

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian penelitian yang dikaji terdiri dari 6 variabel. Variabel tersebut yaitu *strategic agility*, inovasi model bisnis, strategi kompetitif, regulasi dan kinerja perusahaan. Peran masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu *strategic agility* sebagai variabel bebas, kompetitif strategi dan inovasi model bisnis sebagai variabel mediasi, kinerja perusahaan sebagai variabel terikat dan sebagai variabel moderasi yaitu regulasi.

Subjek penelitian atau unit analisis penelitian yaitu perusahaan penyedia jasa logistik di Indonesia. Sesuai dengan tingkatan yang telah dijelaskan pada pendahuluan dan landasan teori, bahwa objek penelitian mempunyai spesifikasi LSP pada level 4 dan 3. Lokasi objek penelitian lebih spesifik dilakukan di 3 wilayah yaitu Jabotabek mewakili wilayah Indonesia Bagian Barat, Surabaya mewakili Indonesia Bagian Tengah dan Makasar Mewakili Indonesia Bagian Timur. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini yaitu pemilik, manajer atau pihak yang dikuasakan untuk mengatur perusahaan. Penelitian dilakukan pada kurun waktu tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Penelitian lebih tepatnya dimulai pada tanggal 21 November Tahun 2019 Sampai dengan 18 Oktober 2021.

3.2 Metode Penelitian

Metode merupakan sebuah cara dalam penyelidikan untuk mendapatkan hasil sesuai harapan. Cara ilmiah dikedepankan dalam penelitian agar hasil yang didapatkan serealistis dan seobjektif mungkin. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif akan mengeksplorasi terhadap fenomena yang terjadi serta hubungan yang terjadi pada sub bagian fenomena tersebut. Desain ini telah diuraikan menjadi hubungan yang lebih kompleks antara variabel yang ditemukan dalam teknik pemodelan persamaan struktural, pemodelan *linier hierarki*, dan regresi. Metode kuantitatif juga memasukkan model persamaan struktural yang menggabungkan jalur sebab akibat dan identifikasi kekuatan kolektif berbagai variabel (Creswel, J. W., 2014).

Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan survei untuk menghasilkan kecenderungan persepsi dan perlakuan dari suatu populasi. Selain survei dengan mencantumkan indikator kuantitatif, penelusuran dilakukan juga dengan menggunakan eksplorasi deskriptif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggali informasi tentang aktivitas perusahaan penyelenggaraan jasa logistik. Informasi yang didapatkan diharapkan dapat memberikan gambaran umum dan khusus terkait kinerja perusahaan. Setelah analisis deskriptif dilakukan maka selanjutnya disusun hubungan yang terjadi antara variabel eksogen dengan variabel endogen.

Pengembangan model yang dilakukan yaitu dengan pengujian hipotesis. Jenis penelitian yang ini termasuk ke dalam penelitian *cross section*. Perlakuan dilakukan pada observasi dengan menganalisis data variabel yang dikumpulkan pada waktu tertentu. Deskripsi dari indikator pada setiap variabel diubah dalam bentuk angka sehingga disebut metode kuantitatif. Pada tahap analisis dilakukan dengan perhitungan matematika pada pendekatan analisis statistik.

3.3 Desain Penelitian

Desain yang dikedepankan yaitu eksplorasi perilaku populasi dengan cara survei (*survey research*). Panduan dalam eksplorasi dengan instrumen berupa kuesioner. Alat ukur tersebut didorong untuk mendapatkan deskripsi yang dicapai dalam bentuk numerik. Hal tersebut dikarenakan metode yang dipakai yaitu kuantitatif. Diharapkan kecenderungan pendapat yang diberikan dapat mewakili populasi yang diteliti dengan nilai objektif.

Prosedur pada analisis dengan metode kuantitatif dilakukan dengan metode keterkaitan. Penilaian implikasi antar variabel dilakukan untuk mendapatkan derajat hubungan antar variabel. Hubungan tersebut dinilai dengan menggunakan prosedur statistik berupa analisis korelasional.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan merupakan data yang dipakai untuk pembahasan. Informasi yang disampaikan berdasarkan hasil dari pernyataan dan keterangan dari berbagai sumber yang sesuai yang mempunyai relevansi dengan penelitian.

Selanjutnya data yang didapat dijadikan sebagai bahan untuk analisis sehingga diharapkan memberikan kesimpulan. Jenis data yang dihimpun yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber unit analisis utama dan secara faktual berada pada lokasi peristiwa. Dalam hal ini responden yang dimaksudkan yaitu pengelola perusahaan jasa logistik. Untuk mendapatkan data primer ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Data yang diperlukan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif karena data tersebut diperoleh dengan mengukur variabel dalam sampel atau populasi. Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan yang disampaikan kepada responden. Kuesioner yang disampaikan bersifat tertutup. Model desain kuesioner tertutup merupakan model desain di mana setiap pernyataan dalam kuesioner telah tersedia pilihan jawabannya. Dengan demikian responden hanya dapat memberi tanda pilihan pada jawaban yang memiliki sesuai dengan kecenderungan persepsi responden.

