

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Metode dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian dengan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sugiyono (2017, hlm. 8) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Sugiyono (2017, hlm.6) menjelaskan bahwa penelitian dengan metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, dan wawancara yang terstruktur. Semua variabel penelitian akan dianalisis dengan metode deskriptif. Nazir (2011, hlm. 54) metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Dalam penelitian ini peneliti juga akan melihat pengaruh kompetensi kewirausahaan, lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap keberhasilan usaha secara langsung maupun melalui inovasi.

1.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.1.1 Variabel

Variabel yang diteliti pada penelitian ini terdiri atas tiga variabel eksogen, satu variabel intervening, dan satu variabel endogen. Variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Keberhasilan usaha sebagai variabel laten endogen dalam penelitian ini berarti kemampuan usaha untuk terus tumbuh, berkembang dan mendapatkan profit sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi-dimensi dari keberhasilan usaha ini mengacu pada konsep *balanced scorecard* dari Striukova, et al. (2008) dan Kaplan & Norton (1995): yaitu:
 - a. Customer (Perspektif Pelanggan)
 - b. Internal Business Process (Perspektif Proses Bisnis Internal)
 - c. Learning and Growth (Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan), dan
 - d. Financial (Perspektif Keuangan)
2. Inovasi sebagai variabel laten endogen sekaligus variabel intervening dalam penelitian ini berarti suatu usaha perubahan yang dilakukan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan dengan melibatkan penggunaan sumber daya baik orang, waktu, maupun uang dalam menciptakan serta mengembangkan produk, layanan, atau metode kerja yang baru dengan tujuan menguntungkan pekerjaan, tim kerja dan organisasi. Dimensi-dimensi dari inovasi ini mengacu pada konsep Okpara (2007), yaitu:
 - a. Inovasi dalam Proses
 - b. Inovasi dalam Struktur
 - c. Inovasi dalam Budaya, dan
 - d. Inovasi dalam SDM.
3. Kompetensi Kewirausahaan sebagai variabel laten eksogen, yang berarti karakteristik mendasar seseorang yang menentukan hasil kerja yang terbaik dan efektif sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam suatu pekerjaan atau situasi tertentu dan juga diartikan sebagai sebuah kontinum antara pengetahuan, kemampuan, keterampilan, dan keahlian dengan karakteristik

dasar seseorang. Dimensi-dimensi dari kompetensi kewirausahaan ini mengacu pada Man, et al (2008), yaitu:

- a. Strategic competencies
 - b. Opportunity competencies
 - c. Relationship competencies
 - d. Conceptual competencies
 - e. Organizing competencies, dan
 - f. Commitment competencies
4. Lingkungan bisnis eksternal, yaitu merupakan faktor luar perusahaan yang mempengaruhi aktivitas bisnis. Dimensi yang digunakan berdasarkan pendapat Butler (2009)
- a. Sosial Budaya
 - b. Ekonomi
 - c. Politik; dan
 - d. Pembangunan Infrastruktur.
5. Lingkungan bisnis internal, yaitu merupakan faktor dalam perusahaan yang mempengaruhi aktivitas bisnis. Dimensi yang digunakan berdasarkan pendapat Worthington & Britton (2015), yaitu
- a. Sumber Daya Manusia
 - b. Tujuan Organisasi
 - c. Pemasaran
 - d. Permodalan
 - e. Keuangan
 - f. Teknologi

3.1.2 Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini adalah UMKM pada Industri Barang Kulit dan Alas Kaki di Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat. Adapun unit observasi (responden) pada penelitian ini adalah wirausaha di UMKM pada Industri Barang Kulit dan Alas Kaki di Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat yang menjadi responden dan mengisi kuesioner dalam penelitian ini.

3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di sentra UMKM Industri Barang Kulit dan Alas Kaki di Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat Tempat. Waktu pelaksanaan penelitian di lapangan adalah mulai dari bulan Oktober – Desember 2018.

