

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah inovasi produk, desain produk, kompetensi kewirausahaan dan keunggulan bersaing pada pemilik (*owner*) atau manajer UMKM *coffee shop* di Kecamatan Tawang.

3.1.1 UMKM Coffee Shop Di Kecamatan Tawang

Coffee shop merupakan suatu tempat (kedai) yang menyediakan beragam jenis olahan kopi sebagai produk utamanya, minuman *non-kopi*, kudapan kecil, makanan berat, dan juga menyuguhkan suasana yang nyaman. Berikut ini merupakan daftar UMKM *coffee shop* di Kecamatan Tawang sebanyak 30 *coffee shop*, diantaranya:

Tabel 3.1
Daftar Coffee Shop Di Kecamatan Tawang Tahun 2023

No	Nama Coffee Shop	Alamat
(1)	(2)	(3)
1	48 Street	Jl. Cikalang Girang No. 48, Tawang
2	Ancafe	Jl. Siliwangi No. 29, Tawang
3	Barcode Sei and Coffee	Jl. Mayor Utara No. 48, Tawang
4	Rumah Kopi Baretto	Jl. Galunggung No. 22, Tawang
5	7 Langit Coffee	Jl. Siliwangi, No. 97, Tawang
6	Roemah	Jl. R. Ikkir Wiradikarta No. 14, Tawang
7	Coffee Clinic	Jl. Rumah Sakit, No. 56-58, Tawang
8	Gainful Coffee	Jl. Siliwangi No. 42, Tawang
9	Fullhopper	Jl. Siliwangi No. 77, Tawang
10	Kopi Ara	Jl. Galunggung No. 83, Tawang
11	Kopi Siloka	Jl. Tarumanagara No. 83, Tawang

(1)	(2)	(3)
12	Somethink Coffee	Jl. Galunggung No. 81, Tawang
13	Tekun.id	Jl. Siliwangi No. 20A, Tawang
14	Chiller Café	Jl. Sutisna Senjaya, Tawang
15	Ninety3 Coffee	Jl. Sutisna Senjaya No. 135, Tawang
16	Aroma Kopi	Jl. RAA. Wiratanuningrat No. 15, Tawang
17	Notre Sociella	Jl. Cimulu No. 32, Tawang
18	Pasini Coffee	Jl. Tawang Sari No. 11, Tawang
19	The Gade Coffee & Gold	Jl. Otto Iskandardinata No. 8, Tawang
20	Kopi Cinlok	Jl. Dr. Sukardjo No. 30, Tawang
21	Today's To Go	Jl. Empangsari, Tawang
22	Veloce Coffee Garage	Jl. Tarumanagara No. 38A, Tawang
23	Dapur Kopi	Jl. Gn. Sari, Lengkongsari, Tawang
24	Kaede Coffee	Jl. Pancasila No. 63, Tawang
25	Joglo Cafe	Jl. Sutisna Senjaya, Tawang
26	Warkop NKRI	Jl. Siliwangi No. 88-A, Tawang
27	D'Sugar Coffee	Jl. BKR No. 19, Tawang
28	Kandang Kopi	Jl. Kolonel Abdullah Saleh No. 95, Tawang
29	Liam Coffee and Tea	Jl. Sindangjaya No. 62, Tawang
30	Palatri Coffee	Jl. Benda No. 4, Tawang

Sumber: Open Data Kota Tasikmalaya (Diolah Peneliti, 2025)

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan data terkait peristiwa masa lalu atau masa kini, termasuk keyakinan, karakteristik, perilaku, hubungan antar variabel, serta menguji hipotesis tertentu. Data dikumpulkan melalui teknik observasi, seperti wawancara atau kuesioner, yang tidak

terlalu mendalam. Hasil penelitian ini cenderung dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas (Sugiyono, 2018: 36).

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1. Variabel Bebas (*Independen*)**

Variabel bebas adalah variabel yang berperan sebagai pengaruh atau penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2018: 57).

Dalam penelitian ini, variabel bebas yang diteliti adalah Inovasi Produk (X_1) dan Desain Produk (X_2).

- 2. Variabel Mediasi (*Intervening*)**

Variabel mediasi berfungsi sebagai perantara yang berada di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2018: 58). Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan adalah Kompetensi Kewirausahaan (Z).

- 3. Variabel Terikat (*Dependen*)**

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018: 57). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dianalisis adalah Keunggulan Bersaing (Y).