Data sekunder merupakan data yang didapatkan tidak langsung terhadap responden sesuai kriteria. Data sekunder ini didapatkan dari berbagai sumber seperti asosiasi, situs internet dan sumber lain yang relevan. Data sekunder lebih banyak digunakan untuk menggali fenomena dan memperkuat identifikasi masalah. Informasi yang didapatkan seperti tingkat kinerja perusahaan, indeks penilaian kinerja logistik nasional, dan data umum perusahaan penyedia jasa logistik. Data ini juga dipakai untuk mendeskripsikan gambaran operasional unit analisis.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Perantara yang terlibat dalam proses logistik dalam perdagangan internasional merupakan penghubung penting dalam setiap rantai pasokan (Hitt & Ireland, 2016). Menurut *Supply Chain* Indonesia (SCI) Pelayanan dasar jasa logistik terdiri dari layanan jasa transportasi darat (*trucking*), transportasi laut (*Shipping*), transportasi udara (*Air Cargo*), *freight forwarding*, *Value added warehouse* dan distribusi, pengiriman cepat (*express*), dan distributor. Seiring perkembangan e-commerce dan cepatnya arus informasi baik dari konsumen dan lingkungan, kegiatan provider logistik memerlukan tingkat kelincahan yang memadai. Mengantisipasi hal tersebut,

perusahaan provider logistik ditunjang oleh sistem teknologi informasi untuk pengambilan keputusan dengan cepat dan tepat.

Sebagai gambaran sekumpulan perusahaan layanan logistik Indonesia tercermin dalam asosiasi. Pengusaha logistik Indonesia terhimpun dalam Asosiasi Logistik dan *Freight Forwarder* Indonesia. Perusahaan yang tercatat sebagai anggota ALFI sebanyak 3.412 Perusahaan (Puspa A. W., 2020). Kategori perusahaan terdiri dari pendukung perusahaan penyedia jasa Logistik (*Freight Forwarder*, Jasa Pengurusan Transportasi, Ekspedisi, pergudangan dan lain-lain) dan perusahaan yang berkategori penyedia jasa logistik. Hampir 55% anggota ALFI berada pada kategori perusahaan Logistik. Hanya sekitar 2-3% yang mempunyai kategori *Fourth Logistic Company* (Abdul, et., al., 2017). Sebagai acuan penelitian bahwa populasi yang dijadikan unit analisis yaitu perusahaan logistik yang tergabung dalam ALFI.

Sasaran penelitian yaitu terhadap perusahaan yang terlibat dalam aktivitas logistik. Responden yang diminta keterangan yaitu pemilik perusahaan atau manajer perusahaan atau pihak yang dengan nama lain yang diberi kuasa untuk mengurus perusahaan. Target unit responden tersebut dinilai dapat:

1. memberikan kontribusi kelancaran aktivitas logistik baik untuk domestik maupun internasional
2. memberikan kontribusi terhadap nilai LPI
3. proses bisnis dapat memenuhi syarat sebagai perusahaan provider logistik
4. mempunyai fleksibilitas layanan sesuai kebutuhan pelanggan
5. telah menerapkan teknologi informasi dalam operasional layanan logistik, dan
6. melayani jasa layanan logistik terintegrasi dalam satu kontrak.

Perusahaan yang memenuhi kategori di atas yaitu berada pada level 1, 2, 3 dan 4. Jenis perusahaan tersebut dapat dilihat pada gambar 2.4. Namun perusahaan di Indonesia lebih banyak berada pada level 1 dan 2. Sumber data berasal dari *data base* ALFI, Bursa Efek Indonesia (Perusahaan *go public*), *data base* asosiasi SCI dan situs internet yang khusus membahas perusahaan logistik. Setelah dilakukan identifikasi dari layanan yang diberikan oleh penyedia jasa logistik pada kategori level 1 dan 2, maka yang memenuhi ke 6 kriteria di atas terdapat 87 perusahaan domestik dan 74 perusahaan asing. Sebanyak 161 perusahaan provider logistik

tersebut dijadikan populasi Penelitian. Responden yang dijadikan sasaran penelitian yang berasal dari 161 perusahaan.

3.5.2 Sampel

Pendekatan dengan menggunakan metode kuantitatif mengindikasikan bahwa jenis pengumpulan data berupa survei. Pengumpulan dilakukan dengan menelaah kembali tujuan dari survei. Pada hakekatnya tujuan survei yaitu untuk mendapatkan informasi terperinci terkait dengan nilai yang terkandung dalam dimensi variabel. Pada akhirnya informasi tersebut dapat dijadikan acuan untuk menjawab masalah penelitian. Selain itu, dengan metode survei ini diharapkan data dari populasi dapat terkumpul dalam waktu yang bersamaan dalam satu waktu (Creswel, J.W., 2014).

Berdasarkan pendekatan pengumpulan data di atas, maka Pengambilan data berupa *cross sectional survei*. *Cross-sectional* dimaksudkan untuk membuat kesimpulan tentang populasi yang menarik pada satu waktu tertentu. Survei *cross-sectional* telah digambarkan sebagai gambaran menyeluruh dari populasi data yang dikumpulkan (Bethlehem, J., 1999). Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa objek yang diteliti yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyedia layanan logistik. Instrumen penelitian menggunakan variabel yang terdapat dalam operasional variabel. Adapun kuesioner yang disebarakan melalui *online survei (web Survei)*, survei lapangan dan wawancara.

Sebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan sampling jenuh. Dengan demikian banyaknya responden yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 161 perusahaan.