1.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2013: 61) adalah segala sesuatu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel laten dan variabel manifest. Variabel laten tidak bisa diamati secara langsung dan oleh karena itu tidak bisa diukur secara langsung. Maka dalam hal ini diperlukan definisi operasional variabel laten tersebut yang merepresentasikan variabel laten tersebut. Variabel yang dapat diukur secara langsung dikenal dengan istilah variabel manifest, atau dengan kata lain merupakan sebagai indikator dari variabel laten (Byrne, 2010). Latan, H (2013) menyatakan bahwa variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung sering juga disebut dengan konstruk akan tetapi diukur dengan dimensi dan indikator-indikatornya.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel Laten	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Nomor Item
Keberhasilan Usaha (Y)	Customer (Perspektif Pelanggan	1. Keahlian tenaga kerja	A1
		2. Kualitas produk	A2
		3. Kesesuaian produk dengan keinginan konsumen	A3
	Internal Business Process (Perspektif Proses Bisnis Internal)	4. Frekuensi perubahan produk	A4
		5. Kelancaran proses kerja	A5
		6. Kerjasama dengan industri/ perusahaan lain	A6
		7. Kemampuan menyampaikan produk	A7
	Learning and Growth	8. Frekuensi pelatihan karyawan	A8
		9. Prestasi kerja karyawan	

Variabel Laten	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Nomor Item
	(Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan)	10. Kemampuan karyawan memperoleh informasi	A9 A10
	Financial Perspektif Keuangan	11. Peningkatan Pendapatan 12. Biaya 13. Net income 14. Arus kas 15. Nilai asset	A11 A12 A13 A14 A15
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	Strategic competencies	1. goal and vision setting, 2. strategy formulation, 3. profit orientation, 4. growth orientation, 5. long-term or sustainability orientation	B1 B2 B3 B4 B5
	Opportunity competencies	6. market orientation, 7. environmental scanning, 8. opportunity recognition	B6 B7 B8
	Relationship competencies	9. cooperation and networking 10. using networks and connections 11. negotiation and persuasiveness	B9 B10 B11
	Conceptual competencies	12. initiative-creativity-innovativeness 13. understanding complex information 14. risk-taking	B12 B13 B14
	Organizing competencies	15. communication clarity 16. vision clarity, 17. competitiveness and result orientation 18. flexibility and willingness to adapt	B15 B16 B17 B18
	Commitment competencies	19. business passion, 20. long and irregular hours, 21. motivation and ambition, 22. willingness to learn new things 23. accountability, 24. emotional coping	B19 B20 B21 B22 B23 B24

Variabel Laten	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Nomor Item
Lingkungan Bisnis Eksternal	Sosial Budaya	1. Dukungan nilai-nilai yang ada di masyarakat sekitar	C1
		2. Kesesuaian gaya hidup masyarakat dengan usaha yang dilakukan	C2
	Ekonomi	3. Stabilitas pertumbuhan ekonomi dalam mendukung usaha	C3
		4. Daya beli masyarakat saat ini	C4
		5. Kondisi pertumbuhan ekonomi	C5
	Politik	6. Kebijakan pemerintah terkait pengembangan usaha kecil menengah	C6
		7. Stabilitas politik saat ini terhadap pengembangan usaha kecil menengah	C7
		8. Perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha kecil menengah	C8
	Pembangunan Infrastruktur	9. Akses sarana transportasi ke tempat usaha	C9
		10. Infrastruktur jalan di sekitar tempat usaha	C10
		11. Ketersediaan utilitas (air bersih, listrik, telepon, internet) di sekitar tempat usaha	C11
Lingkungan Bisnis Eksternal	Sumber Daya Manusia	1. Ketersediaan SDM karyawan di perusahaan	D1
		2. Tingkat motivasi SDM karyawan di perusahaan	D2
		3. Tingkat pengetahuan/keterampilan SDM karyawan di perusahaan	D3
	Tujuan Organisasi	4. Kejelasan tujuan organisasi perusahaan	D4
		5. Kesesuaian perencanaan dengan tujuan organisasi perusahaan	D5
	Pemasaran	6. Kemampuan dalam mengembangkan pangsa pasar	D6

