

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Dan Subyek Penelitian

Objek dari penelitian ini terkait dengan kinerja bisnis, strategi inovasi, iklim organisasi, modal sosial eksternal dan kepemimpinan transformatif UMKM batik yang ada di Indonesia. Survey ke lapangan dilakukan dalam jangka waktu 1 semester mulai dari juli 2019 sampai januari 2020. Ruang lingkup objek yang luas dan keterbatasan waktu, peneliti dalam menentukan objek ditentukan secara random, berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari kementerian perindustrian dan perdagangan dimulai dari UMKM yang berlokasi di Jawa Barat, kemudian Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Subyek dari penelitian ini adalah UMKM Batik yang ada di Indonesia dan dalam penelitian ini dinyatakan sebagai unit analisis. Penentuan subyek dalam penelitian ini berdasarkan skala dari UMKM yakni mikro, kecil, dan menengah, dengan kriteria berdasarkan asset dan omzet, seperti tersaji pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Kriteria UMKM Menurut Pasal 6 UU No 20 Tahun 2008

No	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta - 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta - 10 Miliar	> 2,5 Miliar - 50 Miliar

Sumber: UU No 20 Tahun 2008

Menurut (UU No. 20 Tahun 2008) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dijelaskan bahwa :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Metode Penelitian

Penelitian disertasi ini dalam pelaksanaannya menggunakan metode deskriptif dan metode struktural ekplanasi. Penelitian deskriptif diterapkan dengan menggambarkan profil, karakteristik, aspek-aspek yang relevan dari variable yang diamati dalam penelitian baik yang berkaitan dengan manusia, organisasi, industri, atau lainnya (Uma Sekaran & Roger, 2016). Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif, peneliti berusaha untuk mendapatkan informasi yang yang sebenarnya tentang UMKM Batik di Indonesia.

Metode struktural ekplanasi digunakan sebagai upaya dalam menemukan dan menganalisis hubungan yang terjadi antara kinerja bisnis UMKM Batik di Indonesia dengan beberapa konsep pembentuk peningkatan kinerja bisnis melalui pengembangan model structural berbasis metode kuadrat terkecil atau yang disebut dengan PLS (*Partial Least Square*) –SEM (*Structure Equation Model*) pada objek-objek penelitian yang terkait dalam penelitian ini. Sehingga dapat menguji hubungan prediktif antar konstruks dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruks tersebut (Haryono, 2012)

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian dan berfungsi sebagai pedoman atau acuan bagi peneliti dalam seluruh proses penelitian (Nursalam, 2003:81). Sama halnya dengan pendapat (Sarwono, 2006) bahwa desain penelitian sebagai petunjuk bagi peneliti dalam melaksanakan proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan, tanpa adanya desain yang benar maka peneliti tidak mempunyai pedoman arah yang jelas.

Penelitian disertasi ini dikembangkan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan beberapa asumsi dasar yakni ontologi, hakikat dasar manusia, epistemologi dan aksiologi.(Priyono, 2016). Penelitian kuantitatif bersifat real, rasional, berpola, diatur oleh hukum, bebas nilai, objektif, deduktif dan nometik. (Priyono, 2016).

Jenis penelitian ini dilihat dari sifatnya adalah termasuk penelitian kausalitas, menurut (Ferdinand, 2014) penelitian kausalitas adalah penelitian yang memiliki tujuan mencari hubungan sebab akibat (*cause-effect*) antar beberapa variabel yang dikembangkan dalam manajemen, sehingga penelitiannya diarahkan untuk menggambarkan adanya hubungan sebab akibat diantara variabel yang kemudian dibuat kesimpulan secara umum. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian apakah terdapat pengaruh kepemimpinan transformasional, modal sosial eksternal, iklim organisasi, dan strategi inovasi terhadap kinerja bisnis.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian menguraikan seluruh variabel yang ada dengan berbagai indikator yang terkait dengan penelitian. Variabel dalam penelitian ini berupa kontruk sehingga tidak dapat diukur secara langsung. Operasionalisasi variable dilakukan dengan cara menetapkan definisi operasional variable, yang dimaksudkan sebagai acuan dan untuk memudahkan dalam men-

design instrumen penelitian. Seperti yang dikemukakan oleh (Zikmund, 2000) bahwa operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran setiap variabel penelitian. Mengoperasionalkan atau dengan kata lain secara operasional mendefinisikan sebuah variabel yang berupa konstruk/konsep agar bisa diukur adalah dengan cara melihat pada dimensi: perilaku, aspek, atau sifat yang ditunjukkan oleh konstruk/konsep dimaksud. Kemudian dari dimensi tersebut diterjemahkan ke dalam elemen/faktor yang dapat diamati dan diukur, sehingga menghasilkan suatu indeks pengukuran konstruk/konsep (Uma Sekaran & Roger, 2016) .

Operasionalisasi variabel terdiri dari beberapa tahapan proses. Pertama mendapatkan definisi konstruk, sehingga akan diperoleh ukuran berupa dimensi atau subdimensi atau indikator yang nantinya akan digunakan sebagai sumber dalam membuat instrument penelitian. Kedua dibuatnya format tanggapan dengan menggunakan skala pengukuran dan terakhir menentukan validitas dan reliabilitas variabel.(Sekaran, 2003)

Variabel dalam penelitian ini yang akan dioperasionalisasi: terdiri atas:

1. ζ = Ksi, variabel laten X atau variabel laten eksogen, yaitu variabel bebas yang dapat memberikan pengaruh atau yang dapat memunculkan perubahan pada variabel lainnya (variabel terikat). Dalam penelitian ini, terdapat 2 buah variabel laten eksogen yaitu: $\zeta_1 = \text{transformational leadership}$ dan $\zeta_2 = \text{External social capital}$
2. η = Eta, variabel laten Y atau variabel laten endogen, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya, baik dipengaruhi oleh variabel eksogen ataupun oleh endogen lainnya. Dalam penelitian ini terdapat 3 buah variabel endogen yaitu: $\eta_1 = \text{organizational climate}$, $\eta_2 = \text{innovation strategy}$, $\eta_3 = \text{business performance}$.
3. Variabel intervening, yaitu variabel mediasi.
Variabel ini dapat dipengaruhi oleh variabel eksogen atau variabel endogen, dan variabel ini dapat pula mempengaruhi variabel endogen lainnya yang berada antara variabel eksogen dan variabel endogen. Dalam penelitian ini.

Yang menjadi variable mediasi antara $\zeta 1$ (*transformational leadership*) dengan η_3 = business performance adalah η_1 = (organizational climate), dan antara variable $\zeta 2$ (*external social capital*) dengan η_3 = business performance adalah η_2 = (*innovation strategy*)

Adapun variabel operasional dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis UMKM Batik dalam penelitian ini adalah tingkat pencapaian atas kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Lebih jelas akan diuraikan pada Tabel 3.2 yang terdiri dari definisi operasional, dimensi, indikator.

Tabel 3.2
Variabel Operasional Kinerja Bisnis

Variabel Kinerja Bisnis (BP)			
Operasional Variabel:			
Kinerja Bisnis merupakan gambaran hasil yang dicapai oleh suatu perusahaan dengan aktivitasnya. Kaplan & Norton (2008:44), menyebutkan bahwa kinerja bisnis dapat diukur berdasarkan empat perspektif yakni pertama <i>financial</i> , kedua <i>customer</i> , ketiga <i>internal process</i> dan keempat <i>learning and growth</i> .			
Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Perspektif pelanggan	a. Pangsa pasar	a. Pencapaian perusahaan dalam memiliki pelanggan tetap	Interval
	b. Perusahaan dalam menggunakan pangsa pasar (market share)	b. Pencapaian perusahaan dalam memperluas market share.	Interval
	c. Perusahaan dalam menarik pelanggan baru	c. Pencapaian perusahaan dalam memperoleh customer baru.	Interval
	d. Perusahaan memenuhi kepuasan pelanggan	d. Pencapaian perusahaan dalam meningkatkan	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Proses internal bisnis	a. Perusahaan dalam melaksanakan inovasi produk sesuai target.	a. Tingkat kepuasan pelanggan. Tingkat keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan..	Interval
	b. Perusahaan dalam melaksanakan proses bisnis sesuai target	b. Tingkat keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan proses pembuatan yang berkualitas	Interval
	c. Perusahaan dalam pencapaian target terhadap layanan purna	c. Tingkat keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan pelayanan purna jual kepada pelanggan.	Interval
Pembelajaran dan pertumbuhan	a. Perusahaan dalam meningkatkan kompetensi karyawan	a. Tingkat keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kompetensi karyawan	Interval
	b. Perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang kondusif dan nyaman	b. Tingkat keberhasilan perusahaan dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman	Interval
	c. Perusahaan terkait	c. Tingkat keberhasilan	Interval

RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	penggunaan sistem informasi proses bisnis	perusahaan menggunakan sistem informasi dalam operasional kerja.	

2. Variabel Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan pengimplementasian dari ide-ide kreatif sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan menjadi kekuatan baru dalam menghadapi persaingan. Strategi inovasi yang diterapkan merupakan pilihan strategi operasi perusahaan yang bertujuan meningkatkan kinerja bisnis.