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
				(1) (2) (3) (4) (5)
Inovasi Produk (X₁)	Inovasi produk adalah strategi untuk mendorong pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau produk yang telah dimodifikasi kepada segmen pasar yang ada saat ini	1. Perluasan Produk 2. Inovasi Teknis 3. Produk Baru	<ul style="list-style-type: none"> - Menawarkan variasi produk yang lebih luas dibandingkan pesaing - Sesuai dengan kebutuhan konsumen <ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan teknik mengolah kopi - Pembaharuan mesin kopi - Pembaharuan alat penunjang lainnya <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan mengembangkan menu dan layanan baru - Kemampuan memodifikasi menu yang sudah ada 	O R D I N A L
Desain Produk (X₂)	Desain produk merupakan tahap di mana gaya dan fungsi produk diformulasikan	1. Ciri-ciri 2. Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki ciri khas tersendiri <ul style="list-style-type: none"> - Sesuai dengan standar yang diterapkan 	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	dan menghasilkan produk yang menarik, mudah digunakan, aman, ekonomis, serta praktis dalam hal produksi dan distribusi	3. Mutu Kesesuaian 4. Daya Uji 5. Model	- Harga sesuai dengan kualitas - Populer di mata konsumen - Memiliki produk yang beragam	O R D I N
Kompetensi Kewirausahaan (Z)	Kompetensi kewirausahaan yaitu kemampuan kerja setiap individu yang mencangkup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan	1. Peluang 2. Mengelola Usaha 3. Strategi 4. Komunikasi 5. Komitmen	- Kompetensi dalam melihat peluang - Kompetensi dalam memanfaatkan peluang - Kompetensi dalam mengelola usaha - Kompetensi dalam menjalankan strategi - Kompetensi dalam membangun hubungan/relasi - Kompetensi membuat dan menjalankan komitmen	A L O R D I N A L

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Keunggulan Bersaing (Y)	Kemampuan UMKM <i>coffee shop</i> di Kecamatan Tawang dalam memformulasi-kan strategi untuk meraih keunggulan dalam persaingan bisnis di pasar yang kompetitif	1. Keunikan Produk 2. Harga/Nilai Produk 3. Reputasi Layanan 4. Pengalaman Konsumen	- Mempunyai ciri khas yang membedakan dari produk pesaing - Kualitas produk sebanding dengan harga - Nama baik - Reputasi pesaing - Kesan baik konsumen terhadap produk dan layanan	O R D I N A L

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah krusial dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Tanpa pemahaman tentang teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang diperlukan (Sugiyono, 2018: 223). Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket), yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini sangat efisien jika peneliti telah memahami variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2018: 219).

2. Wawancara, yaitu percakapan antara dua orang atau lebih, yang melibatkan narasumber dan pewawancara. Teknik ini digunakan ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, atau ketika peneliti ingin menggali informasi lebih mendalam dari responden dengan jumlah yang relatif sedikit (Sugiyono, 2018: 214).

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu:

1. Data Primer, merupakan informasi yang dikumpulkan langsung dari lapangan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pelaku UMKM *coffee shop* di Kecamatan Tawang. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan data terkait inovasi produk, desain produk, kualitas produk, dan kompetensi kewirausahaan.
2. Data Sekunder. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain dan telah digunakan untuk kepentingan tertentu. Data ini merupakan data yang sudah tersedia dan diolah kembali untuk keperluan penelitian. Jenis data ini meliputi informasi sejarah dan kondisi perusahaan, literatur, artikel, serta karya ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Dalam menentukan populasi, diperlukan sejumlah individu yang akan diberikan kuesioner berisi pertanyaan berdasarkan indikator variabel yang diteliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 130). Populasi bukan sekadar jumlah objek