Variabel Laten	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Nomor Item
		7. Kemampuan dalam melakukan promosi penjualan	D7
	Permodalan	8. Kemampuan dalam mengembangkan modal sendiri	D8
		9. Kemampuan dalam memperoleh modal dari pihak lain	D9
	Keuangan	10. Profesionalisme dalam mengelola keuangan perusahaan	D10
		11. Transparansi dalam mengelola keuangan perusahaan	D11
	Teknologi	12. Ketersediaan teknologi komputer dalam administrasi perusahaan	D12
		13. Pemanfaatan teknologi komputer dalam promosi online	D13
Inovasi (X4)	Inovasi dalam Proses	1. Memiliki kreativitas untuk menciptakan hasil karya yang baru.	E1
		2. Kreativitas dalam memberikan manfaat bagi perusahaan	E2
		3. Mampu bersaing dengan perajin lain.	E3
		4. Kemampuan membuat produk baru	E4
		5. Memiliki peralatan produksi yang memadai	E5
		6. Memiliki waktu untuk menciptakan produk baru	E6
	Inovasi dalam Struktur	7. Ketersediaan sumber daya	E7
		8. Komunikasi yang dilakukan antar anggota organisasi	E8
		9. Memiliki jaringan yang luas	E9
		10. Memberikan dukungan kepada karyawan untuk bertindak kreatif	E10
	Inovasi dalam Budaya	11. Produk inovatif	E11
		12. Pengendalian Risiko	E12
		13. Pengendalian Konflik	E13
			E14

Variabel Laten	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Nomor Item
		14. Berfokus kepada hasil 15. Masukan-masukan yang inovatif	E15
	Inovasi dalam SDM	16. Pengembangan karyawan 17. Karyawan merasa aman dalam bekerja secara maksimal 18. Kreativitas para karyawan	E16 E17 E18

Skala: interval

1.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan seluruh subjek penelitian yang dapat berupa benda orang ataupun sesuatu yang dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (Arifin, 2017:7). Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau para pelaku usaha kecil menengah yang terdaftar secara resmi berdasarkan publikasi pada Kabupaten Bogor dalam Angka yaitu sebanyak 2.953 unit usaha

Penarikan sampel dari populasi tersebut dihitung dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael (1981: 192), yaitu:

$$S = \frac{\chi^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + \chi^2 P(1-P)}$$

Keterangan:

S = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah anggota populasi

P = proporsi populasi → 0,50 (maksimal sampel yang mungkin)

d = tingkat akurasi → 0,05

χ^2 = tabel nilai chi-square sesuai tingkat kepercayaan 0,95 → 3,841

Perhitungan penarikan sampel tersebut disajikan sebagai berikut.

$$S = \frac{3,841 \cdot 2.953 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2(0,5 - 1) + 3,841 \cdot 0,5(1 - 0,5)} = 340,02 \approx 340$$

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat ditentukan sampel sebanyak 340. Dengan demikian, representasi sampel minimal yang diperlukan untuk analisis data adalah sebanyak 340 responden.

1.5 Instrumen Penelitian

Instrumen dikembangkan dengan mengacu pada definisi operasional dan operasionalisasi variabel. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian sebagian besar dibuat berdasarkan *subject instrument*, yaitu berusaha untuk mendapatkan data langsung dari pengusaha sebagai subjek penelitian yang dilakukan melalui teknik penyebaran angket atau kuesioner. Adapun skala penilaian terhadap jawaban responden (kuesioner) yang berhasil dijangkau dilakukan dengan menggunakan skala lima model *Multiple Rating List Scale* Cooper and Schindler, (2003), yang menjelaskan bahwa setiap alternatif jawaban responden ditentukan dalam rentang skor antara satu sampai dengan lima.