Tabel 3.3
Variabel Operasional Strategi Inovasi

Variabel Strategi Inovasi (IS)			
Operasional Variabel :			
Menurut (Stankevics & Jucevicius, 2010) bahwa strategi inovasi merupakan konsep terpadu dan menyeluruh yang harus dikembangkan sebagai sarana untuk mencapai tujuannya. Strategi inovasi merupakan konsep multi dimensional yang terdiri dari empat dimensi yaitu orientasi kepemimpinan perusahaan terhadap inovasi (Maidique dan Patch, 1988; Zahra dan Covin, 1993; Telles dan Golder, 1996; Lucas dan Ferrel, 2000), tipe inovasi yang dilakukan (Betz, 1987; Slack, 2001), sumber inovasi (Mansfield, 1988; Hogedoom dan Duystreer, 2002) dan investasi yang dibutuhkan dalam inovasi (Thomson dan Ewer, 1989; Capon <i>et al.</i> , 1992), dalam (Ellitan, 2006).			
Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Kepemimpinan Pasar	a. <i>First to market orientation</i>	a. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi sehingga menghasilkan produk baru yang pertama ada di pasaran.	Interval
	b. Menciptakan produk unik/beda	a. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		sehingga menghasilkan produk yang unik, berbeda dengan pesaing	
	b. Menciptakan produk yang berkualitas	c. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi sehingga menghasilkan produk yang dapat meningkatkan pangsa pasar.	Interval
Inovasi <i>Followership</i>	a. <i>Second market</i>	a. Tingkat Keberanian perusahaan dalam melakukan inovasi produk dengan monitoring inovasi dari perusahaan pesaing..	Interval
	b. Memonitor perusahaan pesaing dalam proses inovasi	b. Tingkat Kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi produk dengan mengadopsi inovasi dari perusahaan pesaing.	Interval
Sumber Inovasi	a. Internal Perusahaan	a. Tingkat penggunaan ide-ide karyawan sebagai sumber inovasi dalam melakukan inovasi..	Interval
		b. Tingkat penggunaan ide-ide bagian riset dan pengembangan dalam melakukan inovasi..	Interval
	b. Eksternal Perusahaan	a. Tingkat penggunaan inovasi yang berasal dari perusahaan lain..	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		b. Tingkat penggunaan inovasi yang berasal dari persetujuan lisensi dengan perusahaan lain.	Interval
		c. Tingkat biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk proyek riset dan pengembangan dalam kegiatan inovasi.	Interval
Tingkat Investasi	a. Investasi Keuangan	a. Tingkat pengeluaran perusahaan untuk riset dan pengembangan dalam proses inovasi produk.	Interval
		b. Tingkat pengeluaran perusahaan untuk inovasi produk yang sudah dikembangkan sebelumnya.	Interval
	b. Investasi Teknologi	a. Tingkat pengeluaran perusahaan untuk peralatan, infrastruktur dan fasilitas dasar dalam melakukan inovasi.	Interval
	b. Investasi Sumber daya manusia.	a. Tingkat pengeluaran perusahaan untuk pembayaran gaji SDM dalam melakukan inovasi	Interval
		b. Tingkat pengeluaran perusahaan untuk pelatihan dan pengembangan	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Inovasi produk	a. Melakukan Perluasan produk lini	a. Tingkat Kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi produk sehingga menghasilkan perluasan pada produk lini	Interval
	b. Perusahaan membuat produk baru bagi perusahaan	b. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi produk sehingga menghasilkan produk baru bagi perusahaan	Interval
	c. Menghasilkan produk baru bagi pelanggan	c. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi produk sehingga menghasilkan produk baru bagi pelanggan	Interval
Inovasi Proses	a. Proses menghasilkan produk yang sesuai keinginan pelanggan	a. Tingkat inovasi proses yang digunakan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan	Interval
	b. Proses menghasilkan produk dengan biaya rendah.	b. Tingkat inovasi proses yang digunakan untuk menghasilkan produk dengan biaya produksi rendah	Interval
Implementasi Produk	a. Perusahaan memiliki karyawan trampil dalam inovasi.	a. Tingkat implementasi produk yang dilaksanakan sebagai upaya memiliki karyawan yang konsisten dalam	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		menggunakan inovasi..	
	b. Perusahaan memiliki karyawan yang konsisten dalam inovasi	b. Tingkat implementasi produk yang dilaksanakan sebagai upaya memiliki karyawan yang konsisten dalam menggunakan inovasi.	Interval
	c. Perusahaan memiliki karyawan yang bertanggungjawab.	c. Tingkat implementasi produk yang dilaksanakan sebagai upaya memiliki karyawan yang bertanggungjawab dalam menggunakan inovasi	Interval
Kearifan Lokal	a. Pemanfaatan pengetahuan masyarakat lokal	a. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi dengan memanfaatkan pengetahuan masyarakat lokal sehingga menghasilkan produk yang bernilai jual tinggi.	Interval
	b. Pemanfaatan Nilai budaya masyarakat.	b. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi dengan memanfaatkan kekayaan budaya lokal sehingga menghasilkan	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		produk yang bernilai jual tinggi.	
	c. Pemanfaatan Keterampilan masyarakat lokal	c. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi dengan memanfaatkan kekayaan budaya alam lokal sehingga menghasilkan produk yang unik/sulit ditiru.	Interval
	d. Setiap masyarakat akan menggunakan sumber daya lokal sesuai dengan kebutuhannya dan tidak akan mengeksploitasi secara besar-besaran atau dikomersialkan	d. Tingkat kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi dengan memanfaatkan kekayaan alam lokal sehingga menghasilkan produk yang bernilai jual tinggi	Interval

3. Variabel Iklim Organisasi

Iklim organisasi menggambarkan situasi kerja yang tercipta dalam sebuah organisasi, sebagai akibat adanya interaksi antar individu, sistem yang berlaku dimana dikendalikan oleh pemimpin. Iklim organisasi yang tercipta akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja karyawan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja bisnis.

Tabel 3.4
Variabel Operasional Iklim Organisasi

Variabel Iklim Organisasi (OC)
Operasional variabel : David dan Newstrom, 1985 menjelaskan bahwa Iklim organisasi merupakan

lingkungan manusia dimana para pegawai organisasi melakukan pekerjaan mereka. (Athik Wartika, 2002). Beberapa hal yang bisa menjadi tolak ukur dalam mengidentifikasi iklim organisasi: tanggung jawab, identitas organisasi dan loyalitas, kehangatan, dukungan, konflik, struktur dan imbalan (Lusier, 2006)

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Tanggung jawab (<i>responsibility</i>)	a. Perusahaan melakukan pengawasan saat tugas yang dikerjakan karyawan	a. Tingkat pengawasan perusahaan terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.	Interval
	b. Perusahaan melakukan teguran atau sangsi	b. Frekuensi teguran atau sangsi atas kesalahan yang dilakukan karyawan atas pekerjaannya.	Interval
	c. Perusahaan memberikan penghargaan	c. Frekuensi penghargaan yang diberikan pada karyawan terhadap hasil pekerjaannya	Interval
Identitas organisasi dan loyalitas	a. Kesesuaian visi dan misi dengan bisnis yang dijalankan	a. Tingkat kesesuaian antara visi dan misi perusahaan dengan bisnis yang dijalankan.	Interval
	b. Perusahaan memujudkan visi dan misi	b. Tingkat kejelasan dan pemahaman karyawan terhadap visi dan misi perusahaan dalam menjalankan bisnis	Interval
	c. Kejelasan logo atau merek yang	c. Tingkat kejelasan logo	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	dibuat	atau merek yang dibuat dengan bisnis yang dijalankan.	
Kehangatan (<i>Warmth</i>) kepuasan karyawan yang berkaitan dengan kekaryawanan dalam organisasi.	a. Perusahaan dalam membangun komunikasi dengan bawahan	a. Intensitas komunikasi yang dibangun oleh perusahaan dengan karyawan.	Interval
	b. Perusahaan menggunakan media dalam berkomunikasi dengan bawahan	b. Kualitas komunikasi yang tercipta diantara karyawan dalam setiap pekerjaannya	Interval
	c. Perusahaan dalam memperlakukan bawahan	c. Tingkat kedekatan hubungan antara perusahaan dengan karyawannya	Interval
<i>Suport</i> (dukungan) Adanya hubungan timbal balik antara atasan dan bawahan	a. Perusahaan memberi penghargaan atas prestasi yang dicapai bawahannya	a. Tingkat penghargaan yang diberikan terhadap karyawan yang memiliki prestasi.	Interval
	b. Perusahaan memberikan insentif pada karyawan	b. Frekuensi pemberian insentif bagi bawahan yang berkinerja tinggi..	Interval
	c. Perusahaan memberi dukungan pada karyawan yang mau mengembangkan diri	c. Banyaknya karyawan yang melanjutkan studi untuk pengembangan karirnya.	Interval
<i>Conflic</i> (sebuah	a. Perusahaan menyelesaikan	a. Tingkat perselisihan yang	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
konflik yang terjadi adanya perbedaan)	konflik yang terjadi dengan bawahan	terjadi antara perusahaan dan karyawan sehingga menghambat pekerjaan	
	b. Perusahaan menyelesaikan konflik yang terjadi antar bawahan.	b. Tingkat perselisihan yang terjadi diantara karyawan sehingga menghambat pekerjaan.	Interval
<i>Reward</i> (tingkat penghargaan yang diterima karyawan)	a. Perusahaan menentukan kompensasi karyawan yang sesuai aturan	a. Kesesuaian gaji yang diterima karyawan dengan UMR	Interval
	b. Perusahaan memberika insentif .	b. Jumlah insentif yang diterima karyawan sesuai dengan aturan yang berlaku.	Interval
	c. Perusahaan memberi bonus untuk karyawan yan berprestasi.	c. Frekuensi pemberian bonus pada karyawan dengan keuntungan yang dicapai..	Interval
<i>Structure</i> (peraturan atau prosedur kerja yang terstruktur atau tersusun)	a. Perusahaan membuat peraturan kerja yang harus dipatuhi bawahannya.	a. Tingkat kesesuaian pembagian tugas pada karyawan dengan SOP kerja.	Interval
	b. Perusahaan membuat prosedur kerja bawahan	b. Tingkat kemudahan birokrasi kerja mempercepat penyelesaian pekerjaan..	Interval

4. Variabel Modal Sosial Eksternal

Modal Sosial Eksternal (ESC) suatu organisasi merupakan tingkat dimana anggota organisasi memiliki hubungan luar dengan lingkungan dan sumber daya potensial yang timbul dari koneksi tersebut, yang mungkin menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Adler dan Kwon, (2002: 19), (Özen dan Aslan, 2002) mengemukakan bahwa pendekatan modal sosial eksternal (*external social capital*) sebagai lingkup sumberdaya agregat yang dibentuk melalui hubungan aktor sosial yang memberinya keuntungan.(Cuevas-Rodríguez et al., 2014). Fungsi utama dari modal sosial eksternal adalah menjembatani, atau menghubungkan perusahaan dengan lingkungan eksternal.

Tabel 3.5
Variabel Modal Sosial Eksternal (ESC)

Variabel Modal Sosial Eksternal (ESC)			
Operasional variabel :			
Konsep Modal Sosial Eksternal dapat dibentuk sebagai cerminan budaya perusahaan dalam bentuk jejaring sosial. (Barney, 1991; 1995; Bharadwajetal.,1993; Oliver,1997; Weber & Weber, 2011; Wincen etal.,2013,2014).			
Ruang lingkup dari modal social eksternal (ESC) adalah <i>Social Networking</i> (Jejaring Social), <i>External Trust</i> (Kepercayaan Luar), <i>Norm Obedient</i> (Kepatuhan Norma), dan <i>Social Cohesion</i> (Kohesi Social)			
Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Social networking</i> (jaringan social)	a. Perusahaan membangun kerja sama dengan perusahaan sejenis untuk mengembangkan bisnis	a. Ketergantungan perusahaan dengan supplier dalam mengembangkan bisnisnya.	Interval
	b. Perusahaan membangun kerjasama dengan customer dalam	b. Ketergantungan perusahaan pada customer dalam mengembangkan bisnisnya.	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	mengembangkan bisnisnya.		
	c. Perusahaan membangun kerjasama dengan customer dalam mengembangkan bisnisnya.	c. Ketergantungan perusahaan dengan customer dalam mengembangkan bisnisny	Interval
	d. Perusahaan mengikatkan diri pada organisasi/asosiasi yang terkait dengan bisnisnya.	d. Keterikatan perusahaan dengan asosiasi dalam mengembangkan bisnis.	Interval
<i>External trust</i> (kepercayaan luar)	a. <i>Exhibiting Trust</i> (tingkat kepercayaan yang sudah ada)	a. Pencapaian prestasi perusahaan terhadap bisnis yang dijalankan.	Interval
	b. <i>Achieving Results</i> (adanya tindakan dan hasil)	b. Pencapaian atas kerjasama yang terjalin dengan perusahaan sejenis	Interval
<i>Normobedient</i> (kepatuhan norma)	a. Perusahaan membuat regulasi sesuai norma social.	a. Regulasi perusahaan pada norma social yang berlaku.	Interval
	b. Ketaatan perusahaan terhadap regulasi	b. Ketaatan perusahaan terhadap regulasi yang dibuat terkait bisnis yang dijalankan	Interval
	c. Ketaatan customer terhadap regulasi	c. Ketaatan customer terhadap regulasi yang dibuat oleh perusahaan.	Interval
<i>Social cohesion</i> (kohesisocial)	a. Ketergantungan perusahaan pada supplier	a. Ketergantungan perusahaan pada supplier terkait	Interval

Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		bisnis yang dijalankan	
	b. Ketergantungan perusahaan pada customer.	b. Ketergantungan perusahaan pada customer terkait bisnis yang dijalankan	Interval
	c. Ketergantungan perusahaan pada masyarakat sekitar	c. Ketergantungan perusahaan pada masyarakat sekitar terkait bisnis yang dijalankan.	Interval
	d. Ketergantungan perusahaan pada pemerintah	d. Ketergantungan perusahaan pada pemerintah terkait bisnis yang dijalankan.	Interval
	e. Keterikatan perusahaan pada suatu organisasi /asosiasi	f. Keterikatan perusahaan pada organisasi /asosiasi yang berhubungan dengan kegiatan bisnisnya	Interval

5. Variabel Kepemimpinan Transformasional

Kepemimpinan transformasional sangat diperlukan dalam suatu organisasi karena memiliki pandangan jauh kedepan untuk melakukan perubahan dan pengembangan pada organisasinya.

