BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metodologi yang berlandaskan filsafat positivis, yang dicirikan sebagai pendekatan ilmiah yang berpegang pada prinsip-prinsip empiris, objektif, terukur, logis, dan sistematis. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk secara objektif menguji hubungan dan dampak antar faktor dengan mengukur data secara langsung dari responden menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada pelaku usaha cengkeh di Desa Gebugan.

1.2 Lokasi Dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Gebugan, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang. Lokasi ini sengaja dipilih karena Desa Gebugan terkenal sebagai pusat produksi cengkeh, memiliki potensi besar namun menghadapi kendala pemasaran yang cukup besar. Periode penelitian berlangsung dari November 2025 hingga Januari 2026, termasuk fase perencanaan, pengumpulan data, pengolahan data, dan pembuatan laporan.

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan ke				
		Nov'	Des'	Jan'	Feb'	Mar'
1.	Penyusunan proposal					
2.	Review proposal					
3.	Pengumpulan Data					
4.	Analisis Data					
5.	Ujian Sidang Skripsi					
6.	Revisi					
7.	Penggandaan Laporan					

1.3 Populasi Dan Sampel

1.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), Populasi mengacu pada keseluruhan objek yang memiliki kualitas yang sama, sedangkan secara lebih luas, populasi mencakup area generalisasi subjek yang didefinisikan oleh kuantitas dan fitur spesifik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dari mana kesimpulan dapat ditarik. Studi ini mencakup seluruh populasi pelaku usaha cengkeh di Desa Gebugan, baik petani cengkeh maupun pelaku usaha yang terlihat langsung dalam aktivitas pemasaran cengkeh.

1.3.2 Sampel

Sugiyono (2019), Sampel merupakan segmen dari populasi dan atributnya. Sampel penelitian dibentuk dengan prosedur pengambilan sampel jenuh (sensus), di mana semua anggota populasi dipilih sebagai responden. Teknik ini dipilih karena ukuran populasi yang relatif kecil, yang sepenuhnya dapat diakses oleh peneliti. Ukuran sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow adalah teknik umum yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel ketika populasi tidak terbatas atau jumlah pastinya tidak dapat ditentukan.

Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut :

$$n=\frac{Z2 \times P\ (\ 1 - P\ )}{d2}$$

Keterangan

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% 0.5

d = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Peneliti akan menghitung ukuran sampel dengan pengusaha cengkeh di Desa Gebugan menjadi responden penelitian. Penentuan jumlah sampel minimun berdasarkan pada tingkat kepercayaan 90% dengan nilai Z=1.96 *margin of error* sebesar 10% atau 0.10 dan nilai proposal yang diperkirakan sebesar 0.5 karena tidak ada informasi sebelumnya mengenai estimasi maksimal, maka dapat dihitung:

$$n=\frac{Z2 \times P\ (\ 1 - P\ )}{d2}$$

$$n=\frac{1.96 \times 0.5\ (\ 1 - 0.5\ )}{0.01}$$

$$n=\frac{3.8416 \times 0.25}{0.01} = 96.04$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04, yang dibulatkan menjadi 97 individu. Penelitian ini akan mengambil sampel sebanyak 97 responden. Setelah menentukan ukuran sampel dengan rumus Lameshow, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probabilitas*. Metode ini menggunakan pengambilan sampel bertujuan *(purposive sampling)*, yaitu memilih

sampel dari sumber data berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu, dengan kriteria:

1) Pelaku usaha cengkeh aktif.
2) Telah menjalankan usaha minimal 2 tahun.
3) Terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran cengkeh.
4) Berdomisili di Desa Gebugan.

1.4 Sumber Data

1.4.1 Data Primer

Data utama penelitian ini diperoleh dari survei dan sumber yang dikumpulkan dari responden, yang memberikan jawaban atas pernyataan melalui kuesioner, wawancara terbatas, dan observasi.

1.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber aslinya. Data sekunder didapat dari literatur, jurnal ilmiah, laporan instansi terkait, data pemerintahan desa, serta dokumen lain yang relevan. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelengkap penelitian. Penelitian ini data sekunder berasal dari internet, hasil observasi, buku referensi, dan jurnal ilmiah yang relevan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan, objektif, serta dapat dijadikan dasar dalam proses analisis, diperlukan penggunaan metode pengumpulan data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti.

3.5.1 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemeriksaan langsung terhadap subjek penelitian ’Ainii (2024). Penekanan studi dalam teknik observasi adalah pada pengamatan langsung terhadap peristiwa atau kejadian..

3.5.2 Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan yang dirancang khusus untuk menilai variabel penelitian Ardiansyah, Risnita (2023). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data, yaitu dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada para pengusaha cengkeh di Desa Gebugan.