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel dimulai dengan proses penyeleksian individu (responden). Seleksi dilakukan dengan random sampel. Teknik ini mengindikasikan bahwa setiap responden dalam satu populasi dianggap sama. Penarikan sampel dilakukan terlebih dahulu dengan penggambaran atas potensi populasi sesuai dengan rencana penelitian. Pada tahapan ini dapat diketahui banyaknya anggota populasi dengan beragam kategori. Desain sampling yang dilakukan yaitu dengan *multistage*. Hal ini dikarenakan unit analisis yang tergabung dalam organisasi mempunyai kelompok

berdasarkan wilayah kerja. Oleh karena itu tahap pertama dilakukan dengan mengidentifikasi kelompok responden sesuai wilayah domisili dalam rencana penelitian (Creswel, J.W., 2014). Dari pengelompokan tersebut terdapat responden yang sesuai untuk dijadikan sampel.

Uji kelayakan sampel dilakukan dengan memeriksa *missing value* dan *outlier*. Sering terjadi data hilang dalam analisis multivariat yang mengakibatkan terganggunya validitas sehingga variabel tidak dapat dianalisis. Identifikasi pola dan hubungan yang mendasari data hilang diperlukan untuk mempertahankan sedekat mungkin nilai nyata. Kebutuhan penanganan diperlukan rangka untuk memilih metode analisis sesuai dengan kaidah. Identifikasi pola data yang hilang disebabkan penyebaran dilakukan secara acak di seluruh pengamatan (Joseph F. Hair, J. F., et. al., 2013). Penelitian kuantitatif berusaha keras untuk mempertahankan semua data dan merekonstruksi atau mengganti data yang hilang data sesekali hilang pada item tertentu ditangani oleh prosedur penghapusan atau substitusi perbandingan dengan nilai lain (Creswel, J.W., 2014).

3.6 Operasionalisasi Variabel

Variabel pengukuran dalam bidang ilmu sosial bersifat abstrak. Penelitian dapat mengukur variabel dengan menggunakan teknik mengeksplorasi konsep berpikir dan gagasan. Penguraian konsep abstrak menjadi dapat terukur dengan nyata disebut juga sebagai operasionalisasi konsep. Variabel yang dibentuk yang akan dioperasionalkan yaitu:

1. $\xi = \text{Ksi}$, yaitu variabel laten X atau variabel laten eksogen yaitu *Strategic agility* (ξ_1),
2. $\eta = \text{Eta}$, yaitu variabel laten Y atau variabel laten endogen yaitu Kinerja Perusahaan
3. Variabel intervening (I) yaitu Inovasi Model Bisnis dan Strategi Kompetitif
4. Variabel moderasi (M) yaitu regulasi

Operasionalisasi variabel lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
1	Kinerja perusahaan Kinerja perusahaan merupakan capaian kesuksesan yang diperoleh dari hasil penciptaan nilai yang diterima oleh konsumen (González-benito, 1995; Hansen et al., 1989; Li, et., al., 2004; Singh & Rao, 2017; Nedzinskas, et., al., 2013; Selvan. M. et. Al., 2016; Santos, J. B., Brito. L. A. L., 2012; Al-Matari, E. M., et. Al. 2014)	Pertumbuhan	Pertumbuhan Aset (A) Pertumbuhan Karyawan (E)	Persentase pertumbuhan aset Kuantitas atau persentase pertumbuhan karyawan	Interval Interval
		Profitabilitas	Tingkat pengembalian investasi (I)	Persentase pengembalian investasi	Interval
		<i>Customer Value</i>	Pertumbuhan konsumen (C)	Persentase pertumbuhan konsumen	Interval
		<i>Customer Value</i>	Penanganan pengaduan konsumen (S)	Persentase pengaduan yang ditangani	Interval
2	Strategi Kompetitif Kemampuan perusahaan atau unit bisnis untuk merancang, memproduksi, dan memasarkan produk atau jasa yang sebanding dengan biaya yang lebih efisien dari pesaing	Kepemimpinan biaya	<i>Extra Costs</i> (C1)	Mengeluarkan biaya untuk menjalin hubungan bisnis	Interval
		Pembeda	<i>Financial stability</i> (C2)	Memposisikan keuangan selalu siap untuk alokasi penciptaan nilai produk dan jasa	Interval
		Pembeda	<i>Freight Price</i> (C3)	Mengeluarkan biaya untuk operasional pengantaran barang	Interval
		Pembeda	<i>Flexibility in billing and payment</i> (C4)	Memfleksibelkan pembayaran atas jasa yang diberikan untuk kelancaran kas masuk	Interval
		Pembeda	<i>Compatibility</i> (C5)	Adaptasi terhadap perubahan keinginan untuk meraih pelanggan lebih banyak	Interval

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
2	Strategi Kompetitif	yang diberikan kepada pelanggan	<i>Ability of response</i> (C6)	Melakukan rentang pelayanan untuk menampung keluhan dan keinginan konsumen	Interval
			<i>Clause for arbitration</i> (C7)	Penanganan atas legalitas arbitrase untuk kelancaran distribusi	Interval
			<i>Speed and punctuality</i> (C8)	Menepati waktu operasional logistik untuk berbagai spesifikasi pelanggan	Interval
			<i>Experience</i> (C9)	Meninjau kejadian lalu untuk dijadikan standar operasionalisasi pelayanan	Interval
			<i>Surge capacity</i> (C10)	Merencanakan kapasitas yang memadai untuk mengantisipasi lonjakan permintaan	Interval
		Fokus Kemampuan memberikan nilai yang unik dan unggul untuk kelompok pembeli, segmen pasar atau pasar berdasarkan geografis tertentu	<i>Expertise technology</i> (C11)	Mendorong keahlian dalam teknologi untuk mendukung operasional logistik	Interval
			<i>Flexibility</i> (C12)	Memfleksibelkan sumber daya untuk memperlancar operasional logistik	Interval
			<i>IT capability</i> (C13)	Mendorong kompetensi bidang teknologi informasi untuk sistem rantai pasok	Interval
			<i>Logistics manpower</i> (C14)	Mengatur koordinasi terintegrasi atas kompetensi sumber daya manusia bidang logistik	Interval