Tabel 3.6
Variabel Operasional Kepemimpinan Transformasional

Variabel Kepemimpinan Transformasional (TL)
Operasional variabel : Kepemimpinan transformasional terkait dengan bagaimana pemimpin mempengaruhi bawahan dan pengaruh pemimpin terhadap bawahan. Kepemimpinan transformasional mencakup pengaruh ideal (<i>idealized influence</i>), motivasi inspirasional (<i>inspiration motivation</i>), pertimbangan individual (<i>individual consideration</i>), stimulasi intelektual (<i>intellectual stimulation</i>) Bass and Bass (2008), bass dan Riggio (2006), Rafferty & Griffin (2004).

Dimensi	Indikator	Pengukuran	Skala
1. <i>Idealized influence</i> (pengaruh teridealisasi)	a. Pimpinan menjadi role /panutan bagi karyawan.	a. Kemampuan pemimpin menjadi role/ panutan untuk karyawanya.	Interval
	b. Pemimpin memberi petunjuk kepada karyawan.	b. Kemampuan pemimpin dalam memberikan petunjuk pelaksanaan kerja.	Interval
2. <i>Inspiration motivation</i> (motivasi inspirasional)	a. Pemimpin menumbuhkan rasa percaya diri karyawan	a. Kemampuan pemimpin menumbuhkan rasa percaya diri bawahan	Interval
	b. Pemimpin memotivasi karyawan dalam bekerja	b. Kemampuan pemimpin memotivasi bawahan dalam pekerjaan	Interval
	c. Pemimpin membangkitkan antusiasme karyawan dalam bekerja.	c. Kemampuan pemimpin membangkitkan antusiasme bawahan	Interval
3. <i>Individual Consideration</i> (Pertimbang-an Individual)	a. Pemimpin mengkomuni-kasikan pekerjaan pada bawahan.	a. Kemampuan pemimpin dalam mengkomunikasi kan pekerjaan dengan jelas pada bawahan.	Interval
	b. Pemimpin mendengar-kan kesulitan dan keluhan yang dimiliki bawahan.	b. Kemampuan perusahaan mendengarkan kesulitan dan keluhan yang dimiliki bawahan	Interval
4. <i>Intellectual stimulation</i> (Stimulasi Intelektual)	a. Pemimpin mendorong bawahan memiliki kreativitasnya	a. Kemampuan perusahaan mendorong bawahan untuk menggunakan kreativitasnya	Interval

		dalam menyelesaikan pekerjaan.	
b. Pemimpin mendorong bawahan untuk selalu mengemukakan ide atau gagasan yang baru.	b. Kemampuan perusahaan mendorong bawahan untuk selalu mengemukakan ide atau gagasan yang baru.	Interval	
c. Pemimpin mendorong bawahan untuk selalu inovatif dalam menyelesaikan pekerjaan.	c. Kemampuan perusahaan mendorong bawahan untuk selalu inovatif dalam menyelesaikan pekerjaan.	Interval	

3.2.4 Populasi Dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi menurut (Batubara, 2011) jumlah dari seluruh objek yang diteliti. Populasi digambarkan dengan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang diteliti sebagai sumber keputusan (Ferdinand, 2014; Priyono, 2016; Sekaran, 2003a; Sugiyono, 2006; Umar, 2004). Populasi sasaran menjadi bagian dari populasi, yang ditentukan oleh elemen-elemen, batas geografis, ataupun waktu (Uma Sekaran & Roger, 2016). Berdasarkan pengertian di atas, yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah UMKM Batik yang ada di Indonesia berjumlah 460, sebagaimana yang tersaji pada tabel berikut :

Table 3.7
Wilayah Sebaran UMKM Batik di Indonesia

No	Wilayah	Jumlah UMKM Batik
1	Jawa Barat	60
2	Jawa Tengah	320
3	Jawa Timur	43
4	DI Yogyakarta	17
5	Bali	5
6	Sumatera	6

7	Banten	9
Jumlah		460

Sumber : BBKI, Kementerian perindustrian, 2017

Data diambil sebelum covid-19

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah objek penelitian yang diambil dari total populasi dengan cara tertentu. Seperti yang dikemukakan oleh (Sekaran, 2003) bahwa Sampel adalah subkelompok atau subset dari populasi. Dalam penelitian ini jumlah sampel dikaitkan dengan kebutuhan minimum alat statistik yang digunakan peneliti dalam pengolahan data dan analisisnya. Penentuan besaran sampel berdasarkan kriteria di atas, didasari dari hasil penelitian terdahulu dari beberapa peneliti yang menyatakan bahwa jumlah sampel penelitian dapat disesuaikan dengan kebutuhan peneliti itu sendiri sehingga acuan penentuan sampel menjadi beragam/tidak tunggal (Wolf et al., 2013).

Berkaitan dengan tujuan penelitian yang salah satunya adalah untuk menganalisis hubungan yang terjadi antara kinerja UMKM Batik dengan beberapa variabel latennya dalam upaya peningkatan kinerja, maka peneliti melakukan pengolahan data menggunakan statistika inferensi berupa pengembangan model struktural berbasis varians dengan alat statistik PLS-SEM. Penentuan jumlah sampel PLS-SEM bermakna bahwa besaran sampel penelitian dapat didasarkan atas: (1) 10 kali jumlah indikator formatif terbesar yang digunakan untuk mengukur satu konstruk atau (2) 10 kali jumlah terbesar dari jalur struktural yang diarahkan pada konstruk tertentu dalam model struktural (Hair et al., 2014). dengan kata lain aturan ini mengatakan bahwa minimum ukuran sampel sebesar 10 kali jumlah panah maksimum yang menunjuk pada variabel laten di mana saja dalam model jalur PLS.

Penentuan besarnya sampel dalam penelitian ini menggunakan formula Slovin, yang mana formula solvin ini digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus Slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan

RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi. Adapun rumusan slovin sebagai berikut,

$$\text{Rumus Slovin} = n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal,

N = populasi sedangkan nilai

e = adalah error margin

Berdasarkan rumusan di atas maka dilakukan perhitungan terhadap sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + (N \times e^2)) \\ &= 460 / (1 + (460 \times 0,05^2)) \\ &= 460 / (1 + (460 \times 0,0025)) \\ &= 460 / (1 + (1,15)) \\ &= 460 / 2,15 \\ &= 213 \end{aligned}$$

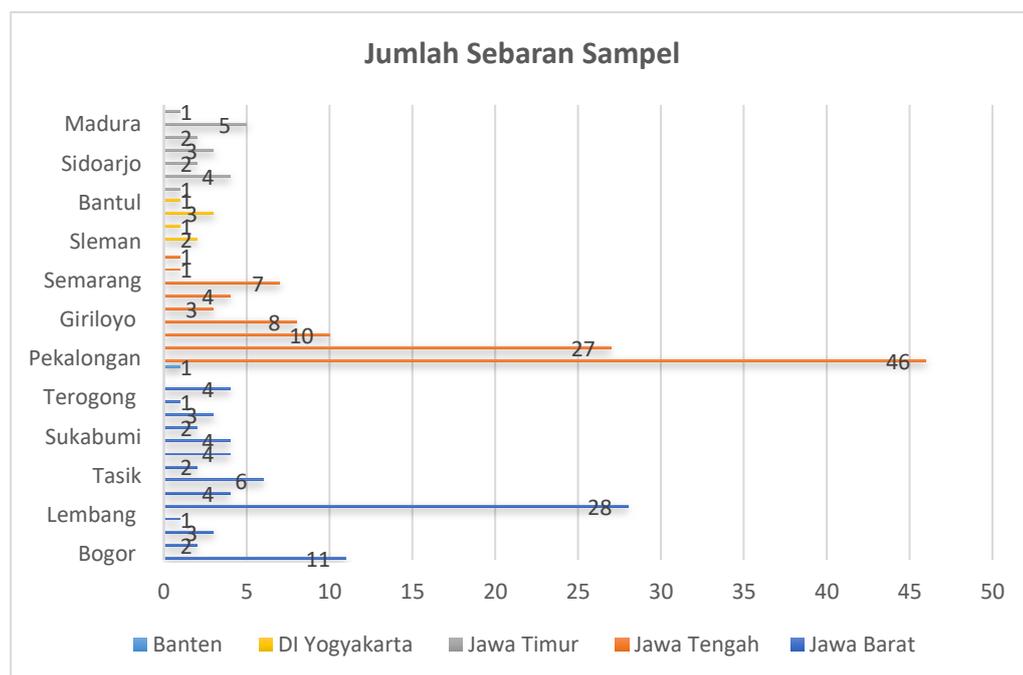
Dari hasil perhitungan di atas maka peneliti menetapkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 213 sampel UMKM batik.

3.2.4.3 Penarikan Sampel

Penarikan sampel pada populasi sasaran akan dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling technique*. Teknik ini bermakna bahwa setiap elemen dalam populasi sasaran memiliki peluang yang diketahui dan setara untuk dipilih (Uma Sekaran & Roger, 2016). Jumlah populasi UMKM batik di Indonesia yang tercatat dan terdata di Kementerian Perindustrian Dan Perdagangan RI berdasarkan wilayah sebaran adalah 460, yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia seperti pada Tabel 3.1. Pemilihan beberapa wilayah di Indonesia sebagai penarikan sampel didasarkan pada hasil survei bahwa Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DI Yogyakarta merupakan empat wilayah yang memiliki

daerah sentra batik dengan kreativitas tinggi dalam mengembangkan usaha batik.

Dari tabel 3.1 diketahui bahwa Jawa Tengah sebagai wilayah yang memiliki jumlah sentra batik yang terbesar seperti Pekalongan, Solo, Semarang, Sragen, dan DI Yogyakarta. Sedangkan untuk wilayah Jawa Barat memiliki beberapa titik sentra batik diantaranya Tasik, Garut, Cirebon, Bandung, Sumedang, Majalengka, Cimahi dan Lembang. Selanjutnya untuk Jawa Timur memiliki beberapa titik sentra batik seperti di Surabaya, Sidoarjo, Madura dan Malang. Data di atas berguna bagi peneliti dalam menentukan beberapa pelaku bisnis (UMKM) Batik yang akan dijadikan sampel penelitian dalam upaya mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Terkait dengan penarikan sampel yang dilakukan secara random, berikut ini akan disajikan jumlah sebaran sampel di beberapa wilayah. Untuk nama-nama dari UMKM Batik yang dijadikan akan disajikan pada lampiran penelitian.



Sumber : hasil olah data peneliti

Gambar 3.1 Jumlah Sebaran Sampel

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009:224) teknik pengumpulan data merupakan

langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data berkaitan dengan bagaimana data penelitian itu diperoleh. Dalam penelitian ini digunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Di bawah ini akan dipaparkan proses pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi, yang pertama dilakukan oleh penulis adalah observasi pada wilayah-wilayah yang mana informasi UMKM Batik telah diperoleh melalui departemen perindustrian dan perdagangan, Yayasan Batik Indonesia, Balai Besar dan Kerajinan Batik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Setelah mendapatkan data mengenai UMKM Batik yang ada di beberapa wilayah Indonesia, penulis mulai melakukan observasi awal ke objek yang diteliti dengan membawa kelengkapan surat pengantar, proposal dan kuesioner. Data UMKM Batik yang sudah ada tidak semuanya bisa kita dapatkan, realnya lapangan UMKM Batik sudah tidak aktif lagi. Observasi pada objek yang diteliti dimulai di wilayah yang terdekat dulu, sekitar Jawa Barat. Kebutuhan data awal untuk uji reliabilitas dan validitas dilakukan pada 30 UMKM Batik yang di wilayah Jawa Barat. Setelah semuanya tercapai maka observasi penulis lanjutan ke beberapa wilayah lain seperti di Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Banten dan Jawa Timur. Untuk melanjutkan ke wilayah lain seperti Sumatera tidak bisa dilakukan karena terlanjur adanya pandemic Covid-19. Proses untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini cukup sulit karena tidak semua UMKM bersedia untuk menjadi sebagai sampel. Hal ini disebabkan masih adanya kekhawatiran dan ketakutan terkait dengan informasi kinerja bisnis dengan indikator finansial.
2. Wawancara, penulis melakukan wawancara dengan narasumber yang terkait dalam hal ini adalah pihak owner atau mereka yang memiliki kewenangan yang sudah mendapat persetujuan dari top manajemen. Wawancara yang penulis lakukan berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat pada kuesioner.