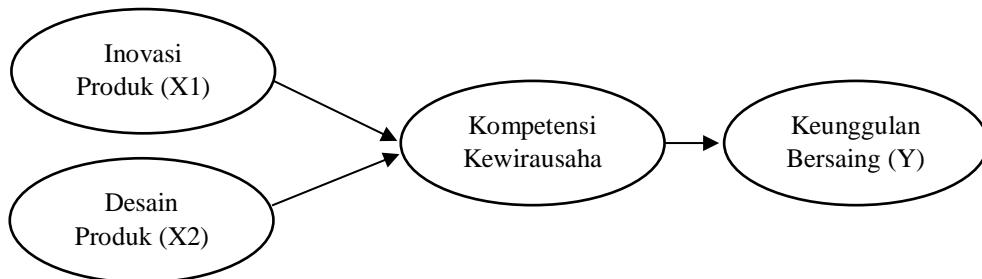
atau subjek yang diteliti, melainkan juga mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah UMKM *coffee shop* di Kecamatan Tawang. Ukuran populasi ini ditentukan berdasarkan seluruh pelaku UMKM *coffee shop* di Kecamatan Tawang yang berjumlah 30 orang pemilik (*owner*) atau manajer *coffee shop* (Open Data Kota Tasikmalaya, 2024).

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mencerminkan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus atau sampel jenuh. Metode ini melibatkan seluruh anggota populasi sebagai sampel (Sugiyono, 2018: 140). Selain itu, ukuran sampel dalam PLS-SEM tidak memerlukan jumlah yang besar, dengan rekomendasi minimal antara 30 hingga 100 kasus (Ghozali & Latan, 2015). Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang pemilik (*owner*) atau manajer UMKM *coffee shop* di Kecamatan Tawang.

3.3 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah inovasi produk, desain produk, kompetensi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing. Berikut gambaran dari model penelitiannya.



Gambar 3.1 Model Penelitian

3.4 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2018: 206). Untuk menganalisis dan menghitung data variabel inovasi produk, desain produk, kompetensi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing, terdapat dua jenis analisis yang diterapkan.

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang bersifat umum atau digeneralisasikan. Analisis ini dapat menggunakan berbagai alat seperti tabel, grafik, diagram, perhitungan, serta nilai statistik seperti modus, median, dan mean (Sugiyono, 2018: 206). Untuk mengukur hasil pembobotan data dari jawaban responden, digunakan skala *likert* dalam merancang instrumen berupa pernyataan tertutup berskala normal. Berikut adalah ketentuan-ketentuan yang dimaksud.

- Untuk menyatakan skala positif yang digunakan adalah 5-4-3-2-1.

Tabel 3.3
Nilai, Notasi, dan Predikat (Positif)

Nilai	Notasi	Predikat
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	RG	Ragu-ragu
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sugiyono (2018: 147-148)

- Untuk menyatakan skala negatif yang digunakan adalah 1-2-3-4-5.

Tabel 3.4
Nilai, Notasi, dan Predikat (Negatif)

Nilai	Notasi	Predikat
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	RG	Ragu-ragu
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono (2018: 147-148)

Untuk melakukan perhitungan hasil kuesioner tersebut dapat digunakan rumus berikut dengan persentase dan penilaian:

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

X = Jumlah persentase jawaban

F = Jumlah jawaban/frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel dari hasil perhitungan yang dilakukan, maka dapat ditentukan interval dengan rumus berikut.

$$NIJ = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

3.4.2 Analisis *Partial Least Square* (PLS-SEM)

Data penelitian yang telah dikumpulkan melalui kuesioner kemudian ditabulasi dan dianalisis menggunakan model *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). PLS-SEM adalah metode yang kuat dan sering disebut sebagai *soft modeling* karena tidak memerlukan asumsi-asumsi yang biasanya diterapkan dalam regresi OLS (*Ordinary Least Square*), seperti distribusi data yang harus normal dalam pengaturan multivariat atau tidak adanya masalah multikolinearitas antar variabel independen (Ghozali & Latan, 2015: 5). PLS-SEM pada dasarnya digunakan untuk menguji teori yang belum kuat atau data yang memiliki keterbatasan, seperti jumlah sampel yang kecil atau masalah normalitas data. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua *sub-model*, yaitu model pengukuran (*measurement model*) yang dikenal sebagai *outer model*, dan model struktural (*structural model*) yang disebut *inner model*. Salah satu *software* yang digunakan untuk menganalisis PLS-SEM adalah SmartPLS versi 3.2.9.