Instrumen penelitian yang telah tersusun terlebih dahulu disebarkan kepada sejumlah responden, dalam rangka menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Apabila dari jawaban responden hasilnya diperoleh item pernyataan/pertanyaan yang tidak valid, maka item tersebut direvisi atau tidak dipakai lagi. Begitu pula apabila terdapat pernyataan yang tidak reliabel, maka item instrument/kuesioner penelitian tersebut direvisi kembali. Kuesioner yang sudah direvisi serta hasil uji cobanya dinyatakan valid dan reliabel, kemudian dijadikan dasar dalam menyebarkan kuesioner kepada seluruh responden.

Reliabilitas dan validitas merupakan aspek penting dalam proses penelitian, terutama untuk menguji instrumen penelitian seperti kuesioner pada penelitian kuantitatif. Pengujian reliabilitas dan validitas diperlukan untuk menguji suatu hipotesis asosiatif yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian. LoBiondo-Wood & Haber (2014) menyatakan bahwa validitas (*validity*) “*is the extent to which an instrument measures the attributes of a concept accurately*”. Dalam hal ini, terdapat tiga jenis validitas, yaitu *content validity*, *criterion-related*

validity, dan *construct validity*. Lebih lanjut, LoBiondo-Wood & Haber (2014) juga menyatakan bahwa reliabilitas (*reliability*) “*is the ability of an instrument to measure the attributes of a concept or construct consistently*”. Dalam hal ini, beberapa pengujian reliabilitas yang sering digunakan adalah *test-retest*, parallel atau format alternatif, *split-half*, Kuder-Richardson, dan Cronbach’s alpha.

Uji validitas yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner sebelum disebar ke lapangan dapat menggunakan validitas konstruk dengan menggunakan *item-total correlation* dengan rumus korelasi Pearson dan uji-r atau uji-t, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Perhitungan uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan menggunakan program MS-Excel.

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pada setiap variabel valid dan reliabel sehingga dapat disebarkan ke lapangan. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas ini dapat disajikan sebagai berikut.

3.5.1 Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen untuk setiap variabel yang diteliti terhadap 30 responden dapat disajikan sebagai berikut.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Keberhasilan Usaha

item	r-hitung	r-tabel	Keputusan
i_01	0.846	0.361	Valid
i_02	0.853	0.361	Valid
i_03	0.779	0.361	Valid
i_04	0.498	0.361	Valid
i_05	0.816	0.361	Valid
i_06	0.764	0.361	Valid
i_07	0.821	0.361	Valid
i_08	0.738	0.361	Valid
i_09	0.720	0.361	Valid
i_10	0.741	0.361	Valid
i_11	0.717	0.361	Valid
i_12	0.661	0.361	Valid
i_13	0.447	0.361	Valid
i_14	0.695	0.361	Valid
i_15	0.733	0.361	Valid

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Kompetensi Kewirausahaan

item	r-hitung	r-tabel	keputusan
i_01	0.650	0.361	Valid
i_02	0.737	0.361	Valid
i_03	0.650	0.361	Valid
i_04	0.651	0.361	Valid
i_05	0.621	0.361	Valid
i_06	0.683	0.361	Valid
i_07	0.683	0.361	Valid
i_08	0.636	0.361	Valid
i_09	0.650	0.361	Valid
i_10	0.513	0.361	Valid
i_11	0.747	0.361	Valid
i_12	0.542	0.361	Valid
i_13	0.658	0.361	Valid
i_14	0.688	0.361	Valid
i_15	0.777	0.361	Valid
i_16	0.564	0.361	Valid
i_17	0.646	0.361	Valid

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Lingkungan Bisnis Eksternal

item	r-hitung	r-tabel	keputusan
i_01	0.643	0.361	Valid
i_02	0.638	0.361	Valid
i_03	0.497	0.361	Valid
i_04	0.720	0.361	Valid
i_05	0.631	0.361	Valid
i_06	0.681	0.361	Valid
i_07	0.717	0.361	Valid
i_08	0.433	0.361	Valid
i_09	0.777	0.361	Valid
i_10	0.618	0.361	Valid
i_11	0.726	0.361	Valid