3. Kuesioner, dalam penelitian ini untuk mendapatkan data, informasi dan tercapainya dari tujuan penelitian penulis menyebarkan kuesioner. Kuesioner yang penulis sebarkan sebanyak 213 eksemplar. Kuesioner akan diisi oleh para pemilik UMKM Batik. Pengisian kuesioner ada yang bisa dilakukan secara langsung dan tidak langsung, artinya kuesioner tidak diisi oleh responden saat itu, dan besok harinya penulis mengambil kembali kuesioner tersebut.
4. Studi Pustaka, merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mengkaji, serta mempelajari buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi, dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penulis melakukan penelusuran sumber informasi untuk melengkapi data dalam penelitian ini dengan menggunakan buku-buku, e-book, dan jurnal penelitian, serta dokumen lainnya.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realiabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Pada proses pengujian validitas dimaknai sebagai upaya untuk mengetahui seberapa teliti/valid suatu instrumen melakukan fungsi pengukurannya. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya (Greener, 2008; Priyono, 2016; Umar, 2004; Zikmund, Babin, Carr, 2012). Teknik uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*validity construct*) yaitu menemukan validitas dengan cara mengkorelasikan skor validitas yang baik (Sekaran, 2003a).

Semakin tinggi validitas suatu instrumen, maka instrumen tersebut semakin mengenai pada sasarannya atau semakin menunjukkan hal yang seharusnya diukur. Suatu instrumen dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukumya. Jika peneliti menggunakan kuesioner didalam pengumpulan data penelitian, maka item-item

yang disusun pada kuesioner tersebut merupakan instrumen yang harus mampu mengukur hal yang menjadi tujuan penelitian.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis statistik IBM SPSS 17.0 melalui pengukuran konsistensi korelasi antara skor item dengan skor keseluruhan pada masing-masing variabel penelitian. Pada penelitian ini, koefisien korelasi diukur dengan menggunakan koefisien korelasi Pearson, dikarenakan instrumen penelitian menggunakan data yang berskala interval dan rasio. Adapun kriteria pengujian skor item terhadap skor keseluruhan dapat dikatakan valid jika tingkat signifikansi yang diukur melalui *p-value* bernilai kurang dari taraf nyata ($p\text{-value} < 0,05$), dan akan dikatakan sangat valid jika *p-value* yang dihasilkan jauh lebih kecil dari α (Joseph, Hair, William, Barry, Babin, Rolph, 2014)

1. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kepemimpinan Transformasional

Hasil uji validitas terhadap 30 UMKM Batik yang tersebar di beberapa wilayah yakni Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur tersaji pada Tabel 3.8

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kepemimpinan Transformasional

INDIKATOR	KOEFESIEN PEARSON	P Value	KETERANGAN
TL1.1	0.787**	0.000	valid
TL1.2	0.787**	0.000	valid
TL2.3	0.564**	0.001	valid
TL2.4	0.572**	0.000	valid
TL2.5	0.524**	0.065	valid
TL3.6	0.522**	0.003	valid
TL3.7	0.476**	0.065	valid
TL4.8	0.781**	0.009	valid
TL4.9	0.457*	0.000	valid
TL4.10	0.381*	0.000	valid

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

**. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dilihat dari hasil pengujian pada tabel diatas semua indikator pada variabel kepemimpinan transformasional dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi (*P-Value*) < 0,05 dan ini berarti bahwa semua indikator pembentuk variabel *cultural intelegence capability* dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

2. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Modal Sosial Eksternal

Hasil uji validitas terhadap 30 UMKM Batik yang tersebar di beberapa wilayah yakni Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur tersaji pada Tabel 3.9

Tabel 3.9
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Modal Sosial Eksternal

INDIKATOR	KOEF.PEARSON	P Value	KETERANGAN
ESC1.11	0.695**	0.000	Valid
ESC1.12	0.613**	0.000	Valid
ESC1.13	0.576**	0.001	Valid
ESC1.14	0.752**	0.000	Valid
ESC1.15	0.752**	0.000	Valid
ESC2.16	0.642**	0.000	Valid
ESC2.17	0.491**	0.006	Valid
ESC3.18	0.785**	0.000	Valid
ESC3.19	0.785**	0.000	Valid
ESC3.20	0.418*	0.022	Valid
ESC4.21	0.790**	0.000	Valid
ESC4.22	0.660**	0.000	Valid
ESC4.23	0.790**	0.000	Valid
ESC4.24	0.625**	0.000	Valid

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

**. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dilihat dari hasil pengujian pada tabel diatas semua indikator pada variabel modal sosial eksternal dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi (*P-Value*) < 0,05 ini berarti bahwa semua indikator menjadi pembentuk variabel modal sosial eksternal dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Iklim Organisasi

Hasil uji validitas terhadap 30 UMKM Batik yang tersebar di beberapa wilayah yakni Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur tersaji pada Tabel 3.10

Tabel 3.10
Hasil uji validitas terhadap variabel Iklim Organisasi

INDIKATOR	KOEFESIEN PEARSON	P Value	KETERANGAN
OC1.25	0.605**	0.000	Valid
OC1.26	0.605**	0.000	Valid
OC1.27	0.621**	0.000	Valid
OC2.28	0.682**	0.000	Valid
OC2.29	0.682**	0.000	Valid
OC2.30	0.424*	0.000	Valid
OC3.31	0.623**	0.000	Valid
OC3.32	0.589**	0.000	Valid
OC3.33	0.623**	0.000	Valid
OC4.34	0.491**	0.006	Valid
OC4.35	0.626**	0.000	Valid
OC4.36	0.353	0.055	Valid
OC5.37	0.610**	0.000	Valid
OC5.38	0.610**	0.000	Valid
OC6.39	0.746**	0.000	Valid
OC6.40	0.746**	0.000	Valid
OC6.41	0.626**	0.000	Valid
OC7.42	0.545**	0.000	Valid
OC7.43	0.432	0.000	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dilihat dari hasil pengujian pada tabel diatas semua indicator pada variabel iklim Organisasi dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi (P-Value) < 0,05 dan ini berarti bahwa semua indikator pembentuk variabel *organizational climate* dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

4. Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Strategi Inovasi

Hasil uji validitas terhadap 30 UMKM Batik yang tersebar di beberapa wilayah yakni Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur tersaji pada Tabel 3.11

Tabel 3.11
Hasil uji validitas terhadap variabel *Innovation Strategy*

INDIKATOR	KOEFESIEN PEARSON	P Value	KETERANGAN
IS1.45	0.766**	0.000	Valid
IS1.46	0.766**	0.000	Valid

IS1.47	0.706**	0.000	Valid
IS2.48	0.614**	0.000	Valid
IS3.49	0.774**	0.000	Valid
IS3.50	0.874**	0.000	Valid
IS3.51	0.874**	0.000	Valid
IS3.52	0.810**	0.000	Valid
IS3.53	0.697**	0.000	Valid
IS3.54	0.798**	0.000	Valid
IS3.55	0.798**	0.000	Valid
IS4.56	0.706**	0.000	Valid
IS4.57	0.766**	0.000	Valid
IS4.58	0.766**	0.000	Valid
IS5.59	0.716**	0.000	Valid
IS5.60	0.638**	0.000	Valid
IS6.61	0.720**	0.000	Valid
IS6.62	0.560**	0.001	Valid
IS6.63	0.795**	0.000	Valid
IS7.64	0.930**	0.000	Valid
IS7.65	0.797**	0.000	Valid
IS8.66	0.710**	0.000	Valid
IS8.67	0.669**	0.000	Valid
IS8.68	0.602**	0.000	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dilihat dari hasil pengujian pada tabel diatas semua indikator pada variabel Strategi inovasi dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi (*P-Value*) < 0,05 dan ini berarti bahwa semua indikator pembentuk variabel Strategi inovasi dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

5. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kinerja Bisnis

Hasil uji validitas terhadap 30 UMKM Batik yang tersebar di beberapa wilayah yakni Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur tersaji pada Tabel 3.12

Tabel 3.12

Hasil uji validitas terhadap variabel *business performance*

INDIKATOR	KOEFESIEN PEARSON	P Value	KETERANGAN
BP1.69	0.502**	0.005	Valid
BP1.70	0.502**	0.005	Valid

RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

BP1.71	0.570**	0.001	Valid
BP1.72	0.570**	0.001	Valid
BP1.73	0.534**	0.002	Valid
BP2.74	0.626**	0.000	Valid
BP2.75	0.623**	0.000	Valid
BP2.76	0.712**	0.000	Valid
BP3.77	0.782**	0.000	Valid
BP3.78	0.782**	0.000	Valid
BP3.79	0.879**	0.000	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Dilihat dari hasil pengujian pada tabel diatas semua indikator pada variabel kinerja bisnis dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi (*P-Value*) < 0,05 dan ini berarti bahwa semua indikator pembentuk variabel kinerja bisnis dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reabilitas

Reliabilitas merupakan pengukuran yang konsistensi pada aspek internal dari setiap indikator sebuah konstruk untuk menunjukkan tingkatan sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan konstruk laten. Menurut (Ghozali 2008) dalam (Rifai, 2015) nilai reliabilitas minimum dari dimensi pembentuk variabel laten yang dapat diterima adalah sebesar 0.7. Nilai tingkat reliabilitas dimensi diperoleh melalui rumus berikut ini:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{standard loading})^2}{(\sum \text{standard error})^2 + \sum E_j} \dots\dots\dots (3.6)$$

Keterangan :

³/₄ *Standard loading* diperoleh langsung dari standardized loading untuk tiap-tiap indikator (yang didapat dari perhitungan komputer) ³/₄ $\sum E_j$ adalah measurement error dari tiap-tiap indikator. *Measurement error* diperoleh dari 1- (*standardized loading*).

