

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pengelolaan memiliki pengaruh yang sangat besar bagi kelangsungan hidup Negara Indonesia. Buktinya sektor ini berhasil menjadi Industri Terkuat Nomor satu pada Produk Domestik Bruto tahun 2024 sebagai Industri yang memiliki Proporsi 18,67% dari PDB. Produk Domestik Bruto, merupakan perhitungan yang mengukur nilai pasar atas barang dan jasa yang diproduksi suatu negara dalam periode tertentu. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia pada Triwulan 4 – Tahun 2024. Lapangan usaha dengan kontribusi terbesar terhadap ekonomi, yakni Industri Pengolahan, Pada Triwulan 4 tersebut, Industri Pengolahan menjadi sumber pertumbuhan tertinggi, yakni sebesar 0,85%. Disisi lain Konsumsi Rumah Tangga juga menjadi sumber pertumbuhan tertinggi, yakni sebesar 2,55%. Pengeluaran konsumsi rumah tangga adalah pengeluaran atas barang dan jasa oleh rumah tangga residen untuk tujuan konsumsi akhir.

Industri yang bergerak pada sektor pengelolaan makanan dan konsumsi rumah tangga adalah industri air minum isi ulang. Menurut Kementrian Perindustrian, Air Minum Isi Ulang termasuk ke dalam sektor pengolahan makanan dan minuman. Sedangkan ditinjau dari segi konsumsi, Air minum isi ulang termasuk kedalam keperluan konsumsi Rumah Tangga. Hal ini menyebabkan jenis industri ini terletak pada dua sektor yang paling subur pendapatannya di Indonesia. Dengan meningkatnya kebutuhan akan akses terhadap air minum bersih, sistem air isi ulang menjadi semakin populer. Kebutuhan akan air minum bersih menyebabkan tingginya permintaan masyarakat terhadap air minum praktis yang siap konsumsi



Akses terhadap air minum yang aman merupakan kebutuhan penting bagi manusia. Di negara-negara berpenghasilan tinggi, banyak rumah tangga menggunakan air kemasan sebagai sumber utama air minum mereka. Meskipun rumah tangga ini juga memiliki akses terhadap air pipa dengan kualitas yang baik, mereka lebih memilih menggunakan air kemasan karena mereka yakin air tersebut lebih sehat atau mereka mengasosiasikan penggunaannya dengan selera yang baik dan gaya hidup modern. Di negara-negara berpendapatan rendah dan menengah, tren penggunaan air kemasan juga dapat diamati. Namun, di sini tren ini lebih bermasalah karena tersedia berbagai jenis air kemasan dengan kualitas berbeda-beda. Air minum kemasan bermerek di negara berkembang biasanya memiliki kualitas yang sama dibandingkan dengan air minum kemasan yang dijual di negara-negara maju. (Komarulzaman et al., 2017)..

Sedangkan Air kemasan isi ulang lokal disediakan oleh perusahaan isi ulang. Harganya jauh lebih rendah dibandingkan air minum kemasan bermerek, namun sering kali kualitasnya lebih rendah, karena perusahaan pengisian ulang tidak diperiksa dengan baik oleh pihak berwenang setempat. Tren penggunaan air kemasan yang disebutkan sebelumnya terutama didorong oleh meningkatnya permintaan akan air kemasan isi ulang. (Komarulzaman et al., 2017). Perbandingan harganya sangat kentara sekali, Air Minum isi ulang milik Lokal, jauh sekali lebih mudah dibandingkan dengan Air Minum isi ulang bermerek. bandingkan harga 1 galon air minum isi ulang dari Perusahaan Lokal dengan harga air minum isi ulang bermerek. 1 Galon air minum isi ulang milik Lokal hanya dihargai dengan kisaran 6.000 - 8.000 Rupiah pergalon. Sedangkan air galon bermerek seperti Aqua dihargai 23.000 Rupiah pergalon. Satu galon air minum isi ulang, berisi 19 liter air isi ulang.



