

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih 2 (tiga) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data dengan menyajikan dalam bentuk skripsi dan melewati proses bimbingan. Lokasi penelitian adalah tempat atau objek yang dituju untuk melakukan suatu penelitian (Abdurrahmat, 2011). Lokasi pengambilan data penelitian ini dilakukan di Tanah Abang, Jakarta Pusat.

3.2. Desain Penelitian

Penelitian ini disusun dengan pendekatan kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan pengalaman usaha terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel eksogen yaitu pengetahuan kewirausahaan, variabel mediasi adalah pengalaman usaha dan variabel endogen yaitu inovasi produk IMK di Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif untuk menganalisis data yang dikumpulkan dengan menggambarkan data tersebut. Statistik deskriptif adalah statistik yang menganalisis data dengan mendeskripsikannya tanpa menarik kesimpulan umum dan menyajikannya, misalnya dalam tabel dan gambar. Statistik deskriptif membantu memberikan informasi dasar tentang variabel dan menyoroti kemungkinan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2011). Penelitian ini juga menggunakan 2 skala yaitu skala likert dan skala guttman dengan teknik analisis

SEM-PLS (Meizatri et al., 2023; Namira Nurul Alhakim et al., 2023; Wahida & Suryaningrum, 2023; Yusmad, 2011)

3.3. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi menurut Purwanza (2022) adalah seluruh objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, gejala, dan hasil tes atau peristiwa yang digunakan untuk sumber data dengan adanya karakteristik untuk penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku IMK di Jakarta Pusat dengan jumlah 6045 pelaku usaha dari data BPS Jakarta.

B. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi dari penelitian (Sugiyono, 2011). Penentuan sampel menggunakan rumus dari Yount (1991) sebagai berikut:

Besarnya Populasi	Besar Sampel
0-100	100%
101-1000	10%
1.001-5.000	5%
5.001-10.000	3%
>10.000	1%

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini 3% dari 6045 dengan hasil adalah 181 Sampel

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka sampel penelitian ini diperoleh 375 orang. Teknik pengambilan sampel adalah menggunakan metode *non-probability*

sampling. Metode tersebut merupakan metode yang mengambil sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang adil di setiap individu. *Sampling purposive* metode yang digunakan dalam pengambilan sampel karena memperhitungkan factor – factor tertentu (Sugiyono, 2011). Penelitian menggunakan kriteria dalam sample penelitian tersebut adalah pemilik usaha yang berlokasi di 8 kecamatan Jakarta Pusat.

3.4. Pengembangan Insrumen Data

Berdasarkan kerangka teori yang telah diuraikan Bab II, maka pengembangan instrument adalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk (variabel endogen)

a. Definisi konseptual

Inovasi produk adalah proses yang menciptakan atau meningkatkan produk berupa barang dan jasa dengan menjadi lebih baik dan dibuat tujuan penggunaan potensial kepada konsumen untuk meningkatkan nilai komersial produk di pasar.

b. Definisi operasional

Menurut Kodama (2007), inovasi produk adalah sebagai menciptakan atau meningkatkan barang atau jasa baru yang melibatkan pengetahuan yang menjadikan produk atau layanan jasa lebih baik yang menggabungkan perubahan dasar dalam spesifikasi teknis dan bahan. Indikator inovasi produk dalam penelitian ini mengadaptasi Lukas dan Ferrell (2000) dan Ningsih (2020), maka indikator dalam penelitian ini adalah produk baru,

perluasan lini, penambahan produk yang sudah ada, penentuan kembali, dan adanya pengurangan biaya.

c. Kisi – Kisi Butir Soal

Tabel 3. 1 Instrumen Inovasi Produk

Indikator	Item	Pertanyaan
Produk Baru	IP 1	Saya berusaha menampilkan produk dalam desain yang berbeda dengan pesaing
Perluasan lini	IP 2	Produk saya memungkinkan untuk masuk persaingan pasar
Penambahan produk yang sudah ada	IP 3	Ukuran dan warna produk yang saya tawarkan beragam
	IP 4	Harga produk yang saya tawarkan berdasarkan bentuk ukuran, dan pesanan
Penentuan kembali	IP 5	Saya berupaya mengembangkan pasar baru untuk produk saya
Pengurangan biaya	IP 6	Saya melakukan mengurangi biaya untuk menciptakan produk yang memiliki daya saing harga

2. Pengetahuan kewirausahaan (variabel eksogen):

a. Definisi konseptual

Pengetahuan kewirausahaan adalah seseorang yang menguasai informasi dan wawasan tentang usaha yang dapat menjadi patokan untuk pengembangan ide baru dan aspek usaha lainnya seperti penjualan, negoisasi, pengembangan produk, dan penilaian resiko.

b. Definisi operasional

Menurut Mohamed et al. (2022) pelaku IMK dengan memiliki pengetahuan kewirausahaan bisa menciptakan kebutuhan yang lebih besar dengan intelektual yang dapat mendorong pelaku untuk berpikir secara luar yang dapat memfasilitas inovasi. Indikator pengetahuan kewirausahaan dalam penelitian mengadaptasi Irwanto dan Le (2023) dan Dharmawati (2016), maka indikator pengetahuan kewirausahaan adalah penyusunan *rencana*

usaha, pengetahuan yang akan dijalankan, pengetahuan peran dan tanggung jawab, pengetahuan kemampuan diri, dan pengetahuan manajemen.