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
2	Strategi Kompetitif		<i>fixed Asset</i> (C15)	Mengukur kualitas aset tetap untuk standar operasional logistik	Interval
			<i>Market knowledge</i> (C16)	Memantau kondisi geografis akses terhadap pengecer untuk ejanging yang kuat terhadap pangsa pasar, Menjelaskan atas layanan untuk menarik konsumen lebih luas	Interval
3	Inovasi Model Bisnis Konfigurasi penempatan secara bergantian pada model bisnis bermaksud menghadapi bentuk persaingan untuk menciptakan peningkatan berkelanjutan (Mitchel & Coles, 2004; Osterwalder et al., 2005; Comes & Berniker, 2008) (Trimi & Berbegal-Mirabent, 2012)	Produk Barang bernilai yang dihasilkan	<i>Value proposition</i> (B1)		Interval
		Customer Interface Pertemuan dengan pelanggan untuk menyalurkan nilai yang dihasilkan	<i>Customer segments</i> (B2)	Menjelaskan nilai pelayanan untuk meraih segmen konsumen tertentu	Interval
			<i>Distribution Channels</i> (B3)	Menyalurkan jasa yang ditawarkan untuk menarik pelanggan	Interval
			<i>Customer relationships</i> (B4)	Menjelaskan jaringan perusahaan untuk segmen pelanggan yang berbeda.	Interval
		Manajemen infrastruktur Perencanaan, perancangan, penggunaan, pengawasan fasilitas dan peralatan lainnya untuk aktivitas ekonomi	<i>Key activities (Value Configuration)</i> (B5)	Menjelaskan susunan kegiatan dengan kesesuaian sumber daya	Interval
			<i>Key Resources (Core Competency)</i> (B6)	Menjelaskan susunan kegiatan untuk mendapatkan kesesuaian sumber daya	Interval
			<i>Key partnerships (Partner Network)</i> (B7)	Menggambarkan jaringan perjanjian kerja sama dengan perusahaan lain untuk efisiensi dan mengkomersialkan nilai.	Interval

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
3	Inovasi Model Bisnis	Aspek Finansial Tata kelola keuangan pada aktivitas ekonomi dalam penciptaan nilai bagi konsumen	<i>Cost structure</i> (B8)	Mereduksi risiko keuangan untuk digunakan dalam pengembangan model bisnis.	Interval
			<i>Revenue streams</i> (B9)	Menjelaskan aliran pendapatan untuk menghasilkan uang dari berbagai sumber	Interval
4	Strategic agility <i>Strategic agility</i> berarti bahwa organisasi dapat mengambil tindakan cepat, tegas, dan efektif dan dapat memicu, mengantisipasi, dan mengambil keuntungan dari perubahan (Roth, 1996; Y. L. Doz & Kosonen, 2010; Weber & Tarba, 2014).	Sensitifitas Stratejik Ketajaman persepsi dan intensitas perhatian untuk menangkap peluang	<i>Anticipating</i> (S1)	Kemampuan evaluasi penggunaan kemampuan untuk kebutuhan sumber daya	Interval
			<i>Experimenting</i> (S2)	Kemampuan uji pasar untuk memperkuat kemampuan jasa yang disediakan	Interval
			<i>Abstracting</i> (S3)	Kemampuan melihat kebutuhan yang berasal dari isu strategis untuk mengembangkan model bisnis	Interval
			<i>Distancing</i> (S4)	Kemampuan membangun jaringan kemitraan untuk perluasan model bisnis	Interval
			<i>Dialoguing</i> (S5)	Dialog terbuka atas isu terkini untuk menelaah kondisi internal maupun eksternal	Interval
		Kesatuan Kepemimpinan Kemampuan tim puncak manajemen untuk membuat keputusan berani	<i>Revealing</i> (S6)	Kebiasaan transparansi untuk saling percaya pada setiap level	Interval
			<i>Integrating</i> (S7)	Kemampuan mengkolaborasikan	Interval

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
4	<i>Strategic agility</i>	dengan cepat, tanpa terjebak dalam intrik politik	<i>Aligning</i> (S8)	seluruh kekuatan untuk keputusan	Interval
			<i>Caring</i> (S9)	Kemampuan berbagi minat yang sama untuk sukses bersama	Interval
		Pengerahan Sumber daya Kemampuan internal untuk mengkonfigurasi ulang sistem bisnis dan memindahkan sumber daya secara cepat	<i>Decoupling</i> (S10)	Kemampuan saling menghargai untuk ketepatan kerja berdasarkan tugas dan fungsi	Interval
			<i>Modularizing</i> (S11)	Kemampuan fleksibilitas kerja untuk mengakomodir kepentingan pelanggan	Interval
			<i>Dissociating</i> (S12)	Kemampuan pengeralahan waktu tidak terbatas untuk konfigurasi model bisnis	Interval
			<i>Switching</i> (S13)	Kemampuan memisahkan kepemilikan sumber daya untuk kepentingan perusahaan	Interval
			<i>Grafting</i> (S14)	Skenario model bisnis secara paralel untuk menyelaraskan atau beralih produk	Interval
			<i>Developing knowledge</i> (S15)	Kemampuan mengkolaborasi model bisnis untuk perusahaan yang diakuisisi	Interval
Sistem Intelejen/Comunities of Practise	Kemampuan mengembangkan teknologi strategis untuk meningkatkan peluang bisnis	Interval			