Perbedaan harga yang sangat besar ini menyebabkan perusahaan air minum isi ulang milik lokal mengalami peningkatan permintaan. Selain dari itu, menurut Rana (2022) Alasan mengapa rumah tangga lebih menyukai air minum isi ulang

diantaranya, Air minum isi ulang termasuk kedalam Ekonomi Sirkular, dimana beralih ke penggunaan energi terbarukan, menghilangkan penggunaan bahan kimia beracun, yang mengganggu penggunaan kembali, dan bertujuan untuk menghilangkan limbah. Air minum isi ulang juga termasuk ke dalam pola kebiasaan Rendah Sampah: Masyarakat juga berpikir bahwa air minum isi ulang ini lebih bersih dan terpercaya, dikarenakan setiap perusahaan yang beroperasi harus dengan izin kesehatan dari Departemen Kesehatan di Pinrang. Selain itu harganya Murah, dan juga mendapatkan layanan pesan antar. Tak salah jika usaha air minum isi ulang milik lokal menjadi subur.

Shifting gaya hidup masyarakat ini dibenarkan oleh data yang ada, berdasarkan data yang di publikasi oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, Presentase rumah tangga menurut sumber air minum pada tahun 2022-2023, Sumber air minum terbanyak berasal dari Air dalam kemasan (termasuk isi ulang) yang itu sebesar 61,63%. Posisi kedua berada pada Air Pompa (Sumur Bor) dengan jumlah sebanyak 22,85%. Sumber air lainnya adalah Mata Air terlindung sebesar 7,18%. Menurut Data Susenas pada tahun 2016, daerah perkotaan cenderung lebih menggunakan sumber air bersih, seperti air kemasan dan isi ulang yaitu sebanyak 81,47%. Sedangkan sumber air minum layak seperti air leding, sumur bor, dan air hujan hanya sebesar 36,33%. Sementara itu di daerah pedesaan jumlah rumah tangga yang menggunakan sumber air minum bersih seperti kemasan dan isi ulang jauh lebih sedikit dibandingkan perkotaan, yaitu hanya sebesar 59,2%. Sedangkan, rumah tangga di pedesaan yang menggunakan air minum layak seperti sumur bor, air leding, dan sumur terlindungi jauh lebih banyak ketimbang daerah perkotaan yaitu sebesar 47,41%. Pada daerah perkotaan masyarakat memang lebih cenderung untuk menggunakan air minum kemasan atau air minum isi ulang.



Penelitian ini akan di lakukan di Kabupaten Pinrang, dengan menjadikan industri air minum isi ulang pada kabupaten tersebut sebagai responden penelitian. Di Kabupaten Pinrang sendiri menurut Dinas Kesehatan Perindustrian

Kabupaten Pinrang, terdapat 215 Industri Air Minum Isi ulang di Kabupaten Pinrang yang memiliki izin kesehatan untuk beroperasi. Peneliti telah melakukan survey awal pada 5 dari 32 Industri air minum isi ulang tersebut. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Ke lima industri tersebut menyatakan bahwa sumber air yang digunakan dalam air minum isi ulang berasal dari air tanah (*Sumur bor*) dengan kedalaman 30-40 meter. Semakin dalam pipa sumur bor maka akan memungkinkan untuk mendapatkan air minum yang jauh lebih berkualitas. Air mentah (yaitu air tanah atau mata air) diolah di lokasi menggunakan ultrafiltrasi atau membran osmosis balik bersama dengan desinfeksi ultraviolet (UV). Asalkan proses pengolahan dilakukan dengan benar, segala kontaminasi biologis dan kimia pada air baku dapat dihilangkan. Harga air olahan sekitar 6.000 Rupiah per botol 19 liter. Harga ini jauh lebih rendah dibandingkan harga air kemasan bermerek, namun jauh lebih tinggi dibandingkan harga air pipa. (Sima & Elimelech, 2013)

Murahnya air minum isi ulang, akan menyebabkan pergantian gaya hidup masyarakat soal kebutuhan air minum. Terjadilah pergantian gaya hidup dimana masyarakat lebih suka mengkonsumsi air minum isi ulang ketimbang menggunakan air pipa yang dimasak sendiri di rumah. Dari segi rasa dan kualitas pun, air galon jauh lebih baik dibandingkan dengan air masak. Suburnya permintaan menyebabkan banyaknya bermunculan Air minum isi ulang pada beberapa tahun terakhir. Sehingga memunculkan persaingan yang cukup sengit diantara sesama pelaku industri.