Berikut adalah tahapan-tahapan dalam melakukan analisis PLS-SEM:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Terdapat dua jenis pengujian, yaitu uji validitas dan reliabilitas, yang digunakan untuk mengevaluasi hasil pengukuran atau *outer model*. Berikut penjelasannya:

a. Uji Validitas

Uji efektivitas digunakan untuk menilai validitas suatu survei. Sebuah survei dianggap valid jika pernyataan-pernyataan yang ada dapat mencerminkan apa yang ingin diukur. Uji validitas diterapkan pada setiap item pernyataan untuk masing-masing variabel. Beberapa tahapan dalam pengujian ini meliputi uji validitas, seperti *Convergent Validity*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *Discriminant Validity*.

1) Validitas Konvergen

Berkaitan dengan prinsip bahwa pengukuran dari setiap konstruk (variabel nyata) harus menunjukkan korelasi yang tinggi. Uji validitas konvergen dapat dilihat dari *loading factor* yang seharusnya lebih dari 0,7. Untuk menilai validitas yang baik, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* juga harus lebih besar dari 0,5 (Ghozali & Latan, 2015: 74).

2) Validitas Diskriminan

Berkaitan dengan prinsip bahwa ukuran (variabel rit) dari konstruk yang berbeda tidak boleh memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain. Untuk menguji validitas diskriminan, perlu diperiksa *cross loading* setiap variabel

yang harus lebih besar dari 0,70 (Ghozali & Latan, 2015: 74). Metode lain untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model.

b. Uji Reliabilitas

Untuk memastikan keakuratan, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk, dilakukan uji reliabilitas. Ada dua metode yang umum digunakan untuk mengukur keandalan, yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Namun, *Composite Reliability* lebih disarankan karena *Cronbach's Alpha* cenderung menghasilkan nilai yang lebih rendah (*underestimate*) ketika digunakan untuk menguji reliabilitas konstruk. Aturan praktis yang diterapkan untuk mengevaluasi reliabilitas adalah nilai yang diperoleh harus lebih tinggi dari 0,70 (Ghozali & Latan, 2015: 75).

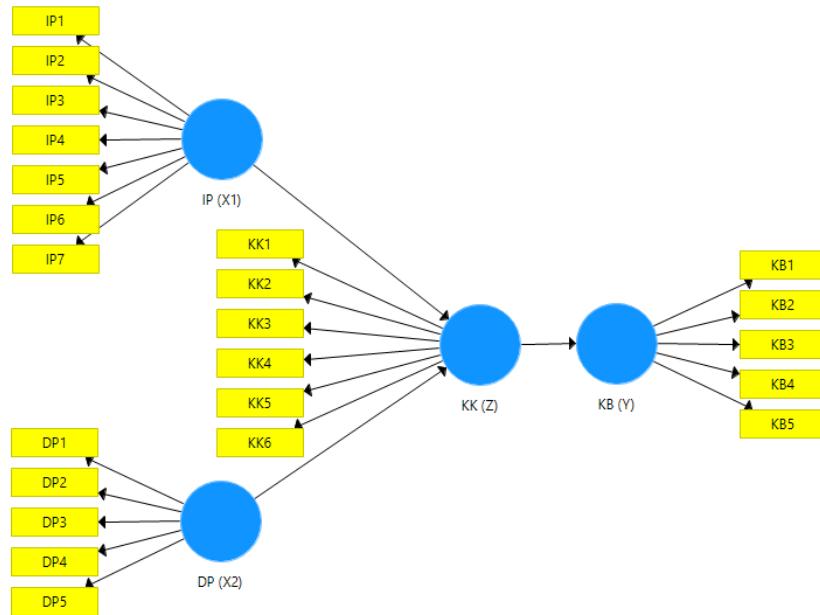
Tabel 3.5

Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Pengukuran

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
Validitas Konvergen	<i>Loading Factor</i>	> 0,70
	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	> 0,50
Validitas Diskriminan	<i>Cross Loading</i>	> 0,70
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0,70
	<i>Composite Reliability</i>	> 0,70

Sumber: Ghozali & Latan (2015: 76-77)

Model pengukuran atau *outer model* dapat digambarkan melalui contoh model pengukuran yang dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut:



Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Gambar 3.2 Outer Model PLS

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Tahap berikutnya adalah pengujian model struktural atau *inner model*, yang terdiri dari beberapa komponen untuk menilai tingkat hubungan antar variabel. Evaluasi pada tahap ini dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi (*R-Square*) dan uji hipotesis (*Path Coefficient*).

a. *R-Square* (R^2)