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Lingkungan Bisnis Internal

item	r-hitung	r-tabel	keputusan
i_01	0.709	0.361	Valid
i_02	0.641	0.361	Valid
i_03	0.672	0.361	Valid
i_04	0.774	0.361	Valid
i_05	0.760	0.361	Valid
i_06	0.741	0.361	Valid
i_07	0.698	0.361	Valid
i_08	0.781	0.361	Valid
i_09	0.671	0.361	Valid
i_10	0.590	0.361	Valid
i_11	0.661	0.361	Valid
i_12	0.532	0.361	Valid
i_13	0.759	0.361	Valid

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Inovasi

Item	r-hitung	r-tabel	keputusan
i_01	0.588	0.361	Valid
i_02	0.655	0.361	Valid
i_03	0.704	0.361	Valid
i_04	0.639	0.361	Valid
i_05	0.677	0.361	Valid
i_06	0.750	0.361	Valid
i_07	0.672	0.361	Valid
i_08	0.685	0.361	Valid
i_09	0.670	0.361	Valid
i_10	0.678	0.361	Valid
i_11	0.629	0.361	Valid
i_12	0.613	0.361	Valid
i_13	0.696	0.361	Valid
i_14	0.702	0.361	Valid
i_15	0.727	0.361	Valid
i_16	0.694	0.361	Valid
i_17	0.616	0.361	Valid
i_18	0.613	0.361	Valid

3.5.2 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk semua variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r-hitung	persyaratan	keputusan
Keberhasilan Usaha	0.949	0.7	Reliabel
Kompetensi Kewirausahaan	0.897	0.7	Reliabel
Lingkungan Bisnis Eksternal	0.812	0.7	Reliabel
Lingkungan Bisnis Internal	0.899	0.7	Reliabel
Inovasi	0.876	0.7	Reliabel

Sumber: Lampiran 2

1.6 Prosedur Penelitian dan Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang mewakili populasi yaitu para pemilik usaha kulit di Kabupaten Bogor. Data primer ini merupakan skor jawaban responden atas pernyataan yang diberikan tentang keberhasilan usaha, kompetensi kewirausahaan, lingkungan eksternal dan lingkungan internal.

2. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen serta laporan lainnya yang relevan dengan penelitian ini ditambah dengan literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang diolah dari data primer yang dikumpulkan dengan kuesioner. Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan tersebut adalah dengan menggunakan metode penelitian lapangan (*survey*) dengan menyebarkan kuesioner langsung pada responden. Kuesioner tersebut dibuat berdasarkan variabel yang diturunkan menjadi indikator, dari indikator diturunkan menjadi butir-butir pertanyaan. Kuesioner juga dilengkapi dengan jawaban dalam bentuk yang terstruktur dengan menggunakan Skala Likert.

1.7 Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan metode *Structural Equation Modelling* (SEM).

3.7.1 Analisis Deskriptif

Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2017) adalah sebagai berikut: “Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis ini bermaksud untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian. Proses pengolahan data yang telah didapat dari responden yaitu dinilai dengan pemberian skor, setelah pemberian skor kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan rumus persentase (Yusuf, 1997) sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana:

- P = Persentase hasil yang diperoleh
- F = Frekuensi hasil yang diperoleh
- N = Jumlah responden yang dijadikan sampel
- 100 = Angka tetap persentase

Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dalam pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner dipakai rumus berikut:

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{(5.SL) + (4.SR) + (3.KK) + (2.JR) + (1.TP)}{\text{Banyak Responden}}$$

Di mana:

- SL = Selalu
- SR = Sering
- KK = Kadang-Kadang
- JR = Jarang

TP = Tidak Pernah

Sedangkan untuk mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus berikut:

$$TCR = \frac{Rata - Rata\ Skor}{Banyaknya\ Alternatif\ Jawaban} \times 100$$

Dimana: TCR = tingkat pencapaian jawaban responden

Someck & Lewin (2005) menyatakan bahwa kriteria nilai tingkat capaian responden (TCR) dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