c. Kisi – kisi butir soal

Tabel 3. 2 Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan

Indikator	Item	Pertanyaan
Penyusunan <i>rencana usaha</i>	PK 1	Setelah kita memiliki ide untuk memulai usaha, maka langkah pertama yang harus kita lakukan adalah a. Membuat perencanaan usaha b. Membuat anggaran c. Studi kelakan usaha d. Pemasaran
	PK 2	Yang termasuk dalam perencanaan uasaha, kecuali a. Strategi b. Harapan c. Visi d. Misi
Pengetahuan yang akan dijalankan	PK 3	Dalam pengelolaan usaha yang dijalankan, pelaku wirausaha membutuhkan, kecuali a. Pengetahuan b. Pemahaman c. Keahlian d. Sertifikasi
	PK 4	Faktor yang paling utama dalam keberhasilan usaha yang dijalankan adalah a. Faktor keuangan b. Faktor organisasi c. Faktor administrasi d. Faktor manusia
Pengetahuan peran dan tanggung jawab	PK 5	Dalam menjalankan usaha usahanya maka pelaku usaha juga tak bisa lepas dari tanggung jawabnya kepada para karyawan pekerja dalam timnya sendiri. Tanggung jawab tersebut adalah a. Kesejahteraan karyawan dan pengupahan b. Membuat suatu laporan keuangan c. Tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan d. Menyediakan produk
	PK 6	Salah satu aspek penting peran usaha dalam kehidupan masyarakat adalah a. Menjalankan usaha b. Memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan dari masyarakat c. Meminimalisir dampak buruk lingkungan d. Mempersiapkan manajemen pengelolaan usaha
Pengetahuan kepribadian dan kemampuan diri	PK 7	Faktor keberhasilan wirausaha akan ditentukan oleh... a. Kapasitas anda b. Modal uang anda c. Keluarga anda d. Tempat usaha

Pengetahuan Manajemen	PK 8	Sifat yang dimiliki oleh wirausaha yang mendorong wirausaha untuk terus mencoba dan menghadapi masalah – masalah yang datang adalah.. a. Kreativitas b. Kecerdasan dalam wirausaha c. Percaya diri d. Kerja tim
	PK 9	Keputusan apa yang harus diambil seseorang wirausaha, apabila usahanya mengalami kebangkrutan a. Membuka usaha lain b. Mencari modal baru c. Menganalisa penyebab dan mencari solusi d. Mencari relasi baru dengan usaha lain
	PK 10	Unsur manajemen utama dalam pengembangan usaha adalah a. Pasar b. Manusia c. Produk d. Teknik pembuatan

3. Pengalaman usaha (variabel eksogen):

a. Definisi konseptual

Pengalaman usaha adalah suatu pengalaman yang dimiliki seseorang dalam melakukan wirausaha yang menjadi kunci kesuksesan untuk meningkatkan usaha selanjutnya dan pengalaman tersebut menjadi perbaikan untuk menciptakan inovasi sehingga resiko usaha menjadi berkurang.

b. Definisi operasional

Menurut Kadim et al. (2017) bahwa pengalaman yang didapat dari pengalaman mengelola usaha dapat menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan usaha selanjutnya dan pengalaman tersebut dapat dijadikan tolok ukur untuk menciptakan usaha baru. Indikator pengalaman usaha dalam penelitian ini mengadaptasi Riyanti (2003) dan Firdarini (2019) adalah lama usaha, berkaitan dengan usaha sebelumnya, pengalaman pemasaran, dan pengalaman produksi.

c. Kisi – kisi butir soal

Tabel 3. 3 Instrumen Pengalaman Usaha

Indikator	Item	Pertanyaan
Lama usaha	PU 1	Pengalaman usaha saya lebih dari 6 bulan, membantu saya merencanakan strategi dalam usaha saya
	PU 2	Pengalaman usaha saya lebih dari 6 bulan, membantu saya mampu mengatasi masalah yang ada di dalam usaha saya
Berkaitan dengan usaha sebelumnya Pengalaman pemasaran	PU 3	Pengalaman usaha sebelumnya membuat saya mampu menjalankan dan mengembangkan usaha saya
	PU 4	Adanya pengalaman usaha membuat saya mampu untuk meningkatkan pelanggan
Pengalaman produksi	PU 5	Adanya pengalaman usaha membuat saya mampu untuk memasarkan produk ke pasar baru
	PU 6	Adanya pengalaman usaha membuat saya mampu mengembangkan inovasi terhadap usaha saya

3.5. Teknik Pengumpulan Data

A. Kuesioner

Menurut Herlina (2019) kuesioner merupakan suatu cara dalam pengumpulan data dengan melakukan mengajukan atau memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada pra responden dan pengisian tersebut dilakukan tanpa paksaan. Kuesioner dalam penelitian ini diisi oleh respon dengan skala likert 1 sampai 5 untuk mendapatkan skor

Tabel 3. 4 Skala Likert

Skor	Pilihan Jawaban
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Tidak Sangat Setuju

B. Tes Pilihan Ganda

Menurut Depdiknas (2004) Jenis soal pilihan ganda terdiri dari dua bagian yaitu topik (*stem*) yang berisi masalah yang akan ditanyakan dan sejumlah pilihan yang dapat dipilih atau dijawab (*option*). Dari pilihan jawaban yang diberikan, hanya satu yang paling tepat, sedangkan kemungkinan jawaban lainnya disebut pengecoh (*distractor*).

