di *Facebook* serta distribusi kuesioner secara luring terhadap pelaku UMKM yang bisnisnya dijalankan di kota Tangerang Selatan. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa data primer merupakan data *first handed*, di mana itu berarti data tersebut diperoleh langsung oleh peneliti. Data primer tersebut menggunakan pengukuran

menggunakan skala *Likert*, spesifiknya pada 6-point *Likert*, dengan rentang skor 1 hingga 6, skor 1 artinya sangat tidak setuju, dan skor 6 yang berarti sangat setuju.

Penjelasan secara rinci mengenai kategori jawaban terhadap 6-point *Likert* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Kurang setuju
4	Agak setuju
5	Setuju
6	Sangat setuju

Penggunaan skala 6-point *Likert* menjadi pilihan Penulis karena dengan menggunakan skala genap (4-point atau 6-point), hal tersebut akan menghindarkan data yang didapatkan Penulis dari *bias* karena tidak hadirnya pilihan netral.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Menurut Machali (2021), Definisi operasional dari Variabel adalah pendalaman mengenai variabel-variabel yang berkonseptual, serta karakteristik tersendiri yang dapat diteliti. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel yang memengaruhi variabel lain (terikat). Pada penelitian ini, variabel independen digambarkan sebagai (x) dan *Entrepreneurial Marketing* menjadi variabel independen tersebut.

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini, variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen adalah Kinerja Bisnis (z).

3. Variabel Mediasi

Variabel *intervening* yang memiliki peran sebagai mediator/penghubung antara hubungan *Entrepreneurial Marketing*

terhadap Kinerja Bisnis, digambarkan sebagai (y1) dan merupakan *Competitive Advantage*.

4. Variabel Moderasi

Merupakan variabel *intervening* yang memiliki peran sebagai moderasi terhadap hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021), variabel ini memiliki peran yang dapat menguatkan atau melemahkan hubungan antar variabel independen dengan dependen, namun pada penelitian kali ini, Penulis berhipotesis bahwa variabel moderasi yang merupakan *Technological Turbulence* dan digambarkan sebagai (y2) akan menguatkan hubungan antar kedua variabel tersebut.

Dengan demikian, keempat variabel ini memiliki *indicator scaled item* yang terangkum pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 2 Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Entrepreneurial Marketing (x)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Innovation 2. Proactiveness 3. Opportunity Focus 4. Calculated Risk Taking 5. Customer Intensity 6. Resource Leveraging 7. Value Creation
Business Performance (z)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reputation 2. Growth in Sales' Quantity 3. Growth in Market's Share 4. Growth in Sales' Revenue 5. Goal in Enhancing the Appeal to New Consumers
Competitive Advantage (y1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unique Products or Service Compared to The Competitors 2. High Quality Product or Service Compared to The Competitors 3. Better Cost Efficiency Products or Service Compared to The Competitors

4. Better Cost Control for Production and/or Service
5. Better Treatment Compared to The Competitors
6. The Consumers Need Our Products/Services

Technological
Turbulence (y2)

1. Rapid Changes in Technology Affecting Business
2. Rapid Changes in Technology Changing Marketing's Creativity
3. Opportunity from Technology Breakout Gave Better Chance at Business
4. Opportunity from Technology Breakout Gave New Way to Reach New Consumers
5. Potential Rate of New Product from Technology

(Alqahtani & Uslay, 2020; Jamal Ali & Anwar, 2021), 2020; Jamal Ali & Anwar, 2021)

Penggunaan indikator berbasis pada *item* seperti yang terangkum pada tabel 3.2 didasarkan menurut Hair et al. (2023), di mana tiap indikator yang merupakan manifestasi dari tiap variabel memberikan kontribusi unik terhadap pengukuran variabel laten. Hal ini bertolak belakang dengan pendekatan yang mengagregatkan indikator ke dalam sebuah dimensi, karena berpotensi akan hilangnya informasi yang berharga tentang konstruk yang diukur. Terlebih lagi, metode analisa SEM-PLS yang akan digunakan pada penelitian ini merupakan model *causal*, di mana pendekatannya mengarah pada pemaksimalan penjelasan varians terhadap konstruk laten yang dependen. Pendekatan ini menggunakan indikator yang merepresentasikan variabel laten terhadap model hubungan antara tiap variabel laten. Selain itu, pengukuran yang digunakan pada metode analisa SEM-PLS ini adalah pengukuran reflektif pada konstruk eksogennya, yang mana semua perubahan pada variabel laten akan tercermin pada indikator yang pada penelitian ini, sejajar dengan *item* atau pernyataan. Lalu pada konstruk endogen, pengukuran formatif terjadi pada Kinerja Bisnis, di mana *item* yang sejajar dengan indikator tersebut mencerminkan variabel latennya.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam tahap selanjutnya dari penelitian ini, setelah data penelitian dikumpulkan dengan lengkap, langkah berikutnya adalah menganalisis data tersebut. Pendekatan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif untuk pengumpulan dan analisis data. Sugiyono (2021) menegaskan bahwa analisis data harus dilakukan dengan memperhatikan kelompok data berdasarkan variabel dan tipe responden, melakukan tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menggunakan data terkini untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk menguji mediasi dan menguji hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis analisis statistika yang digunakan, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang data, sementara analisis inferensial digunakan untuk membuat inferensi atau generalisasi tentang populasi berdasarkan sampel yang diambil. Kedua jenis analisis ini penting untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti serta menguji kebenaran hipotesis yang diajukan.