Variance extract akan memperlihatkan varians dari sebuah indikator

yang diekstraksi oleh variabel laten. Nilai *variance extract* yang dapat diterima adalah minimum 0,50. Persamaan *variance extract* adalah :

$$\text{Variance Extract} = \frac{\sum \text{standard loading}^2}{\sum \text{standard error}^2 + \sum E_j} \dots\dots\dots(3.7)$$

Sebuah pengukuran dinyatakan reliabel jika sampai pada suatu tingkat tertentu menunjukkan hasil yang stabil dan konsisten (Cooper & Schindler, 2014; Uma Sekaran & Roger, 2016) Instrumen yang handal (*reliable*) dapat dinyatakan dalam 3 perspektif, yaitu stabilitas (*stability*), ekuivalensi (*equivalence*), dan konsisten (*internal consistency*) (Cooper & Schindler, 2014)

1. Stabil, jika hasil instrumen tetap menunjukkan hasil yang sama walaupun dilakukan pengukuran yang berulang pada orang yang sama dengan instrument yang sama.
2. Ekuivalen, menunjukkan tingkat variasi pada suatu waktu tertentu di antara hasil yang didapat dari beberapa responden/sampel yang berbeda.
3. Konsistensi akan terlihat jika dalam instrumen penelitian terlihat homogenitas atau similaritas respon yang diberikan oleh responden terhadap suatu maksud tertentu yang akan diukur. Hal ini dilakukan dengan cara merancang alat ukur yang mengandung kesamaan maksud, yang kemudian dinyatakan dalam item- item pertanyaan/pemyatan yang berbeda dan tersebar secara random dalam urutan nomor, dan tetap menunjukkan hasil/respon yang sama (ajeg/konsisten) dari responden berkaitan dengan pengukuran yang dimaksud.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,7 (Hair et al., 2012). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat statistik SPSS 17 dan hasil pengujiannya diukur dengan menggunakan besaran koefisien *Cronbach's Alpha*. Hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel penelitian tersaji pada Tabel 3.13

Tabel 3.13
Hasil Uji Reliabilitas Instrument

Variabel	Jumlah Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Transformational Leadershhip</i>	4	0,904	Reliabel
<i>External Social Capital</i>	4	0,753	Reliabel
<i>Organizational Climate</i>	7	0,739	Reliabel
<i>Innovation Strategy</i>	8	0,957	Reliabel
<i>Business Performance</i>	3	0,875	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Tabel di atas, terlihat bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* pada keseluruhan variabel penelitian adalah $> 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsistensi internal yang kuat pada masing-masing variabel dalam instrumen penelitian berhasil didapatkan, sehingga dapat dinyatakan bahwa skala pengukuran untuk semua konstruk dapat diandalkan (*reliable*) (Hair et al., 2012)

3.2.7 Teknik Analisis Data

3.2.7.1 Teknik Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif untuk menyajikan hasil penelitian bentuk tabel maupun grafik. Statistik deskriptif menyajikan gambaran dan deskripsi tiap variabel penelitian, diantaranya deskripsi nilai rata-rata, nilai minimum dan maksimum seluruh variabel. Analisis deskriptif digunakan untuk mengenali dan menggambarkan kondisi dari kinerja bisnis, strategi inovasi, iklim organisasi, modal sosial eksternal dan kepemimpinan transformasional berdasarkan tanggapan responden penelitian ini.

Analisis deskriptif variabel penelitian dari masing-masing variabel yang menjadi objek penelitian pada UMKM Batik dapat tersaji dalam bentuk distribusi frekuensi yang dilengkapi dengan jumlah skor pengukuran yang dicapai, serta skor maksimum pada masing-masing pengukuran, sehingga penulis dapat mengukur prosentase pencapaian tiap indikator pada masing-masing dimensi pengukuran terhadap skor maksimumnya. Selanjutnya hasil pengukuran akan

dikelompokkan kedalam 3 kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Pengklasifikasian ini dilakukan dengan membuat tabel kategori dengan cara sebagai berikut:

1. Penghitungan nilai minimum pada masing-masing indikator. Pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala numerik 5 poin. Skor minimum adalah 1 sehingga didapat nilai minimum sebesar $1 \times 213 = 213$, dengan nilai 213 adalah jumlah responden dalam penelitian ini.
2. Penghitungan nilai maksimum pada masing-masing indikator. Skor maksimum dalam pengukuran pada penelitian ini adalah 5, sehingga didapat nilai maksimum adalah sebesar $5 \times 213 = 1065$, disebut juga skor ideal.
3. Setelah didapatkan nilai maksimum dan nilai minimum, selanjutnya dilakukan penghitungan rentang data, yaitu $1065 - 213 = 852$
4. Banyaknya rentang data tersebut dibagi menjadi 3 kelas pengelompokkan, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan panjang kelas masing-masingnya sebesar $852 / 3 = 284$ data pada masing-masing kelas, sehingga didapatkan tabel distribusi frekuensi seperti yang tersaji pada tabel berikut.
5. Menghitung capaian prosentase skor actual dengan cara membandingkan skor actual dengan skor ideal. Rumusan yang digunakan sebagai berikut,

$$\% \text{ Skor Aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\% \quad (\text{Narimawati, 2007:85})$$

Keterangan :

- a. Skor actual adalah jawaban seluruh responden atas angket yang telah diajukan.
- b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi

Tabel 3.14
Kategori Capaian Tanggapan Responden

No	Kategori Capaian	Interval Skor	Interval (%)
1	Rendah	213 – 496	20.00 – 46.57

<u>2</u>	Sedang	497 – 781	46.58 – 73.33
<u>3</u>	Tinggi	782 – 1065	73.34 – 100.00

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, (Astuti, 2015)

Setelah didapatkan kategori pencapaian pengukuran rendah, sedang, atau tinggi, penulis kemudian melakukan analisis deskriptif dan pengelompokan tanggapan responden mengenai pengukuran masing-masing indikator dalam dimensi pengukuran dari tiap variabel yang diukur. Hal ini dilakukan guna memperkaya pembahasan mengenai situasi empiris dari UMKM Batik yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini.

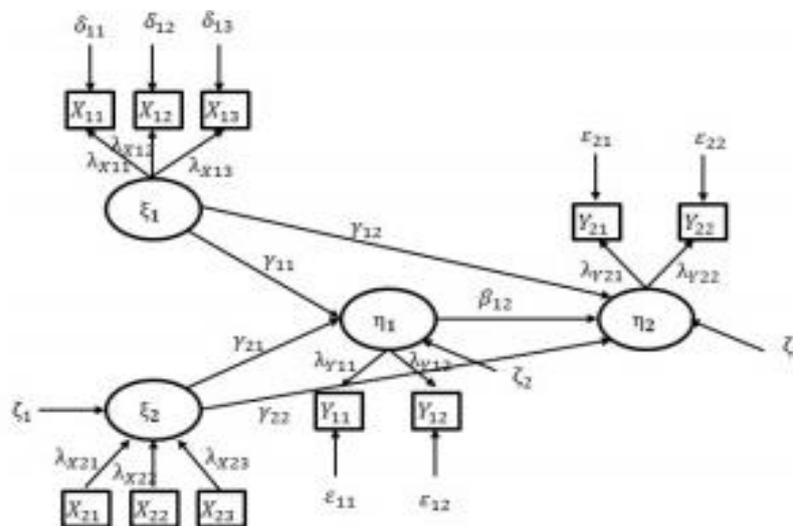
3.2.7.2 Teknik Analisis Verifikatif

Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) dalam 1 dekade terakhir mendapat perhatian yang meningkat di kalangan akademisi dan peneliti (Hair et al., 2014). PLS-SEM telah banyak digunakan dalam beberapa kajian keilmuan seperti manajemen (Richter et al., 2016), riset manajemen dan organisasi (Henseler et al., 2016), manajemen strategik (Furrer et al., 2012; Hair et al., 2012) dikarenakan PLS-SEM mampu hadir sebagai alternatif lain di saat beberapa asumsi dasar penggunaan CB-SEM tidak terpenuhi, atau dikarenakan esensi tujuan penelitian yang mengarahkan peneliti untuk menggunakan PLS-SEM (Asyraf & Afthanorhan, 2013)

Perkembangan PLS-SEM menjadi lebih diminati karena banyak ragam dan manfaat dalam penggunaannya. antara lain dengan adanya kemajuan metodologis memberikan para peneliti lebih banyak fleksibilitas dalam memodelkan hubungan, dengan demikian memungkiukan untuk pengujian konsep-konsep teoritis yang lebih bemuansa (Henseler et al., 2016). Beberapa kemajuan lainnya dalam aplikasi PLS-SEM, antara lain tersedianya analisis tetrad konfirmasi (CTA-PLS) yang dapat digunakan untuk menilai jenis model pengukuran (fonnatif atau reflektif (Gudergan, Ringle, Wende, & Will, 2008), analisis matriks importance-perfonnance (IPMA) (Hock, Ringle, & Sarstedt, 2010; Rjgdon, Ringle, Sarstedt, & Gudergan, 2011; Volckner, Sattler, Hennig-Thurau, & Ringle, 2010), pendekatan untuk menilai model komponen hierarkis

(Becker, Klein, & Wetzels, 2012; Ringle, C.M., Sarstedt, M., Straub, 2012), teknik segmentasi data khusus PLS-SEM (Rigdon, Ringle, & Sarstedt, 2010; Sarstedt, 2008), efek nonlinier (J. Henseler, Fassott, Dijkstra, & Wilson, 2012; Rigdon et al., 2010), atau prosedur analisis multigroup (Sarstedt, Henseler, & Ringle, 2011) dalam (Sekaran, 2003b)

Gambar 3.2 menyajikan contoh pemodelan hubungan antar variabel dan indikator yang dimodelkan dengan menggunakan PLS-SEM



Gambar 3.2 Contoh Hubungan Antar Variable Dalam PLS SEM Beserta Notasinya
 Sumber: (Pangesti & Sumertajaya, 2016)

Penggunaan notasi PLS-SEM pada Gambar 3.2 adalah sebagai berikut:

- ζ : Ksi, variabel laten eksogen,
- η : Eta, variabel laten endogen
- λ_x : Lamda (kecil), nilai loading factor pada variabel laten eksogen
- λ_y : Lamda (kecil), nilai loading factor pada variabel laten endogen
- Λ_x : Lamda (besar), matriks loading factor pada variabel laten eksogen
- Λ_y : Lamda (besar), matriks loading factor pada variabel laten endogen
- β : Beta (kecil), besar koefisien pengaruh endogen terhadap endogen
- γ : Gamma (kecil), besar koefisien pengaruh eksogen terhadap eksogen
- ς : Zeta (kecil), galat pada model
- δ : Delta (kecil), galat pengukuran variabel manifest untuk laten eksogen

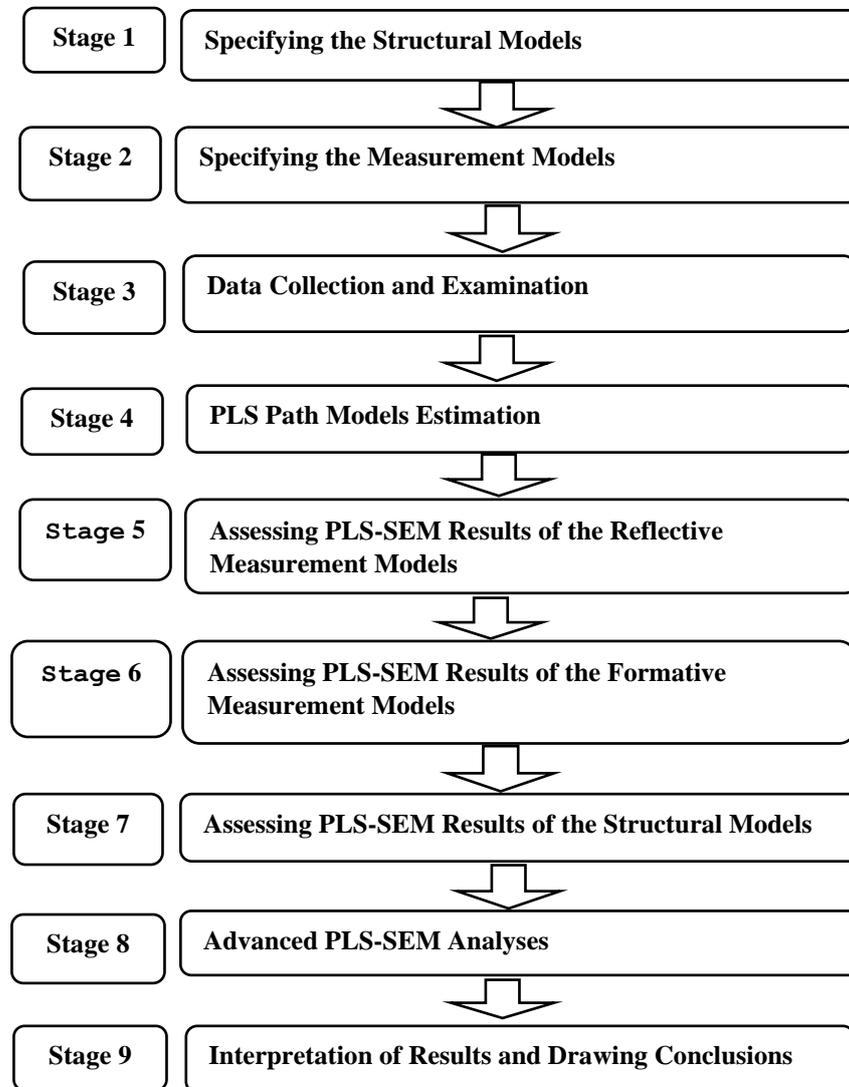
ε : Epsilon (kecil), galat pengukuran variabel manifest untuk laten endogen