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
4	<i>Strategic agility</i>		<i>Reporting</i> (S16)	Pelaporan rutin untuk membiasakan laporan atas pencapaian kerja setiap periode	Interval
5	Regulasi	<i>Custom Clearance</i>	Prosedur (R1)	Prosedur dalam penanganan bea cukai sesuai dengan aturan	Interval
		Proses administrasi pengeluaran atau pengiriman barang di pelabuhan	<i>Cost</i> (R2)	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan ketentuan	Interval
		Transportasi	Sarana (R3)	Prosedur perizinan membantu kelancaran operasional pengangkutan logistik	Interval
		Proses pemindahan barang dari satu tempat ke tempat lain	Prasarana (R4)	Pengaturan jalur transportasi sesuai untuk memudahkan operasional logistik	Interval
		Sistem pergudangan	Legalitas (R5)	Perizinan sesuai dengan ketentuan untuk kelancaran operasional	Interval
		Sistem penyimpanan untuk disalurkan ke konsumen	Sarana dan prasarana (R6)	Standardisasi pergudangan sesuai dengan penjagaan kualitas barang	Interval
		Legalitas perusahaan	Dokumen pengiriman (R7)	Ketentuan dokumen pengiriman sesuai dengan peruntukan keamanan dan jaminan mutu	Interval
			Legalitas usaha (R8)	Prosedur mendapatkan legalitas perusahaan sesuai ketentuan	Interval

3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.7.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah sejauh mana ukuran secara akurat mewakili apa yang seharusnya. Tentunya dapat dinyatakan juga sebagai ukuran sejauh mana serangkaian tindakan dengan benar mewakili konsep studi yang bebas dari kesalahan sistematis atau acak. Validitas berkaitan dengan seberapa baik konsep didefinisikan oleh ukuran penelitian. Validitas diukur oleh korelasi antara set variabel (Joseph F. Hair et al., 2013). Selain untuk menentukan keakuratan alat ukur, validitas digunakan juga untuk mengevaluasi indikator reflektif. Validitas diperiksa dengan mencatat konstruksi konvergen dan diskriminan. Validitas konvergen dikatakan baik ketika setiap item memiliki taraf signifikansi korelasi terhadap total sama dengan 0,05 atau lebih kecil (Joe F. Hair et al., 2014).

Seperti halnya uji validitas, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan sampel pendahuluan sebanyak 20 sampel alat analisis yang digunakan yaitu software SPSS. Adapun hasil dari pengolahan data dapat dilihat pada table 3.2. Lebih Lengkapnya hasil keluaran olah data dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 3. 2
Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nilai Korelasi	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
<i>Strategic Agility</i>	<i>Anticipating</i> (S1)	0,586	0,007	Valid
	<i>Experimenting</i> (S2)	0,501	0,025	Valid
	<i>Abstracting</i> (S3)	0,742	0,000	Valid
	<i>Distancing</i> (S4)	0,694	0,001	Valid
	<i>Dialoguing</i> (S5)	0,577	0,008	Valid
	<i>Revealing</i> (S6)	0,471	0,036	Valid
	<i>Integrating</i> (S7)	0,651	0,002	Valid
	<i>Aligning</i> (S8)	0,523	0,018	Valid
	<i>Caring</i> (S9)	0,519	0,019	Valid
	<i>Decoupling</i> (S10)	0,796	0,000	Valid
	<i>Modularizing</i> (S11)	0,693	0,001	Valid
	<i>Dissociating</i> (S12)	0,583	0,007	Valid
	<i>Switching</i> (S13)	0,692	0,001	Valid
	<i>Grafting</i> (S14)	0,579	0,007	Valid
	<i>Developing knowledge</i> (S15)	0,639	0,002	Valid
	<i>Reporting</i> (S16)	0,586	0,007	Valid
Inovasi Model	<i>Value proposition</i> (B1)	0,515	0,020	Valid
	<i>Customer segments</i> (B2)	0,848	0,000	Valid