Kualitas dan rasa air minum juga sangat mempengaruhi industri ini. Konsumen air minum isi ulang sangat sensitif dengan rasa air yang akan mereka konsumsi. Kesulitan yang dialami oleh perusahaan air minum isi ulang adalah bagaimana caranya agar air mereka tidak mengalami perubahan rasa. Maka untuk mempertahankan semua hal tersebut, diperlukan perawatan rutin terhadap komponen penyulingan air dan menjaga sumber air bersih agar tidak terkontaminasi dengan zat lain.

Dari survey awal tersebut, para pemilik industri air minum isi ulang ini juga menyebutkan bahwa variabel yang mengganggu bisnis mereka adalah Kenaikan



Harga Listrik dan BBM. Hal ini berhubungan dengan Perusahaan yang menarik air tanah dengan menggunakan pompa air sumur tenaga listrik. Sehingga kenaikan Harga Listrik akan menyebabkan tagihan Listrik mereka membengkak. Sedangkan kenaikan harga BBM akan mempengaruhi layanan pesan antar yang oleh Perusahaan air minum isi ulang. Jika harga BBM meningkat maka biaya transportasi untuk pengantaran air galon pun jadi meningkat.

Untuk mencari solusi atas permasalahan Industri tersebut, maka perlu dipahami konsep *competitive advantage* (Keunggulan Bersaing). Untuk menghadapi persaingan maka harus dilandasi dengan paham *competitive advantage*, *competitive advantage* adalah dimana pelanggan merasakan kelebihan dari produk yang kita hasilkan agar pelanggan mampu memilih produk ini atas persaingan manapun. Indikator dari *competitive advantage* adalah harga, kualitas, pengiriman, *Dependability* atau kemampuan sebuah industri dalam memenuhi produk yang diharapkan sesuai dengan keinginan konsumen, dan yang terakhir *time to market* yaitu kemampuan industri untuk mengenalkan produk lebih cepat ketimbang pesaingnya.

Untuk meraih *competitive advantage* maka diperlukan strategi bisnis. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah Strategi Porter. Strategi Generik Porter merupakan strategi yang umumnya digunakan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya untuk mencapai dan mempertahankan kelebihannya. Strategi ini ditemukan pertama kali oleh Michael Porter, dimana strategi ini berfokus pada tiga strategi utama yaitu; *Cost leadership strategy*, *differentiation strategy*, dan *focus strategy*. (Dombrowski et al., 2018)

Cost leadership strategy adalah strategi untuk menjadi produsen dengan harga rendah dalam industri tertentu dengan tingkat kualitas tertentu. Perusahaan akan menjual barangnya pada harga normal untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dari kompetitornya, bahkan perusahaan akan menjual barangnya di bawah yang ditawarkan oleh kompetitornya pada industri yang sejenis dengannya mendapatkan Market Share. *Differentiation Strategy* merupakan strategi menggunakan suatu produk ataupun jasa yang unik dan menarik bagi



pelanggan, selain itu juga pelanggan menganggap bahwa produk atau jasa ini lebih baik dibandingkan produk-produk lain yang menjadi kompetitor. *Focus Strategy* adalah Strategi ini hanya berpusat pada 1 segmen tertentu di pasar dan dalam segmen tersebut perusahaan berusaha untuk mencapai keunggulan baik dalam hal biaya ataupun dalam hal diferensiasi. Strategi ini mempunyai ide bahwa kebutuhan dari kelompok akan dapat lebih tercapai dan mendapatkan layanan yang lebih baik dengan hanya berfokus pada kelompok tersebut. Perusahaan yang menggunakan strategi fokus ini umumnya merasakan tingkat kesetiaan yang tinggi dari pelanggannya dan kesetiaan ini membuat perusahaan lain ragu untuk berkompetisi secara langsung. (Julita Sari & Nurmala, 2016).