Kekuatan prediksi model struktural dinilai dengan menghitung nilai *R-Square* untuk setiap variabel laten *dependen* menggunakan PLS. Perubahan nilai *R-Square* menunjukkan sejauh mana faktor laten *independen* memengaruhi

variabel laten dependen. Model dengan *R-Square* 0,75 dianggap kuat, 0,50 dianggap sedang, dan 0,25 dianggap lemah (Ghozali & Latan, 2015: 78).

b. *F-Square* (F^2)

Uji *F-Square* dilakukan untuk menilai kebaikan model. Nilai *F-Square* sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 menunjukkan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh kecil, menengah, dan besar pada tingkat structural (Ghozali & Latan, 2015: 78).

c. *Q² Predictive Relevance*

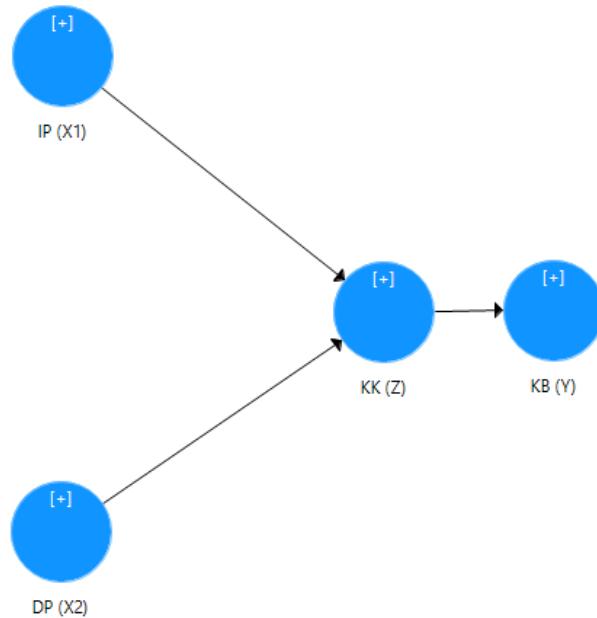
Evaluasi model *Partial Least Squares* (PLS) juga melibatkan *Q² predictive relevance* atau *predictive sample reuse*. Teknik ini menggabungkan *cross validation* dan *function fitting* dengan prediksi dari variabel yang diamati dan estimasi parameter konstruk. Jika $Q^2 > 0$, model dianggap memiliki *predictive relevance*, sedangkan jika $Q^2 < 0$, model dianggap kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali & Latan, 2015: 79).

d. Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian melalui teknik *bootstrapping*, yaitu uji pengaruh langsung (*direct effect*). Pengujian ini dilakukan dengan mengevaluasi signifikansi setiap konstruk melalui tabel *Path Coefficient*. Dalam pemodelan PLS-SEM, koefisien jalur digunakan untuk menilai arah dan kekuatan hubungan antar variabel. Nilai koefisien jalur menunjukkan sejauh mana variasi dalam variabel *independen* dapat memengaruhi variasi dalam variabel *dependen*. Uji pengaruh langsung (*direct effect*) dalam SmartPLS digunakan untuk

mengukur hubungan langsung antara variabel *independen* (eksogen) dan variabel *dependen* (endogen) tanpa melibatkan variabel perantara atau moderator. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (*path coefficient*) pada hasil *output*, yang menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antar variabel. Nilai ini disertai dengan signifikansi statistik, biasanya melalui uji-t (1,96) atau *p-value* (0), untuk menentukan apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak. *Direct effect* menjadi dasar untuk memahami sejauh mana variabel *independen* dapat secara langsung memengaruhi variabel *dependen* dalam model yang dibangun.

Model struktural atau *inner model* dapat digambarkan melalui contoh model pengukuran yang dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Gambar 3.3 Inner Model PLS

3. Uji Kelayakan (*Goodness of Fit*)

Uji kelayakan atau *goodness of fit* digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural, sekaligus memberikan ukuran sederhana untuk menilai keseluruhan prediksi model. Uji kelayakan ini dapat dilihat melalui nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) untuk menentukan apakah model termasuk dalam kategori model fit. Kriteria uji kelayakan memiliki nilai *Goodness of Fit* (GoF) yang berkisar antara 0 hingga 1, dengan interpretasi sebagai berikut: 0,1 menunjukkan GoF kecil, 0,25 menunjukkan GoF sedang, dan 0,36 menunjukkan GoF besar (Ghozali & Latan, 2015: 83).