Tabel 3. 2
Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nilai	Nilai	Kesimpulan	
		Korelasi	Signifikansi		
Bisnis	<i>Distribution Channels</i> (B3)	0,716	0,000	Valid	
	<i>Customer relationships</i> (B4)	0,739	0,000	Valid	
	<i>Value Configuration</i> (B5)	0,619	0,004	Valid	
	<i>Key Resources (Core Competency)</i> (B6)	0,735	0,000	Valid	
	<i>Key partnerships (Partner Network)</i> (B7)	0,704	0,001	Valid	
	<i>Cost structure</i> (B8)	0,528	0,017	Valid	
	<i>Revenue streams</i> (B9)	0,457	0,043	Valid	
	Strategi Kompetitif	<i>Extra Costs</i> (C1)	0,481	0,032	Valid
		<i>Financial stability</i> (C2)	0,676	0,001	Valid
<i>Freight Price</i> (C3)		0,634	0,003	Valid	
<i>Flexibility in billing and payment</i> (C4)		0,551	0,012	Valid	
<i>Compatibility</i> (C5)		0,708	0,000	Valid	
<i>Ability of response</i> (C6)		0,682	0,001	Valid	
<i>Clause for arbitration</i> (C7)		0,591	0,006	Valid	
<i>Speed and punctuality</i> (C8)		0,457	0,043	Valid	
<i>Experience</i> (C9)		0,521	0,019	Valid	
<i>Surge capacity</i> (C10)		0,688	0,001	Valid	
<i>Expertise technology</i> (C11)		0,836	0,000	Valid	
<i>Flexibility</i> (C12)		0,524	0,018	Valid	
<i>IT capability</i> (C13)		0,697	0,001	Valid	
<i>Logistics manpower</i> (C14)		0,667	0,001	Valid	
<i>fixed Asset</i> (C15)		0,711	0,000	Valid	
<i>Market knowledge</i> (C16)	0,621	0,003	Valid		
Kinerja Perusahaan	Pertumbuhan Aset (A)	0,741	0,000	Valid	
	Pertumbuhan Karyawan (E)	0,731	0,000	Valid	
	Tingkat pengembalian investasi (I)	0,693	0,001	Valid	
	Pertumbuhan konsumen (C)	0,655	0,002	Valid	
	Penanganan pengaduan konsumen (S)	0,818	0,000	Valid	
Regulasi	Prosedur (R1)	0,678	0,001	Valid	
	Biaya (R2)	0,627	0,003	Valid	
	Sarana (R3)	0,825	0,00001	Valid	
	Prasarana (R4)	0,657	0,002	Valid	
	Legalitas (R5)	0,679	0,001	Valid	
	Sarana dan prasarana (R6)	0,730	0,00001	Valid	
	Dokumen pengiriman (R7)	0,668	0,001	Valid	
	Legalitas usaha (R8)	0,613	0,004	Valid	

3.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Keandalan merupakan ukuran sejauh mana variabel atau seperangkat variabel konsisten dalam apa yang dimaksudkan untuk mengukur. Jika beberapa pengukuran diambil untuk tindakan yang dapat diandalkan, maka semua variabel akan konsisten dalam nilainya (Hair, J. F. et. al., 2013). Selain itu reliabilitas merupakan cara untuk menentukan keandalan korelasi antara dua bentuk paralel tes. *Cronbach's Alpha* (α) adalah ukuran umum untuk keandalan (Lane, 2018). Model yang memadai untuk tujuan eksplorasi, *Cronbach's Alpha* (α) harus sama dengan atau lebih besar dari 0,6 (Joseph F. Hair et al., 2013). Model yang dibangun dengan tujuan konfirmasi lebih besar atau sama dengan dari 0,7 dan disukai jika sama dengan atau lebih besar dari 0,8 (G. David Garson, 2016). Berdasarkan hasil oleh data dengan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua dimensi variabel mempunyai nilai di atas 0,8. Hal ini dapat dinyatakan bahwa model penelitian handal. Selengkapnya nilai *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada Tabel 3.2. Dalam model reflektif, panah indikator menuju ke variabel yang menandakan bahwa konstruksi unidimensional menentukan nilai variabel. Batas yang dapat diterima untuk keandalan komposit sama dengan ukuran keandalan apa pun, termasuk *Cronbach's Alpha*. Keandalan komposit bervariasi dari 0 hingga 1, dengan 1 menjadi estimasi keandalan yang sempurna (G. David Garson, 2016).

Pengujian dilakukan dengan menggunakan sampel pendahuluan sebanyak 20. Analisis validitas menggunakan alat bantu software SPSS. Adapun hasil (*output*) pengolahan data tersebut dapat dilihat pada table 3.3. Lebih lengkapnya, keluaran hasil pengolahan uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 3. 3
Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
<i>Strategic Agility</i>	0,893	Reliabel
Inovasi Model Bisnis	0,817	Reliabel
Strategi Kompetitif	0,898	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0,767	Reliabel
Regulasi	0,838	Reliabel

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Adapun teknik kedua jenis analisis ini yaitu sebagai berikut:

3.8.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat menghasilkan penjelasan secara deskripsi serta dapat menggambarkan empiris berdasarkan hasil data yang telah didapat oleh peneliti. Analisis deskriptif bertujuan untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik deskriptif yang digunakan adalah nilai capaian rata-rata dari setiap variabel, dimensi dan indikator, dimensi, yang hasilnya dapat dikelompokkan pada kategori tertentu.

Analisis deskriptif menggunakan metode distribusi rata-rata dan peta kecenderungan pada skala pengukuran. Setiap nilai rata-rata pada indikator diberikan bobot nilai. Bobot nilai ini dapat dari persentase setiap skala pengukuran.