Alat yang digunakan untuk memperoleh data variabel pengetahuan kewirausahaan dengan menggunakan tes pilihan ganda yang terdiri dari empat alternatif jawaban, dimana jawaban yang benar mendapat skor satu (1) dan untuk jawaban yang salah mendapat skor nol (0).

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan software *WarpPLS 7.0*. Analisis data deskriptif menggunakan SPSS 23 untuk mengetahui persebaran data partisipan. Menurut Hair Jr et al. (2017) PLS-SEM adalah sebuah teknik analisis data yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel dalam model dan PLS berfokus pada penjelasan varian dalam variabel laten. Teknik analisis PLS-SEM yang digunakan adalah mengikuti langkah dari Hair Jr et al. (2017), yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model structural (*inner model*), *goodness of fit (GOF)*, dan pengujian hipotesis dan mediasi. Teknik analisis dalam penggunaan metode PLS-SEM sebagai berikut:

1. Analisis *outer model*

Analisis outer model adalah analisis yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan ukurannya (indikator). Pengujian yang dianalisis dalam outer model sebagai berikut:

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen adalah sejauh mana konstruk formatif berkorelasi positif dengan ukuran relatif dari konstruk dan indikator yang berbeda. Validitas konvergen didasarkan pada ukuran koefisien jalur antara dua konstruksi. Konstruksi formatif adalah variabel eksogen dan ukuran relative adalah variabel endogen. Menurut Hair Jr et al., (2017) untuk menentukan terpenuhinya variabel validitas konvergen maka nilai *loading* pada indikator adalah > 0.70 dikatakan ideal. Menurut Solihin & Ratmono (2013) nilai syarat loading antara 0.4 – 0.7 harus tetap digunakan untuk validitas karena nilai loading > 0.7 sering tidak memenuhi syarat khususnya untuk kuesioner yang baru digunakan dan nilai loading < 0.4 harus dikeluarkan dalam model.

b. Validitas Diskriminan

Sebagai batas untuk memenuhi validitas diskriminan maka nilai AVE wajib lebih tinggi daripada korelasi antar konstruk atau nilai AVE wajib lebih tinggi daripada kuadrat korelasi antara konstruk lainnya.

c. Realibilitas

Untuk memenuhi syarat realibilitas, yaitu dengan parameter *corbach's alpha* dan *composite realibilty (CR)* dengan nilai > 0.70 untuk *confirmatory research* dan > 0.60 masih diterima untuk *exploratory research*.

2. Analisis *inner model*

Analisis inner model atau model struktural adalah model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten sebagai berikut:

a. R-Squared (R²)

Nilai pada R-square merupakan model untuk mengidentifikasi variabel endogen laten pada model yang ditemukan (Hair et al., 2013). Nilai yang ditunjukkan pada nilai R-square adalah nilai yang berada pada 0 dan 1, nilai tersebut memiliki indikator yang berupa 0.67 (kuat), 0.33 (sedang), dan 0.19 (lemah).

b. Predictive relevance (Q-square)

Q-square digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi sejauh mana *predictive relevance*. Q-square bertujuan untuk mengukur seberapa baik pengamatan yang dilakukan yang mempengaruhi model penelitian. Dalam uji menggunakan Q-square memiliki ketentuan, yaitu jika nilai Q square > 0 menunjukkan bahwa model penelitian tersebut mempunyai *predictive relevance* sebaliknya jika nilai pada Q square < 0 menunjukkan bahwa model penelitian tersebut tidak mempunyai *predictive relevance* (Hair Jr et al., 2017).

c. Goodness of fit

Goodness of fit dilakukan untuk menentukan tingkat kelayakan model secara menyeluruh. Menurut Solihin & Ratmono (2013) syarat untuk menentukan konsep yang memenuhi *goodness of fit*, yaitu nilai Kecil jika $\geq 0,1$, sedang $\geq 0,25$, besar $\geq 0,36$.

3. Pengujian hipotesis dan mediasi

Pengujian hipotesis dalam menggunakan pendekatan PLS-SEM karena kemampuannya untuk menguji beberapa variabel eksogen dan endogen secara simultan. Hipotesis diterima atau tidaknya dilihat berdasarkan tingkat signifikasinya dan syarat signifikansi tersebut dinilai dari p-value <0.05 maka hipotesis diterima sebaliknya p-value >0.05 maka hipotesis ditolak

Penelitian ini menggunakan variabel intervening atau mediasi, yaitu pengalaman usaha. Uji intervening atau mediasi dalam penelitian ini menggunakan *P-value* < 0.05 .