3.2.7.3 Analisis Pemilihan PLS-SEM

Berdasarkan karakteristik, asumsi, keutamaan, dan keterbatasan dari pendekatan pemodelan struktural SEM antara CB-SEM dan PLS-SEM, maka pemilihan penggunaan pendekatan PLS-SEM dalam penelitian ini didasarkan atas:

1. Penggunaan PLS-SEM telah banyak digunakan dalam penelitian manajemen stratejik (Hair et al., 2014)
2. PLS-SEM dapat digunakan untuk menjelaskan varians dari konstruk target utama (misalnya, keberhasilan strategis perusahaan) (J. F. Hair et al., 2011; Joseph F. Hair, Ringle, et al., 2012; Reinartz, Haenlein, & Henseler, 2009).
3. Ukuran sampel dalam penelitian ini relatif kecil ($n=50$) sehingga dengan menggunakan PLS-SEM, umumnya akan tetap mencapai tingkat kekuatan statistik yang tinggi (Hair et al., 2014).
4. Tingkat respon rendah pada sampel penelitian manajemen strategi (Hoskisson, Eden, Lau, & Wright, 2000; M. Wright, Filatotchev, Hoskisson, & Peng, 2005).
5. Model dalam penelitian ini melibatkan 1 indikator formatif, sehingga sangat berguna untuk menjelaskan konstruk target utama, misalnya keberhasilan atau kunci sukses (J. F. J. Hair et al., 2014; Joseph F. Hair et al., 2013).
6. Model penelitian mempunyai indikator yang relatif besar (yaitu sebanyak 52 indikator) dan PLS-SEM dapat menangani model kompleks dengan banyak indikator)
7. Relasi model struktural, serta jumlah indikator yang besar (J. F. J. Hair et al., 2014; Joseph F. Hair, Sarstedt, et al., 2012).

Dalam menganalisis data dan menggunakan PLS-SEM, peneliti mengacu pada prosedur yang sistematis (J. F. J. Hair et al., 2014), sebagai berikut:

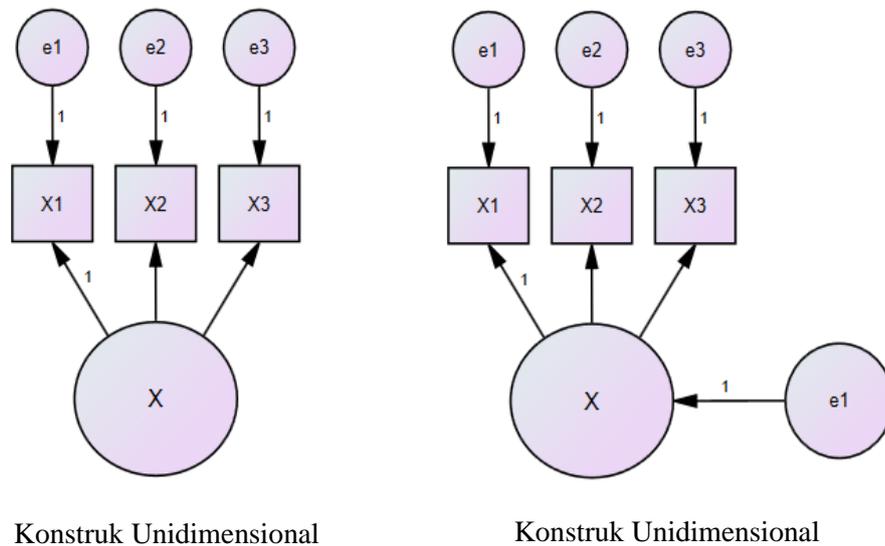


Gambar 3.3 Prosedur Pengolahan Dan Analisis Data Menggunakan PLS-SEM
Sumber: *Primer PLS-SEM* by J. F. J. Hair et al., (2014) (Hair et al., 2014)

Proses pengolahan dan analisis dari PLS-SEM akan disajikan dalam langkah-langkah pengolahan dan analisis yang dikaitkan dengan model penelitian dalam disertasi ini.

Langkah 1 : Menggambarkan model struktural dari model penelitian disertai.

Sebelum merancang model struktural, peneliti diharuskan memahami terlebih dahulu jenis konstruk yang akan diuji, apakah penelitian yang akan dilakukan melibatkan pengujian konstruk unidimensional atau konstruk multidimensional. Konstruk unidimensional adalah konstruk yang dibentuk dari indikator-indikator baik secara reflektif maupun secara formatif. Perbedaannya dengan konstruk multidimensional adalah konstruk multidimensional tidak dibentuk dari indikator-indikator, tetapi dibentuk dari konstruk-konstruk lainnya. Konstruk unidimensional dapat berupa konstruk reflektif atau formatif. Gambar di bawah ini mengilustrasikan konstruk-konstruk unidimensional



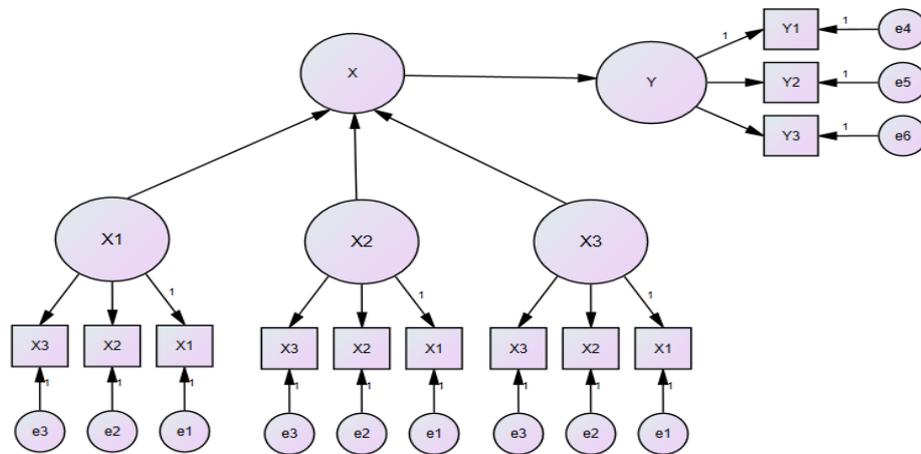
Sumber: Konsep dan Aplikasi SEM Berbasis Varian (Jogiyanto, 2011)
Gambar 3.4 Konstruk Unidimensional untuk Konstruk Reflektif dan Formatif

Konstruk multidimensional adalah konstruk laten (konstruk dimensi) dan indikator laten dimensi. Karena itu, model penelitian ini dengan konstruk multidimensional, yaitu analisis pada *first order construct (FOC)* atau *low order construct (LOC)*, yaitu konstruk laten dimensi yang direfleksikan atau dibentuk oleh indikator-indikatornya dan analisis pada *second order construct (SOC)* atau *higher order construct (HOC)*, yaitu konstruk direfleksikan atau dibentuk oleh konstruk laten dimensi.

Tabel 3.15
Tipe Model Konstruk Multidimensional

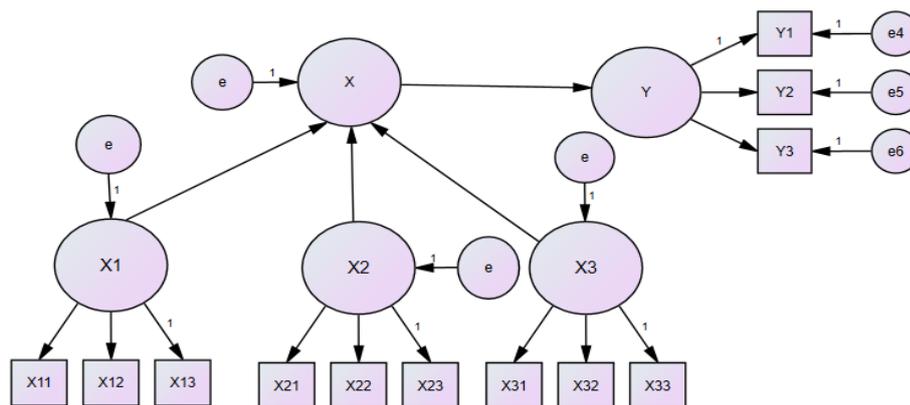
Jenjang Pengukuran	Tipe 1	Tipe 2	Tipe 3	Tipe 4
Lower Order	Reflektif	Formatif	Reflektif	Formatif
Higher Order	Formatif	Formatif	Reflektif	Reflektif

Tipe. 1



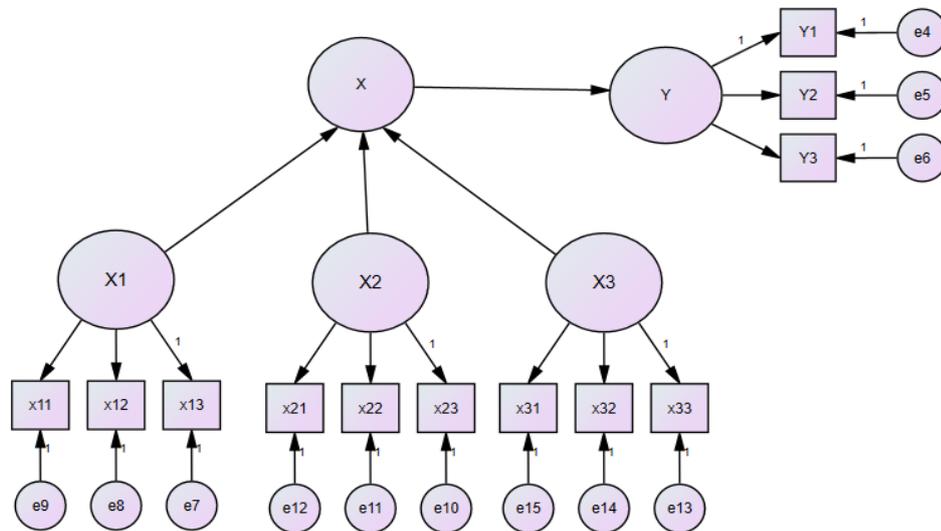
Gambar 3.5 Lower Order Reflective & Higher Order Formative Construct

Tipe 2



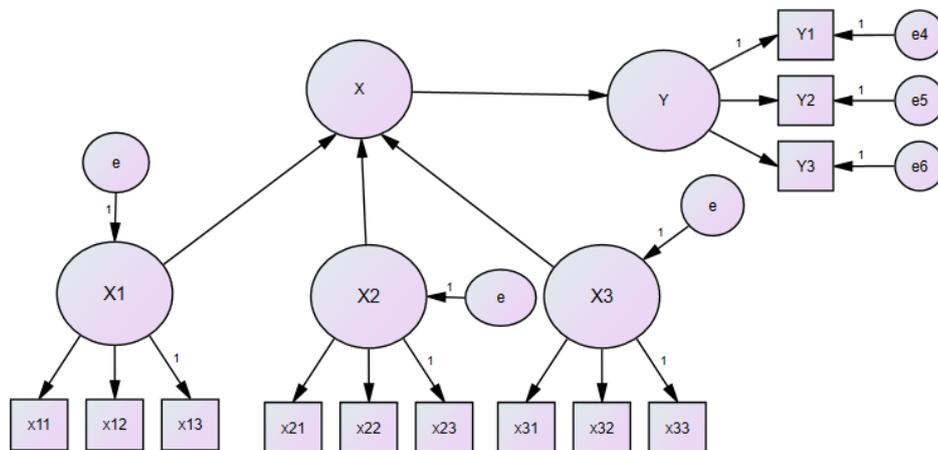
Gambar. 3.6 Lower & Higher Order Formative Construct