3.6.1 Analisa Statistika Deskriptif

Analisa deskriptif bertujuan untuk menentukan karakteristik responden berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dan frekuensi dari jawaban responden dalam bentuk *mean* (rata-rata), *maximum* (nilai maksimum), *minimum* (nilai minimum), median, modus, dan standar deviasi yang merupakan akar kuadrat dari varians. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa analisa deskriptif digunakan untuk menganalisa data berdasarkan deskripsi dari data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang terkesan generalisir pada khalayak umum. Akan tetapi, Penulis berpendapat bahwa analisa deskriptif bisa membantu mengidentifikasi *pattern* atau pola yang timbul dari data yang telah dikumpulkan. Adapun data yang digunakan untuk analisa deskriptif adalah:

1. Karakteristik responden seperti identitas yang bukan merupakan *confidential* seperti kategori bisnis, jumlah pegawai, status responden, dan lain-lain.

2. Frekuensi dari jawaban responden terhadap kuesioner yang setelah diolah berupa *minimum*, *maximum*, *mean*, dan standar deviasi yang merupakan nilai statistik yang digunakan untuk mengukur tingkat homogenitas terhadap jawaban responden. Standar deviasi juga merupakan salah satu nilai statistika yang digunakan untuk melakukan *dispersion measurement*.

3.6.2 Analisa Statistika Inferensial

Menurut Sugiyono (2021), analisa inferensial merupakan analisa yang digunakan untuk menganalisa data sampel yang merupakan representasi dari populasi, dengan begitu hasilnya bisa mencerminkan keadaan populasi tersebut. Analisa inferensial merupakan teknik analisa yang cocok digunakan apabila adanya keterbatasan waktu dan biaya untuk menganalisa keseluruhan jumlah populasi. Dengan teknik *sampling* yang tepat, sampel tersebut dapat merepresentasikan hasil dari analisa inferensial kepada keseluruhan populasi. Dengan begitu, pada analisa inferensial, estimasi parameter digunakan untuk menguji hipotesis yang nantinya akan digunakan untuk menyimpulkan hasil dari penelitian ini. Metode analisa inferensial yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling Partial Least Square* yang disingkat sebagai SEM-PLS.

Pengujian menggunakan metode SEM-PLS akan dilaksanakan menggunakan *software* yang bernama SmartPLS versi 4.0. Menurut Harahap (2020), beberapa kelebihan dari *software* SmartPLS adalah:

1. Data yang dianalisa oleh SmartPLS menggunakan metode *bootstrapping* atau dilakukan secara acak. Dengan metode *bootstrapping*, uji asumsi klasik data menggunakan PLS tidak menjadi masalah serta tidak memberikan syarat minimum besaran sampel.
2. Pengujian model SEM yang reflektif untuk beberapa bentuk skala seperti rasio, kategori, dan *Likert* dapat diuji secara bersamaan dalam satu model.
3. Memiliki fitur dan fungsi serupa dengan *software* seperti Lisrel dan AMOS dalam proses serta hasil dari pengujian hubungan variabel.