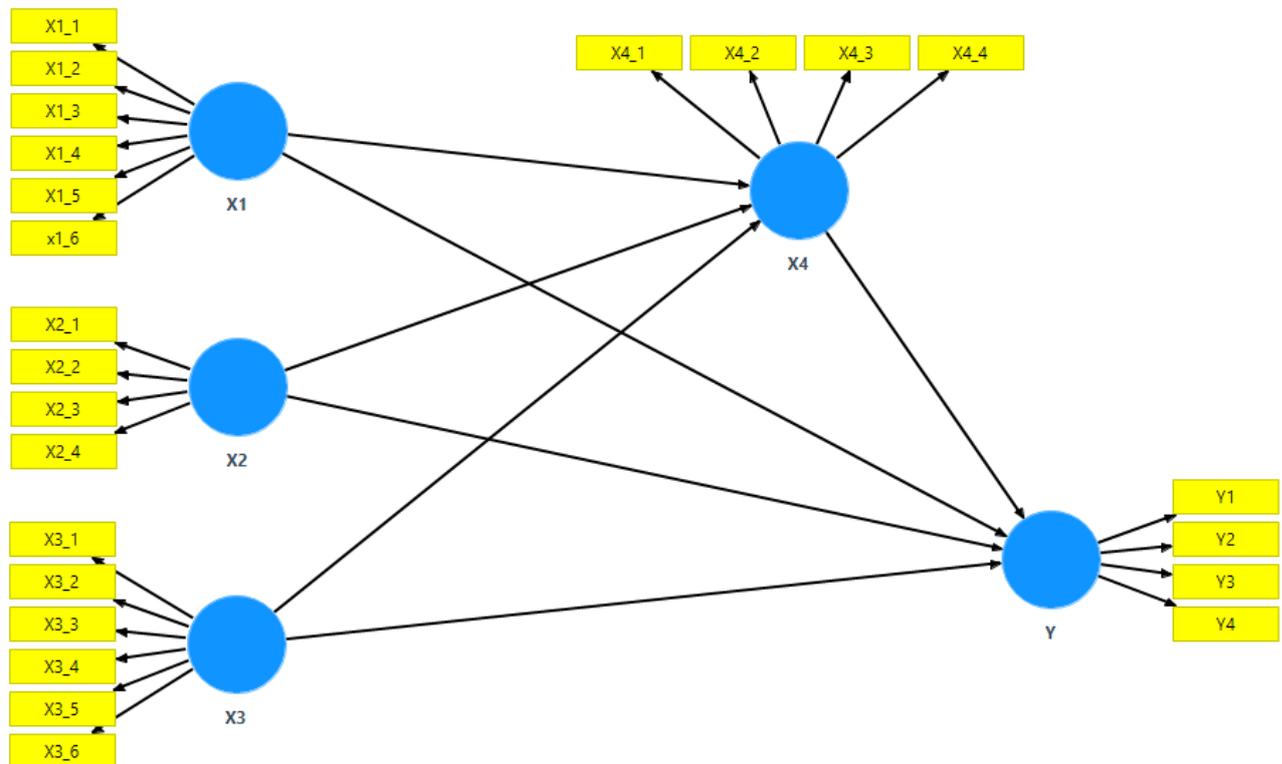
Persentase Pencapaian	: Kriteria
50 % - 100 %	: tinggi
0 % - 49,99 %	: rendah

3.7.2 Analisis SEM

Pemodelan persamaan struktural adalah metodologi statistik dengan pendekatan konfirmasi (yaitu, pengujian hipotesis) terhadap analisis sebuah teori struktural yang mengandung beberapa fenomena Byrne, (2010). *Structural Equation Model* (SEM) adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur secara bersamaan. Menurut Santoso (2014) SEM adalah teknik analisis multivariate yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstruksinya, ataupun hubungan antarkonstruk.