Tipe 3



Gambar. 3.7 Lower & Higher Order Reflective Construct

Tipe 4

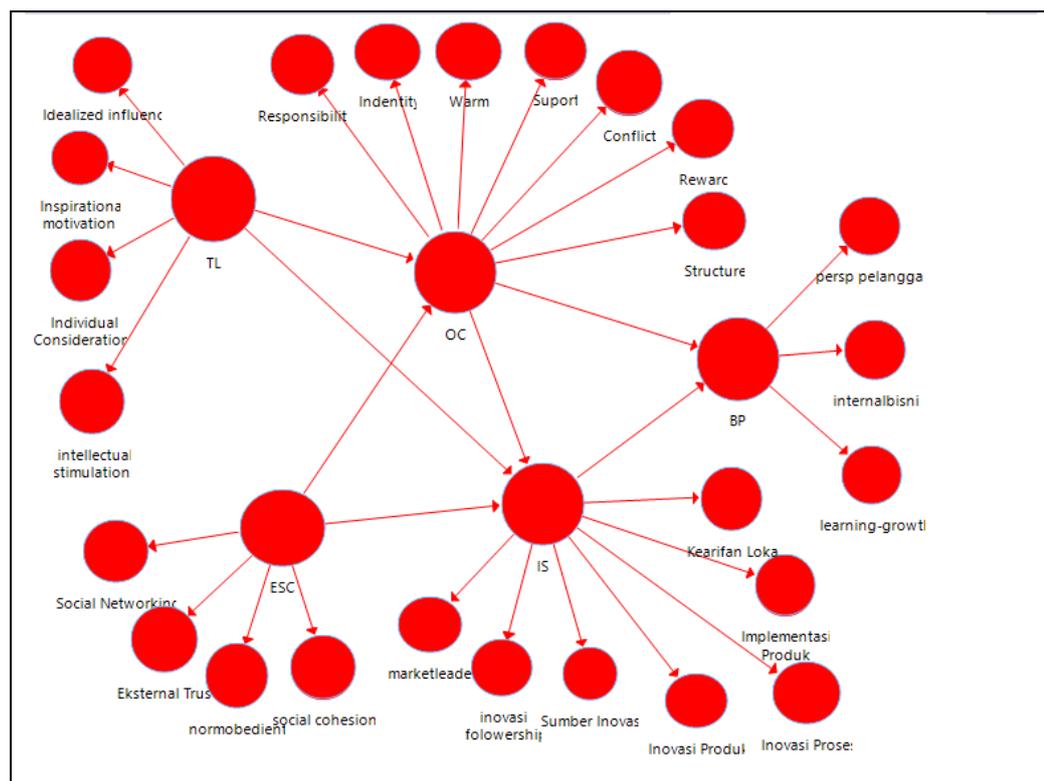


Gambar. 3.8 Lower Order Formative & Higher Order Reflective Construct.

Kemungkinan model konstruk multidimensional formatif dan reflektif di atas, disebut dengan *hierarchical latent variable* (variabel laten berhirarki). *Hierarchical latent variable* bermakna bahwa operasionalisasi konstruk dilakukan padatingkat abstraksi yang lebih tinggi (J. Henseler, Ringle, & Sarstedt, RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

2012), yaitu satu variabel laten dibangun dari beberapa variabel laten lainnya. Kegunaan dari variabel laten berhirarki ini, dapat menjelaskan satu variabel laten dengan beberapa dimensi yang berbeda (multidimensi) dari variabel sehingga dapat tercapai *parsimony* Cretikal lebih baik (Becker et al., 2012).

Pada penelitian ini, pcneliti menggunakan *hierarchical latent variable* tipe ke-3 yaitu 1 *ower & higher order reflective construct*, yang pengujiannya dapat dilakukan pada salah satu jenjang saja. Pcmilihan pengujian di-*higher order* atau di-*lower order*, tergantung pada dasar teori dan tingkat abstraksi tujuan penelitian. Jika pengujian dilakukan pada jenjang *higher order construct*, maka seluruh indikator yang ada pada *lower order construct* akan dikompositkan ke *higher order construct*, kemudian dilakukan pengujian structural

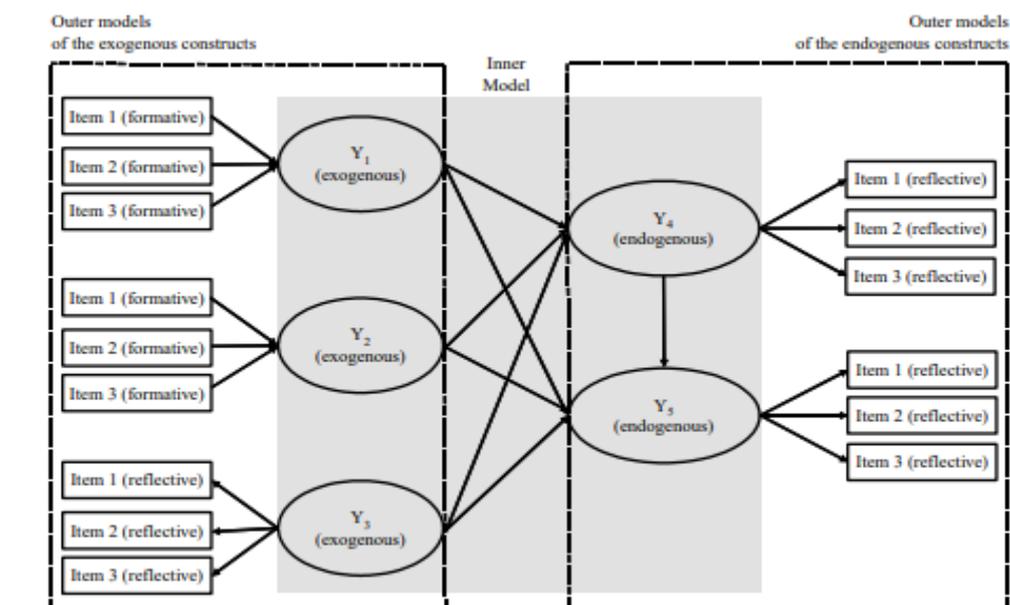


Sumber : Olahan Peneliti (2020)

Gambar 3.9 Model Struktural Penelitian

Langkah 2: Merancang model pengukuran pada tiap variabel laten penelitian

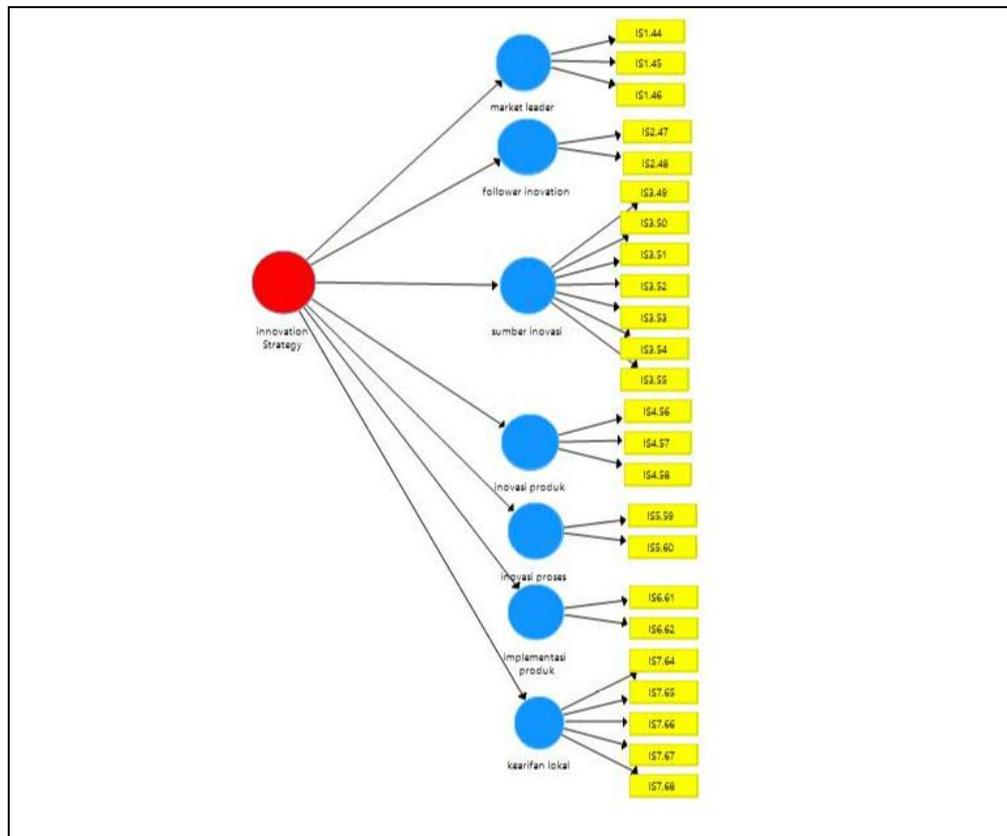
Model pengukuran atau *outer model* memiliki 2 jenis indikator konstruk, yaitu reflektif dan formatif. Konstruk yang berindikator reflektif dan konstruk yang berindikator formatif memiliki acuan pengukuraii yaigi berbeda. Berikut contoh model pengukuran dan model struktural yang sederhana dari PLS-SEM.



Sumber: A Primer PLS-SEM by J. F. J. Hair et al., (2014)(Hair et al., 2014)

Gambar 3.10 Contoh Pemodelan SEM menggunakan *PLS Path Modeling*

Pada model PLS-SEM tersebut, terdapat dua sub model yaitu model persamaan struktural (*structural model inner model*) yang menentukan hubungan antara variabel laten independen dan dependen, dan model persamaan pengukuran (*measurement model/outer model*) yang menentukan hubungan antara variabel laten dan indikator yang diamati (*manifest variable*). Gambar 3.9 menampilkan model pengukuran variabel laten *Innovation Strategy*.



Sumber : Olahan Peneliti

Gambar 3.11 Model Pengukuran (Outlier Model) Variabel Laten *Innovation Strategy*

Model Pengukuran atau *outer model* dilakukan pada semua variabel laten yang dilibatkan dalam penelitian ini, baik variabel laten eksogen, variabel laten endogen, maupun variabel laten endogen yang menjadi *intervening variable*. Hasil pengukuran *outer model* semua variabel pada penelitian ini tersaji secara lengkap pada halaman lampiran.

Langkah 3: Pengumpulan dan Pemeriksaan

1. Data Hilang (*Missing Data*)

Pada penelitian survei terutama pada penelitian ilmu-ilmu sosial, data yang hilang sering menjadi masalah. Hilang data terjadi ketika responden baik sengaja atau tidak sengaja gagal untuk menjawab satu atau lebih pertanyaan. Ketika jumlah data yang hilang pada kuesioner melebihi 15%, pengamatan biasanya dihapus dari file data. Suatu pengamatan dapat dihapus dari data file bahkan jika

RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

keseluruhan data yang hilang pada kuesioner tidak melebihi 15%. Sebagai contoh, jika sebagian besar tanggapan hilang untuk konstruk tunggal, maka seluruh pengamatan mungkin harus dilakukan dihapus. Sebagian besar data yang hilang pada satu konstruk adalah lebih mungkin terjadi jika konstruk mengukur topik yang sensitif, seperti rasisme, orientasi seksual, atau bahkan kinerja perusahaan.