1.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Definisi Para Ahli	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Orientasi Kewirausahaan (X1)	Menurut Hawa (2021), orientasi kewirausahaan merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam dunia bisnis karena dapat mempengaruhi kinerja dan keberhasilan suatu perusahaan. Orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan cara yang efektif dan efisien Rianto et al. 2024).	Orientasi kewirausahaan adalah sikap atau cara pandang seseorang atau perusahaan yang fokus pada inovasi, proaktif, dan berani mengambil risiko untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis demi mencapai kesuksesan dan	1. Sikap inovatif 2. Berani mengambil risiko 3. Proaktif

No	Nama Variabel	Definisi Para Ahli	Definisi Operasional Variabel	Indikator
			keunggulan kompetitif	
2	Efisiensi Pemasaran **(X2)**	Efisiensi pemasaran merupakan kemampuan saluran pemasaran dalam menekan biaya, meminimalkan margin yang tidak produktif, serta meningkatkan bagian harga yang diterima produsen Mia Arba'in (2023)	Efisiensi pemasaran adalah kondisi di mana aliran produk dari produsen ke konsumen berjalan lancar dengan biaya minimal, pembagian keuntungan yang adil, serta informasi harga yang transparan bagi semua pihak	1. Margin Pemasaran 2. *Farmer's Share* 3. Rasio Keuntungan dan Biaya
3	Keunggulan Bersaing (X3)	Menurut Porter (2020), keunggulan bersaing terjadi ketika sebuah perusahaan dapat memberikan nilai yang lebih besar kepada konsumen daripada pesaingnya	Keunggulan bersaing adalah keunikan atau keunggulan suatu perusahaan (produk/jasa) yang membuatnya lebih menarik dan unggul dari pesaing di mata pelanggan	1. Kualitas produk unggul 2. Harga kompetitif 3. Akses pasar lebih luas
4	Kinerja Pemasaran (Y)	Zuliasanti, dkk (2020) mengemukakan bahwa kinerja pemasaran merupakan perhitungan prestasi dari keseluruhan kegiatan dalam proses pemasaran sebagai wujud dari keberhasilan usaha menghadapi persaingan bisnis di tengah pertumbuhan yang kian meningkat	Kinerja pemasaran adalah ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam mencapai tujuannya	1. Volume penjualan 2. Pertumbuhan pelanggan 3. Kemampulabaan

Sumber: dikembangkan dari penelitian terdahulu, 2025

1.7 Metode Analisis Data

Pendekatan analisis data adalah fase yang digunakan untuk memproses dan mengevaluasi data yang dikumpulkan dari responden untuk menjawab permasalahan penelitian dan menguji hipotesis penelitian. Data yang dikumpulkan dari kuesioner diproses dan dievaluasi menggunakan metodologi statistik dengan bantuan perangkat lunak Smart-PLS. Smart-PLS memungkinkan analisis data dengan menghasilkan wawasan yang dapat memandu pengambilan keputusan dan menarik kesimpulan dalam kerangka studi.

Partial least square (PLS) adalah metodologi yang digunakan untuk memprediksi korelasi antar konstruk, memvalidasi teori, dan menjelaskan hubungan antar variabel laten. Dalam konteks penelitian, Smart-PLS memungkinkan peneliti untuk melakukan pemodelan jalur kuadrat terkecil parsial dan menilai dampak variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel mediasi Iba (2021).

1. Uji Statistik Deskriptif

   Statistik deskriptif digunakan untuk mengevaluasi data dengan menggambarkan atau merepresentasikan informasi yang diperoleh tanpa tujuan membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan untuk menilai kekuatan hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, memfasilitasi prediksi melalui analisis regresi, dan melakukan perbandingan dengan mengevaluasi rata-rata sampel atau populasi.

2. Uji Model pengukuran atau *Outer Model*

Pengujian model pengukuran *(outer model)* mengevaluasi hubungan antara konstruk laten dan indikator terkaitnya. Pengujian model luar bertujuan untuk memverifikasi bahwa setiap indikator dapat mengukur konstruk yang sedang diperiksa dengan benar dan andal. Dalam penelitian ini, pengujian model pengukuran meliputi *convergent validity, discriminant validity, dan reliability*.

a. *Convergent Validity*.

Convergent validity menilai validitas indikator reflektif sebagai ukuran variabel, sebagaimana dibuktikan oleh outer loading dari setiap indikator variabel. Suatu indikator menunjukkan reliabilitas yang kuat ketika nilai outer loading-nya melebihi 0,70 Anita Ermawati (2018). Sedangkan nilai outer loading masih dapat ditolerir hingga 0,60 dapat didrop dari analisis Anita Ermawati (2018).

b. *Discriminant Validity*.

Discriminant validity melibatkan perbandingan akar kuadrat dari rata-rata varians yang diperoleh untuk setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lain dalam model. Jika akar kuadrat dari rata-rata varians yang diperoleh untuk suatu konstruk melebihi korelasinya dengan semua konstruk lain, maka konstruk tersebut dianggap memiliki validitas diskriminan yang sangat baik. Untuk mengevaluasi validitas diskriminan suatu model pengukuran, periksa nilai cross-loading. Hasil pengukuran AVE idealnya harus melebihi 0,50 (Anita Ermawati, 2018).

c. *Reliability*.

Pengukuran reliabilitas dilakukan melalui penilaian *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan reliable jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach* alpha di atas 0,07.

3. Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model adalah model struktural yang menggambarkan hubungan kausal antar variabel laten dalam model penelitian.

a. *R-Square*.

R-Square digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen pada model struktural (*inner model*). Rentang nilai *R-Square* 0,50-0,75 menunjukkan hubungan yang moderate dan kuat.

b. *F-Square*.

Uji ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam model struktural.

c. *Estimate For path Coefficients*.

Uji ini merupakan nilai estimasi yang menunjukkan arah dan kekuatan hubungan kausal antar variabel laten dalam *inner model.*

1.8 Uji Hipotesis

Penelitian ini melakukan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung (parsial maupun simultan) dari variabel

independen terhadap variabel dependen. Signifikansi hubungan antar variabel diuji dengan metode *bootstrapping*