Karena industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang mayoritas merupakan usaha kecil dan menengah (UKM), sehingga strategi yang paling realistis dan banyak diterapkan adalah *cost leadership* untuk bersaing dalam harga, bukan diferensiasi atau fokus yang lebih mahal untuk dijalankan, dikarenakan untuk strategi diferensiasi atau fokus biasanya dijalankan oleh Industri yang sudah memiliki modal teknologi besar dan pangsa pasar tertentu. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ali & Anwar (2021) *porter strategy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *competitive advantage* pada 210 unit bank swasta di kota Erbil, hal ini dikarenakan tiga dimensi strategi porter memberikan support yang besar terhadap persaingan diantara bank swasta dalam mencari nasabah.

Berdasarkan data dan fakta yang lapangan menyebutkan bahwa industri air minum isi ulang bersifat tinggi permintaan, dan tinggi tingkat persaingan. Air Minum isi ulang adalah sektor yang tidak akan ada habisnya sebab bergerak pada kebutuhan dasar rumah tangga. Maka akan banyak peluang bagi tiap orang untuk terjun dalam bidang ini. Oleh sebab itu perlu dianalisis mengenai keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh produk.

Keunggulan kompetitif adalah posisi menguntungkan yang diupayakan agar lebih menguntungkan dibandingkan pesaingnya. Untuk dapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, suatu organisasi harus tampilkan nilai komparatif atau diferensial yang lebih besar dibandingkan



pesaingnya dan menyampaikan informasi tersebut ke pasar sasaran yang diinginkan. (Ali & Anwar, 2021c)

Posisi kompetitif perusahaan bergantung pada lima kekuatan utama; hambatan masuk, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ancaman produk substitusi, dan intensitas persaingan internal. Rencana strategis suatu bisnis bertujuan untuk menemukan posisi yang membantu dalam mempertahankan perusahaan melawan kekuatan-kekuatan ini. Namun, perusahaan harus siap mencapai keunggulan kompetitif dengan membentuk pertahanan terhadap kekuatan kompetitif tersebut. Perusahaan dapat memilih salah satu dari tiga strategi umum untuk mencapai keunggulan kompetitif (yaitu, kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan strategi fokus). (Alnoor et al., 2022)

Untuk meningkatkan strategi bersaing para pengusaha perlu menerapkan strategi bersaing dengan menggunakan analisis lima kekuatan Porter, yaitu strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui posisi perusahaan dan menentukan strategi yang tepat yaitu pesaing industri, pendatang baru yang potensial, ancaman pengganti, produk, ancaman kekuasaan. Daya tawar pembeli semakin besar, dan ancaman daya tawar pemasok semakin kuat. Oleh karena itu, untuk bertahan dan mengembangkan usahanya, suatu perusahaan atau industri bergantung pada lima kekuatan tersebut. (Citra Birru et al., 2022)

Selain dari itu, Strategi operasional industri juga dapat digunakan sebagai jawaban untuk menyelesaikan permasalahan. Strategi operasional adalah penghasil keputusan yang menentukan bagaimana sebuah Industri akan berjalan. Strategi operasional adalah fungsi operasional yang menentukan arah dalam pengambilan sebuah keputusan yang terintegrasikan bersama strategi bisnis. Strategi Operasional menciptakan pola-pola pengambilan sebuah keputusan operasional secara konsisten. Strategi operasional merupakan metode taktis sebuah bisnis menialankan lini usahanya demi mencapai tujuan. Dengan mengembangkan strategi tersebut, perusahaan dapat memeriksa dan menerapkan sistem yang efisien dan efektif untuk pengelolaan sumber daya mereka.



Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nunes (2013) *operational strategy* berpengaruh positif terhadap *competitive advantage* dikarenakan strategi operasional mampu menciptakan rencana yang disengaja, dengan fokus utama pada jangka panjang, yang bertujuan untuk merespons tekanan lingkungan dan sosial terhadap sistem produksi dalam upaya menciptakan nilai sosial dan ekonomi. Strategi ini dimaksudkan untuk memposisikan perusahaan agar lebih unggul dibandingkan para pesaingnya dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan ketersediaan sumber daya, dampaknya terhadap lingkungan, serta etika sosial baik dalam produk maupun proses transformasi.

Faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi *competitive advantage* adalah *preemptive moves*, Langkah preemptif pada persaingan, yaitu perusahaan menjadi pelaku utama atau pelopor dalam suatu industri. Dengan cara ini, perusahaan memiliki banyak peluang diberbagai bidang untuk tampil lebih unggul dari pesaing (sebagai pemimpin). Faktor lainnya yaitu Kualitas produk, yaitu dengan menawarkan suatu produk dengan ukuran, harga, kemasan, dan karakteristik tertentu yang unik kepada pasar dengan kualitas terbaik. (Supriyanto et al., 2024)

Teknologi juga dapat mempengaruhi *competitive advantage*. Menurut Supriyanto (2024) Teknologi berpengaruh terhadap *competitive advantage* dikarenakan dapat mendukung efisiensi biaya dan waktu serta efektivitas, yaitu dalam bentuk produk yang berkualitas. Kualitas layanan dianggap sebagai alat yang penting bagi perusahaan dalam upayanya untuk membedakan diri dari para pesaing. Esensi dari layanan yang berkualitas adalah memberikan nilai tambah bagi pelanggan, dan nilai tambah tersebut merupakan salah satu faktor dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan peluang agar industri memiliki pelanggan yang berkelanjutan.

madewi & Karyono, 2019). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Inge (2016) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dan *competitive advantage*. Dalam upaya menelusuri hubungan antara



kualitas layanan dan kinerja organisasi, digunakan delapan konstruk, yaitu: kepuasan pelanggan internal, komitmen manajemen, produktivitas pelanggan, sistem, kebijakan dan prosedur, manajemen sumber daya manusia, infrastruktur, serta faktor lingkungan sebagai indikator dari keseluruhan kualitas layanan. Hasilnya mendukung fakta bahwa terdapat keterkaitan yang erat antara kualitas layanan dan kinerja organisasi.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas adanya strategi yang diterapkan oleh para Industri tersebut maka diduga akan mempengaruhi Keunggulan Bersaing pelaku Industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang. Oleh sebab itu maka dapat ditarik judul dari penelitian ini adalah Analisis *Porter's Strategy* dan *Operational strategy* terhadap Competitive advantage Industri Air Minum Isi Ulang

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang maka ditarik rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh strategi porter "Cost leadership" terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang?
2. Bagaimana pengaruh strategi operasional terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang?
3. Bagaimana pengaruh *Preemptive Moves* terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang?
4. Bagaimana pengaruh *Product Quality* terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang?
5. Bagaimana pengaruh *Technology* terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang?
6. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang?



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Permasalahan maka ditentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan pengaruh strategi porter “Cost leadership” terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang.
2. Untuk menentukan pengaruh strategi operasional terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang.
3. Untuk menentukan pengaruh *Preemptive Moves* terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang
4. Untuk menentukan pengaruh *Product Quality* terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang
5. Untuk menentukan pengaruh *Technology* terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang
6. Untuk menentukan pengaruh *Kualitas Pelayanan* terhadap Competitive Advantage pada industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian diharapkan mampu bermanfaat untuk memberikan kontribusi literatur mengenai topik strategi generik porter, strategi operasional, dan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing pada Industri untuk penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Ditinjau dari sisi praktis diharapkan penelitian ini mampu membantu Industri Air Minum Isi Ulang di Kabupaten Pinrang dalam menyelesaikan permasalahan industri mereka. diharapkan hasil dari penelitian ini menghasilkan sebuah solusi yang bermanfaat.