SEM-PLS adalah metode yang digunakan apabila ada masalah pada data tersebut. Penggunaan SEM-PLS memungkinkan penelitian dalam memprediksi model yang rumit dan terdapat banyak konstruksi, indikator dari variabel serta alur struktural yang tidak memaksakan asumsi distribusi terhadap data yang dikumpulkan (Purwanto & Sudargini, 2021). *Structural Equation Modelling* (SEM) memungkinkan peneliti dalam menguji akurasi pada model berdasarkan teori, sedangkan *Partial Least Square* (PLS) merupakan teknik statistika multivariat yang menguji pengaruh langsung dan tidak langsungnya variabel laten, serta menciptakan komparasi terhadap variabel dependen dengan beberapa variabel independen, serta dapat mengatasi regresi saat masalah yang spesifik muncul pada data, seperti:

1. Tingkat efisiensi dan akurasi yang muncul pada besaran sampel yang kecil.
2. Keberadaan *missing value* terhadap informasi yang susah untuk ditemukan pada objek penelitian.
3. Dapat mengatasi masalah multikolinearitas terhadap variabel independen.

Lebih lanjut, terdapat dua model evaluasi yang ditawarkan oleh SEM-PLS, yaitu *inner model* dan *outer model*.

3.7 Uji pada Model

Pengujian yang melibatkan metode SEM-PLS adalah pengujian yang dilakukan pada dua model evaluasi yaitu *outer model* dan *inner model*, yang akan dijelaskan sebagai berikut

3.7.1 Outer Model

Merupakan model pengukuran yang reflektif atau dikenal sebagai model yang mendefinisikan tiap indikator yang berhubungan dengan konstruksi laten indikator. Model ini mengukur data melalui uji validitas dan reliabilitas:

1. Uji Validitas

Merupakan pengujian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Hair et al. (2023), melalui metode analisa SEM-PLS uji validitas data dapat diukur melalui beberapa pengukuran seperti *convergent validity* yang mana mengukur korelasi antara nilai indikator berdasarkan 3 indikator (*outer loadings* ≥ 0.6 , indikator reliabilitas ≥ 0.5 dan *Average Variance Extracted* (AVE) ≥ 0.5). Menurut Ghozali & Kusumadewi pengukuran indikator *outer loading* dengan nilai terkecil yaitu 6 pada dasarnya masih dapat diterima pada penelitian terapan seperti yang dilakukan penulis saat ini. Pengukuran berikutnya yaitu *discriminant validity* yang diukur berdasarkan *cross loading*, di mana nilai indikator yang baik berada pada nilai minimum ≥ 0.6 . *Cross loading* merupakan faktor yang berguna untuk menilai dan menentukan variabel konstruk mempunyai nilai diskriminan lebih baik melalui perbandingan nilai *loading* pada variabel konstruk lain. (Ghozali, 2021; Hair et al., 2023).

Tabel 3. 3 Uji Validitas

Uji Validitas	Indikator Pengukuran	Parameter Pengukuran
Convergent Validity	Outer loadings	≥ 0.6
	AVE	≥ 0.5
Discriminant Validity	Cross Loading	≥ 0.6

(Hair et al. (2023))

2. Uji Reliabilitas

Merupakan pengujian yang mengukur konsistensi dan akurasi dari instrumen pengukuran pada proses pengukuran data. Menurut Hair et al. (2023) pada metode analisa SEM-PLS reliabilitas data diukur melalui konsistensi reliabilitas internal yang mana terdiri dari 2 indikator pengukuran, yaitu *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* yang keduanya harus memiliki nilai lebih dari sama dengan 0.6-0.9.

Pengecualian dapat terjadi bila *Composite Reliability* memiliki nilai yang baik, tetapi *Cronbach's Alpha* memiliki nilai di bawah 0.6. Uji reliabilitas tetap dapat diterima apabila *Composite Reliability* memiliki nilai yang baik, karena *Composite Reliability* dianggap memiliki pengukuran yang lebih akurat. (Hair J. F. et al., 2019).

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas	Indikator Pengukuran	Parameter Pengukuran
Internal Consistency	Composite Reliability (rho_c) (Hair et al. (2023); SmartPLS 4.0)	≥ 0.6

Menurut Barker et al. (2022), kriteria standar pada uji validitas dan reliabilitas yang dapat diterima berkisar pada nilai sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Standar Penilaian

Kategori	Validitas	Reliabilitas
Baik	0.5	0.8
Dapat Diterima	0.3	0.7
Marjinal	0.2	0.6
Buruk	0.1	0.5

(Hair et al. (2023); SmartPLS 4.0)