3.8.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

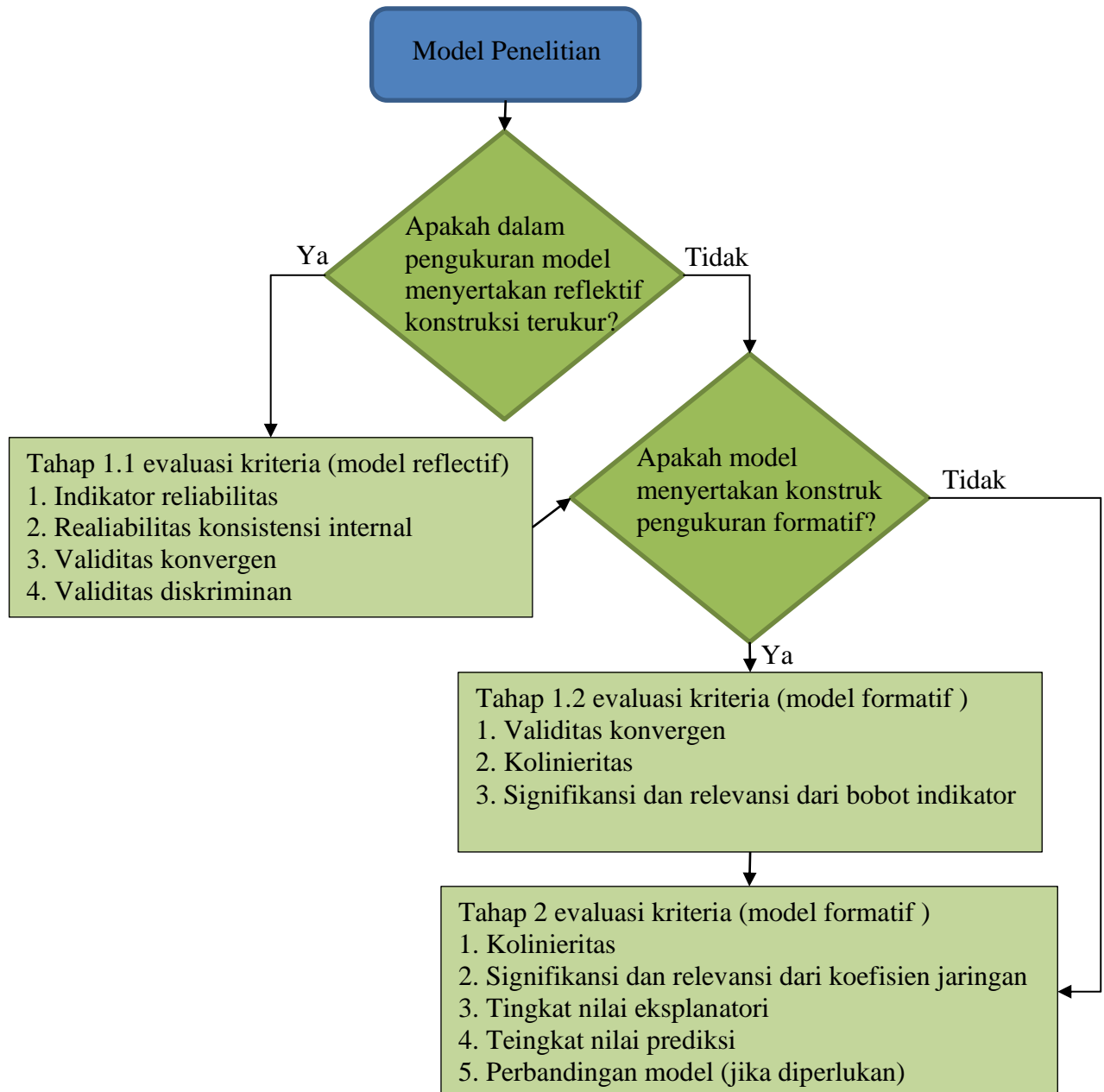
Data yang didapatkan selanjutnya diolah dengan menggunakan metode *Partial Least Square (PLS) - Sequential Equation Modeling (SEM)*. Setiap dimensi variabel yang terdapat hubungan langsung dengan Kinerja Perusahaan di mediasi oleh regulasi. Adapun model PLS – SEM dapat dilihat pada Gambar 3.1 Eksplorasi dan pembahasan ekstensi data dengan menggunakan metode proyeksi seperti PLS (proyeksi ke struktur laten). Dilanjutkan penggunaan grafik untuk interpretasi kontekstual dari hasil. Dengan banyak variabel dan beberapa pengamatan pada situasi umum dalam penambangan data, risiko untuk mendapatkan model palsu sangat besar. Model palsu terlihat bagus untuk data set pelatihan, tetapi memberikan prediksi yang menyedihkan untuk sampel baru. Oleh karena itu, validasi hasil analisis data sangat penting, dan pendekatan untuk itu dibahas. Prosedur paling umum dan tahapan pengukuran model dengan menggunakan metode PLS-SEM yaitu (Esposito Vinzi, Chin, Henseler, & Wang, 2011):

1. *Clustering* yaitu menemukan dan menginterpretasikan kelompok yang natural dalam sekumpulan data,
2. Klasifikasikan dan identifikasikan data

3. Kuantifikasi hubungan antara perbedaan dalam set variabel dengan variabel yang ditemukan. Sebagai contoh hubungan terhadap produk relatif terhadap perubahan waktu, musim dan geografis
4. Identifikasikan *outliers* dan profil data yang menyimpang,
5. Validasi instrumen penelitian
6. Temukan variabel dominan dan hubungan yang bersamaan
7. Buatlah model prediksi untuk sampel yang baru.

Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan pendekatan model persamaan struktural (SEM) berbasis *partial least squares* (PLS). PLS adalah model persamaan struktural berbasis komponen atau varians. Menurut Latn dan Ghozali (2012), PLS merupakan pendekatan alternatif yang beranjak dari pendekatan SEM berbasis kovarians ke pendekatan SEM berbasis terdistribusi. SEM berbasis kovarians umumnya menguji kausalitas atau teori, sedangkan PLS adalah model yang lebih prediktif. *Partial Least Square (PLS)* tidak hanya dapat mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga untuk mendeskripsikan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS juga digunakan dalam mengkonfirmasi teori, sehingga penelitian yang menggunakan prediksi PLS lebih cocok untuk menganalisis data. *Partial Least Square* dapat secara sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif.