Peningkatan penggunaan pengumpulan data online, banyak mengurangi data yang hilang karena dimungkinkan untuk mencegah responden melanjutkan ke pertanyaan berikutnya jika tidak menjawab pertanyaan tertentu. PLS-SEM menawarkan 2 perlakuan untuk data yang hilang, yaitu:

- a. Penggantian nilai. Nilai-nilai yang hilang dari variabel indikator diganti dengan nilai rata-rata yang valid dari indikator itu. Meskipun mudah menerapkan, berarti penggantian nilai mengurangi variabilitas dalam data dan kemungkinan mengurangi kemungkinan menemukan hubungan yang berarti. Oleh karena itu harus digunakan hanya ketika data menunjukkan tingkat data yang hilang sangat rendah. Disarankan menggunakan penggantian nilai rata-rata ketika data hilang kurang dari 5% nilai yang hilang per-indikator.
- b. Menghapus semua kasus dari analisis yang menyertakan nilai-nilai yang hilang dalam salah satu indikator yang digunakan dalam model (penghapusan *casewise*). Pada penelitian ini, pengumpulan data dari responden tidak mengalami data hilang (*missing data*). Semua responden mengisi setiap detail pertanyaan tertutup yang diajukan dengan menggunakan kuesioner berbasis web (*online*), dikarenakan peneliti mengatur setelan jawaban bahwa semua pertanyaan harus dijawab untuk bisa melanjutkan ke pertanyaan berikutnya sampai dengan selesai.

2. Pola Respon

Sebelum melakukan pengolahan dan analisis data, peneliti disarankan menganalisa terlebih dahulu data yang berhasil dikumpulkan. Peneliti harus memeriksa pola respon. Biasanya pada jawaban responden sering terjadi pola respon garis lurus. Pola respon garis lurus ini terjadi ketika tanggapan responden sama untuk proporsi pertanyaan. Sebagai contoh, jika kuesioner menggunakan

skala 1-5 sebagai pilihan jawaban, pola respon dari responden adalah menjawab semua pertanyaan di angka tertentu (misalnya 5), maka responden (dalam banyak kasus tertentu) seharusnya dihapus dari kumpulan data. Pada penelitian ini, terjadi tiga buah pola respon garis lurus. Ketiga buah responden ini sudah dihapus dari kumpulan data yang akan diolah dan dianalisis dengan PLS-SEM.

3. Deteksi Outlier

Pencilan (*outlier*) adalah respon ekstrem terhadap pertanyaan tertentu, atau respon ekstrim terhadap semua pertanyaan. Peneliti harus dapat mengidentifikasi apakah terdapat pencilan atau tidak dalam data yang berhasil dikumpulkan. Banyak paket perangkat lunak statistik yang dapat membantu mengidentifikasi pencilan, contohnya: *IBM SPSS Statistics*. Setelah responden diidentifikasi, peneliti harus memutuskan apa yang harus dilakukan. Jika hanya ada beberapa outlier yang teridentifikasi, maka pendekatan yang paling sering dilakukan adalah menghapusnya dari kumpulan data. Di sisi lain, karena jumlah outlier meningkat, pada beberapa titik tertentu peneliti harus dapat memutuskan apakah kelompok *outlier* tersebut mewakili sesuatu yang berbeda (sub-kelompok unik) dari sampel. Pada kumpulan data penelitian disertasi ini, peneliti tidak menemukan adanya data pencilan (*outlier*) yang terjadi.

4. Distribusi Data

PLS-SEM adalah metode statistik nonparametrik. Berbeda dengan CB-SEM, PLS-SEM tidak memerlukan data terdistribusi secara normal. Namun demikian, tetap penting untuk memastikan bahwa data tidak terlalu jauh dari normal karena data yang sangat tidak normal terbukti bermasalah dalam penilaian signifikansi parameter. Tes *Kolmogorov-Simorniv* dan tes *Shapiro-Wilks* dirancang untuk menguji normalitas data dengan membandingkan data ke distribusi normal dengan mean dan standar deviasi yang sama seperti pada sampel (Mooi & Sarstedt, 2011).

Pedoman lain untuk menentukan kenormalan data yaitu skewness dan/atau kurtosis. *Skewness* menilai sejauh mana distribusi variabel simetris atau tidak. Jika distribusi data membentang menuju ekor kanan atau kiri, maka

distribusinya dinyatakan sebagai miring (*skewed*). *Kurtosis* adalah ukuran apakah distribusi terlalu memuncak (distribusi yang sangat sempit dengan sebagian besar respon jawaban berada di tengah). Ketika *skewness* dan *kurtosis* mendekati nol (ini adalah situasi yang sangat sulit ditemukan oleh para peneliti), pola respon seperti ini dianggap sebagai distribusi normal. Pedoman umum untuk kemiringan (*skewness*) adalah jika jumlahnya lebih besar dari +1 atau lebih rendah dari -1, ini merupakan indikasi dari distribusi yang secara substansial miring (*skewed*). Untuk kurtosis, pedoman umum adalah bahwa jika jumlahnya lebih besar dari +1, maka distribusinya terlalu tinggi. Demikian juga, kurtosis kurang dari -1 menunjukkan distribusi yang terlalu datar. Distribusi menunjukkan kecondongan dan/atau kurtosis yang melebihi pedoman ini dianggap tidak normal.

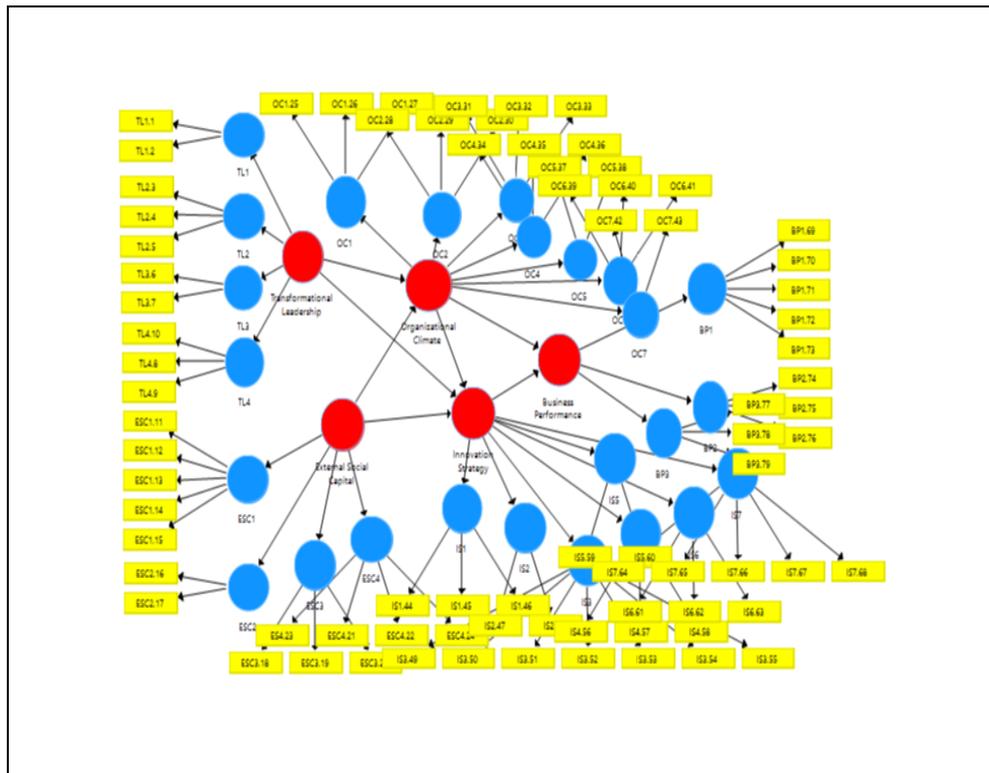
Pada penelitian ini, distribusi data diuji dengan menggunakan Tes Kolmogorov Smirnov dan didapatkan hasil bahwa semua nilai signifikansi (*p-value* > 0,05) sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel berdistribusi normal. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov menggunakan SPSS 21.0 tersaji pada tabel berikut.

Tabel 3.16
Hasil Test Kenormalan Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	TL	ESC	OC	IS	BP
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0.221	0.183	0.231	0.270	0.210
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0.001	0.008	0.000	0.000	0.002

Sumber: Hasil olahan data peneliti, 2019

Langkah 4: Merancang diagram jalur dari model penelitian disertasi



Sumber: hasil analisis 2020

Gambar 3.12 Konstruksi Diagram Jalur pada Model Penelitian

Gambar diatas adalah rancangan diagram jalur yang terjadi dalam model penelitian disertasi ini. Diagram tersebut dibuat berdasarkan tujuan penelitian dan hipotesis yang diajukan, dilengkapi dengan beberapa tinjauan pustaka yang mendukung model ini.

Langkah 5: Penilaian hasil model pengukuran (*outer model*)

Berikut ini ditampilkan acuan-acuan pengukuran pada *outer model* baik untuk konstruk yang berindikator reflektif, maupun formatif.

(1) Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

Tabel 3.17
Ringkasan *Rule Of Thumb* Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Validity & Reliability	Parameters	Rule of Thumb
Convergent Validity	<i>Indicator's Loadings</i> <i>Outer</i>	$> 0,708$
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	$> 0,50$
Discriminant Validity	<i>Cross Loading (J.F. J. Hair et al., 2014; Henseler, Ringle, C.M, & Sinkovics, 2009)</i>	<i>Outer loading indikator pada suatu konstruk > semua nilai cross loading dengan konstruk yang lain</i>
	<i>AVE dan nilai korelasi (Fomel C & Larcker D, 1981)</i>	Kuadrat korelasi antar konstruk laten < AVE masing-masing konstruk yang berhubungan, atau akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten
Internal Consistency Reliability	<i>Cronbach 's Alpha</i>	$> 0,70$ untuk <i>Confirmatory Research</i> , dan $> 0,60$ masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i>
	<i>Composite Reliability</i>	$> 0,708$ untuk <i>Confirmatory Research</i> , $0,60 - 0,70$ masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i>

Diadopsi dari:

Chin (1998), Fomel C & Larcker D (1981), J. F. J. Hair et al., (2014), Henseler et al., (2009)

(2) Evaluasi Model Pengukuran Formatif

Tabel 3.18
Ringkasan *rule of thumb* evaluasi model pengukuran formatif

Criterion	Rule of Thumb
------------------	----------------------

RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

	> 1,65 (significance level = 10%)
Weight Significant	> 1,96 (significance level = 5 %)
	> 2,58 (significance level = 1 %)
Multicollinearity	$VIF < 5; VIF = \frac{1}{\text{toleransi}}$
	Tolerance > 0,2

Langkah 6: Penilaian *hasil model* struktural (*inner model*)

Tabel 3.19
Ringkasan *Rule Of Thumb* Evaluasi Model Struktural

Criterion	Rule of Thumb
<i>R-Square</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 0,67; 0,33; dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderate, dan lemah (Chin, 1998) • 0,75; 0,50; dan 0,25 menunjukkan model kuat, moderate, dan lemah, dalam penelitian marketing (Hair et. Al,
<i>Effect Size f²</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ■ 0,02; 0,15; dan 0,35 (kecil, menengah, dan besar) (J. F. J. Hair et al., 2014)
<i>Q² predictive relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • $Q^2 > 0$, model mempunyai <i>predictive relevance</i> • $Q^2 < 0$, model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>q² predictive relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 0,02; 0,15; dan 0,35 (lemah, moderate, dan kuat)
<i>Significance (two-tailed)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ■ <i>t-value</i> 1,65 (<i>significance level</i> = 10%) • <i>t-value</i> 1,96 (<i>significance level</i> = 5%) • <i>t-value</i> 2,58 (<i>significance level</i> = 1%)

Sumber :J. F. Hair et al., (2011); Joseph F. Hair et al. (2013); J. F. J. Hair et al., (2014); Ghazali & Kusumadewi (2016).

Langkah 7 dan 8: Analisis PLS

Lanjutan, interpretasi dan penarikan simpulan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data menggunakan PLS-SEM.