1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh Strategi Porter dan Strategi Operasional pada Keunggulan Bersaing Perusahaan Air Minum Isi Ulang di Kabupaten Pinrang. Jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif. Variabel Independen dari penelitian ini adalah Strategi Porter dan Strategi Operasional. Variabel Kontrol dari penelitian ini adalah *Preemptive Moves*, Kualitas Produk, Teknologi, dan Efisiensi Keuangan. Variabel Dependen adalah Keunggulan Bersaing Industri. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 215 unit. Namun yang digunakan sebagai sampel adalah 100 unit perusahaan Air minum isi ulang pada Kabupaten Pinrang. Sedangkan metode pengambilan sampel adalah *Total Sampling* dimana teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Teknik ini sering digunakan ketika jumlah populasi relatif kecil. Kemudian menggunakan teknik Regresi Linear untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB II

METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan dan analisis data. Penelitian ini bersifat statistik, dimana pengumpulan data untuk dianalisisnya banyak berupa angka-angka. Desain penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional* yaitu suatu penelitian untuk mempelajari hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan pengukuran sekali dan dalam waktu yang bersamaan.

2.2 Tempat dan waktu penelitian

Lokasi dari penelitian adalah Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan, penelitian ini akan berlangsung dari bulan Juli hingga September.

2.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Notoadmojo (2016) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa objek, orang, transaksi, ataupun kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Pada penelitian ini Populasi adalah seluruh pelaku Industri air minum isi ulang di Kabupaten Pinrang yang berjumlah 100 unit Industri yang terdaftar

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Sampling*. Teknik *Total sampling*, juga disebut *sampling jenuh*, adalah teknik pengambilan sampel di mana jumlah sampel sama dengan populasi. Dengan total sampling, seluruh populasi 215 unit namun hanya 100 yang dijadikan sampel penelitian. Dengan demikian Sampel penelitian ini adalah 100 unit perusahaan air minum isi ulang yang terdaftar.



2.3.1 Teknik analisis data penelitian

1. Analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*

Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan software Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Structural Equation Model (SEM) adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur secara bersamaan. Dalam PLS Path Modeling terdapat dua model yaitu outer model dan inner model. PLS merupakan metode yang powerful karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Metode analisis PLS bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti sampel dapat kecil atau dibawah 100 sampel.

Sedangkan menurut (Hair, Hult, et al., 2021) SEM (Structural Equation Model) merupakan salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji rangkaian hubungan yang biasanya sulit untuk diukur secara bersamaan. SEM adalah teknik multivariate analysis yang menggabungkan antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), dengan tujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstruksinya maupun hubungan antar konstruk.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Situmorang (2011), validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu pengukuran instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur construct sesuai dengan tujuan dan harapan peneliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai corrected item – total correlation atau disebut dengan hitung pada setiap butir pertanyaan terhadap nilai r tabel.



b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran data. Menurut (Dumatubun, 2018) reliabilitas akan menunjukkan sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut memiliki taraf kepercayaan yang tinggi dan memiliki kemantapan atau ketepatan.

3. Uji R Square

R^2 menunjukkan seberapa besar variasi konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model struktural. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kemampuan prediksi model terhadap konstruk tersebut.

Tabel 2.1
Uji R^2 Square

Nilai R^2	Interpretasi Umum
0.75	Substantial (kuat)
0.50	Moderate (sedang)
0.25	Weak (lemah)

4. Uji Hipotesis

Pada uji ini dilakukan uji satu sisi dengan tingkat signifikan sebesar 5% untuk mendapatkan nilai T tabel, sedangkan untuk menarik kesimpulan dari persamaan yang didapat, digunakan pedoman sebagai berikut Menurut Sugiyono, (2011):

1. H_0 diterima, jika $T \text{ hitung} \leq T \text{ tabel}$ atau $\text{sig } T \geq \alpha (0,05)$
2. H_1 diterima, jika $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ atau $\text{sig } T < \alpha (0,05)$

Ketentuan tersebut berlaku pada pengujian Hipotesis *Direct effect* dan juga *ffect*.





Optimized using
trial version
www.balesio.com