3.7.2 Inner Model

Merupakan model pengukuran terstruktur, yang mana model desain strukturalnya berdasarkan rumusan masalah dan pengembangan dari hipotesis penelitian, dan digunakan untuk melihat prediksi kausalitas variabel laten. Nilai R-Square merupakan pengukuran tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen, dengan nilai pengukuran 0.75, 0.5, dan 0.25 yang menunjukkan apakah model kuat, moderat, dan lemah. Nilai signifikan menggunakan t-value dengan indikator nilai 1.65 (10%), 1.96 (5%), dan 2.58 (1%) (Hamid & Anwar, 2019). Nilai R-Square merupakan koefisien determinasi yang merepresentasikan varian total dari konstruk yang diciptakan oleh inner model. Menurut Cohen (1988), f-square (effect size) merupakan indikator besaran pengaruh variabel independen yang endogen terhadap variabel eksogen yang merupakan variabel independen, dengan nilai rekomendasi f-square adalah 0.02,

0.15, dan 0.35. Indikator terakhir pada pengujian prediksi model yang dibuat uji model struktural (inner model), adalah predictive relevance yang digambarkan sebagai Q-square, dengan nilai apabila Q-square > 0 maka menunjukkan model memiliki prediksi yang relevan, sementara Q-square < 0 menunjukkan model memiliki prediksi yang tidak relevan. Pada model pengukuran ini, uji asumsi klasik tidak diperlukan karena pendekatan menggunakan metode SEM-PLS lebih fleksibel dan dapat bekerja dengan baik menggunakan data yang tidak memenuhi asumsi klasik regresi (Hair et al., 2023).

Berikut adalah rangkuman dari indikator penilaian dan kriteria pada *inner model*:

Tabel 3. 6 Indikator *Inner Model*

Indikator	Parameter
R-square	0.75 (Kuat)
	0.5 (Moderat)
	0.25 (Lemah)
f-square	0.35 (Kuat)
	0.15 (Moderat)
	0.02 (Lemah)
Q-square Predictive Relevance	Q-square > 0 (Model relevan)
	Q-square < 0 (Model tidak relevan)

(Hair et al. (2023); SmartPLS 4.0)

3.8 Pengujian Hipotesis

Pada tahap pengujian hipotesis, uji dilakukan untuk menggunakan *bootstrapping*. *Bootstrapping* merupakan uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk menciptakan kesimpulan apakah hipotesis yang telah diciptakan akan ditolak atau diterima, melalui perhitungan parameter dari sampel yang merupakan representasi dari populasi yang menjadi target Sugiyono (2021), yaitu pelaku UMKM di kota Tangerang Selatan. Pada penggunaan metode SEM-PLS, pengujian hipotesis menggunakan *t-value* untuk mengukur nilai signifikansi dari hipotesis serta nilai probabilitas (*p-value*). Dengan begitu, penetapan *t-value* pada penelitian ini adalah 1.96, dengan nilai *p-value* sebagai 0.05. Pengujian hipotesis ini akan diterima

apabila *t-value* yang didapat lebih dari 1.96 (*t-value* > 1.96), dan hipotesis akan ditolak (tidak diterima) apabila *t-value* tidak lebih dari 1.96 (*t-value* < 1.96).

Penjelasan hipotesis untuk melihat pengaruh antar variabel dapat dijelaskan sebagai berikut (Ghozali, 2021):

- a. Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
 $H_0 : \beta_1 \leq \emptyset$
Tidak terjadi pengaruh antara *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
 $H_1 : \beta_1 > \emptyset$
Terjadi pengaruh positif antara *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
- b. Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* terhadap Competitive Advantage
 $H_0 : \beta_2 \leq \emptyset$
Tidak terjadi pengaruh antara *Entrepreneurial Marketing* terhadap Competitive Advantage
 $H_1 : \beta_2 > \emptyset$
Terjadi pengaruh positif antara *Entrepreneurial Marketing* terhadap Competitive Advantage
- c. Pengaruh *Competitive Advantage* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
 $H_0 : \beta_3 \leq \emptyset$
Tidak terjadi pengaruh antara *Competitive Advantage* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
 $H_1 : \beta_3 > \emptyset$
Terjadi pengaruh positif antara *Competitive Advantage* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
- d. Pengaruh *Competitive Advantage* memediasi hubungan *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
 $H_0 : \beta_4 \leq \emptyset$
Tidak terjadi pengaruh *Competitive Advantage* memediasi hubungan *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM
 $H_1 : \beta_4 > \emptyset$

Terjadi pengaruh positif *Competitive Advantage* memediasi hubungan *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM

- e. Pengaruh *Technological Turbulence* memoderasi hubungan *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM

$H_0 : \beta_5 \leq 0$

Tidak terjadi pengaruh *Technological Turbulence* memoderasi hubungan *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM

$H_1 : \beta_5 > 0$

Terjadi pengaruh positif *Technological Turbulence* memoderasi hubungan *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UMKM