Dalam hal ini, PLS merupakan metode alternatif dari *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan antara variabel yang kompleks namun ukuran sampel datanya kecil. Selain itu (*Partial Least Square*) PLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel yang akan digunakan. Adapun alat bantu yang digunakan yaitu software Smart-PLS. Adapun prosedur evaluasi hasil dari PLS-SEM dapat dilihat pada gambar 3.1 (M. Sarstedt et al., 2021).



Sumber: M. Sarstedt et al., 2021

Gambar 3.1 Prosedur Analisis dengan PLS-SEM

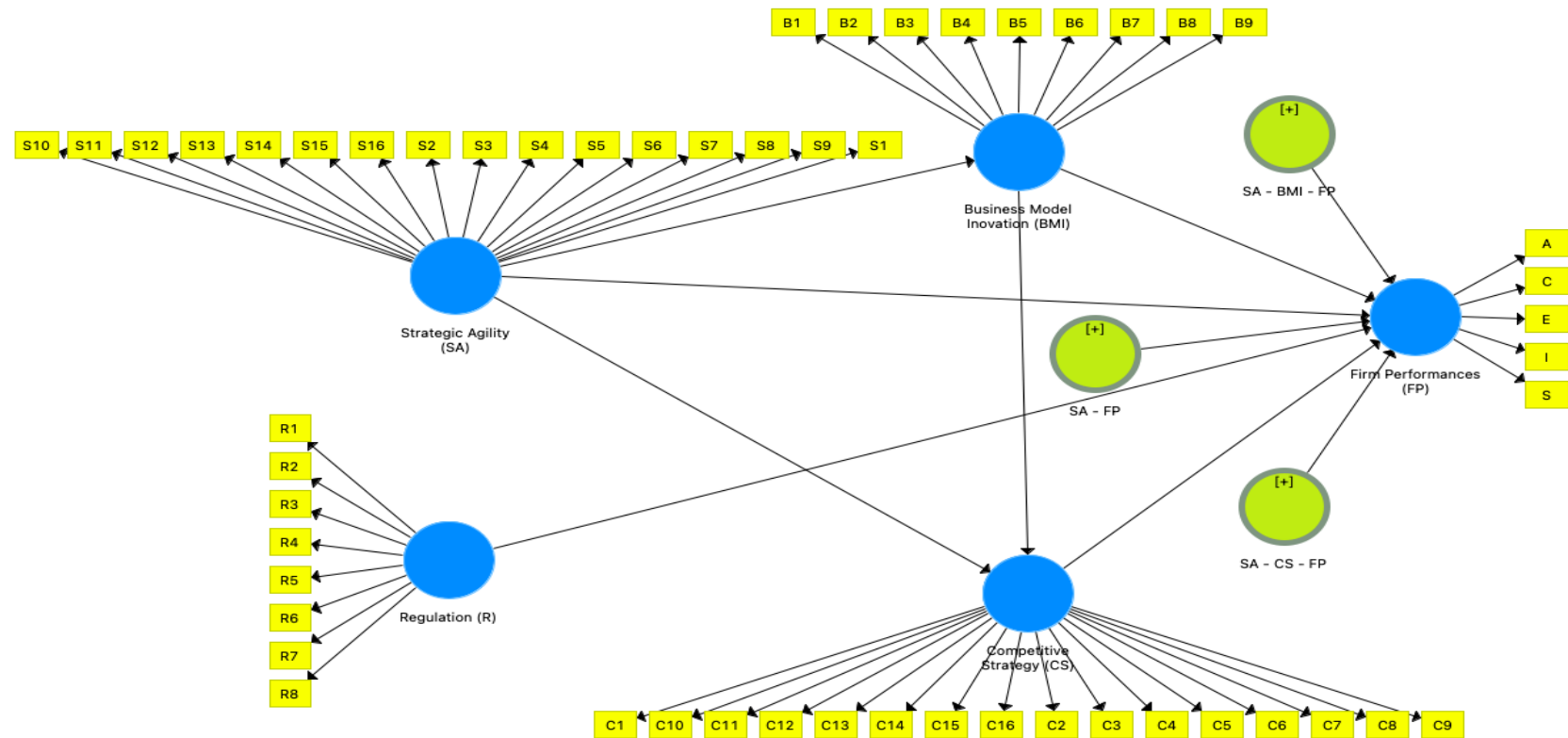
Variabel pengukuran dalam bidang ilmu sosial bersifat abstrak. Penelitian dapat mengukur variabel dengan menggunakan teknik mengeksplorasi konsep berpikir dan gagasan. Penguraian konsep abstrak menjadi dapat terukur dengan nyata disebut juga sebagai operasionalisasi konsep. Variabel yang dibentuk yang akan dioperasionalisasikan yaitu:

- 1) $\xi = K_{si}$, yaitu variabel laten X atau variabel laten eksogen yaitu *Strategic agility*

(ξ_1),

- 2) η = Eta, yaitu variabel laten Y atau variabel laten endogen yaitu kinerja perusahaan
- 3) Variabel intervening (I) yaitu inovasi model bisnis dan strategi kompetitif
- 4) Variabel moderasi (M) yaitu regulasi.

Selengkapnya, kerangka kerja penelitian dapat dilihat pada gambar 3.2



Gambar 3.2 Model Alur Penelitian dengan PLS – SEM