1. Model pengukuran

Model pengukuran disebut juga sebagai *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) (Wijanto, 2008). Wijanto (2008), kriteria yang digunakan dalam pengujian ini yaitu nilai t muatan faktornya (loading factor) lebih besar dari nilai kritis (atau = 1.96 atau untuk praktisnya = 2), muatan faktor standarnya (standardized loading factors) = 0,70, nilai *Construct Reliability* (CR)-nya = 0.70 dan nilai *Variance Extracted* (VE) nya = 0.50.



Gambar 3.1. Model SEM

2. Model struktural

Tujuan dari uji *structural model* adalah melihat korelasi antara konstruk yang diukur yang merupakan uji t dari *partial least square* itu sendiri. *Structural* atau *inner model* dapat diukur dengan melihat nilai *R-Square model* yang menunjukkan seberapa besar pengaruh antar variabel dalam model. Kemudian langkah selanjutnya adalah estimasi koefisien jalur yang merupakan nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural yang diperoleh dengan prosedur *bootstrapping* dengan nilai yang dianggap signifikan jika nilai t statistik lebih besar dari 1,96 (significance level 5%) atau lebih besar dari 1,65 (significance level 10%) untuk masing-masing hubungan jalurnya.

Uji-t terhadap *regression weight* dapat digunakan untuk mengukur kuatnya dimensi itu dalam membentuk faktor laten. CR (Critical ratio) dalam tabel estimasi parameter adalah identik dengan t-hitung dalam analisis regresi. Oleh karena itu CR yang lebih besar dari 2.0 menunjukkan bahwa variable variable itu secara signifikan

merupakan dimensi dari faktor laten yang terbentuk. Identik dengan CR adalah *P-value (Probability)*. Bila $P\text{-value} \leq 0,05$ maka kesimpulannya sama seperti di atas.

Dengan demikian untuk menganalisis hubungan struktural model yang diusulkan terdapat tujuh langkah yang ditempuh (Ferdinand, 2000) yaitu :

1. Pengembangan sebuah model berbasis teori. Pengembangan model SEM dimaksud untuk menentukan atau mengembangkan sebuah model yang memiliki justifikasi teoretis yang kuat. Selanjutnya, model tersebut divalidasi secara empiric melalui pemograman SEM. Dengan menggunakan SEM dapat diketahui adanya model kualitas secara teoritas melalui uji data empirik. Oleh sebab itu, uji hipotesis mengenai perbedaan, digunakan uji Chi-Square dalam SEM.
2. Pengembangan Path diagram dan pengukurannya. Model teoretis yang telah dibangun pada langkah pertama selanjutnya digambarkan dalam sebuah diagram alur. Diagram alur tersebut akan mempermudah dalam melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji.
3. Konversi Path diagram ke dalam persamaan, pada langkah ini model dinyatakan dalam path diagram kemudian dikonversi ke dalam rangkaian.
4. Pemilihan matriks input dan estimasi model yaitu SEM hanya menggunakan matriks Varian/kovarians atau matriks korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukannya. Oleh karena itu SEM berbeda dengan teknik-teknik multivariate lainnya adalah dalam input data yang digunakan dalam pemodelan dan estimasinya.
5. Menilai problem identifikasi, problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik.
6. Evaluasi Criteria *Goodness of-fit* Yaitu *fit index* yang digunakan adalah untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Tujuan peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan beberapa fit indeks untuk mengukur validitas model yang disiapkan, Chi-square Statistic, RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), GFI (*goodness of fit*), AGFI (*adjusted Goodness of Fit index*), CMIN/DF : *The*

minimum sample discrepancy Function, TLI (*Tucker Lewis Index*), CFI (*Comparate Fit index*).

7. Interpretasi dan modifikasi model yaitu modifikasi yang mungkin terhadap sebuah model yang di uji dapat dilakukan dengan pertama kali menguji *standardized* residual yang dihasilkan oleh model itu. Salah satu alat untuk menilai ketepatan sebuah model yang telah dispesifikasikan adalah melalui *modification indeks*, yang dikalkulasi oleh program untuk masing-masing hubungan-hubungan antar variable yang tidak diestimasi.