

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Sugiyono mengidentifikasi metode penelitian sebagai langkah ilmiah yang digunakan untuk menemukan data demi tujuan tertentu. Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode yang menggunakan data dari sampel penelitian dan data tersebut merupakan kumpulan data matematis. Sehingga bisa dikatakan jika penelitian kuantitatif akan menggunakan angka untuk memperoleh hasil penelitian.⁸⁴ Penelitian ini merupakan penelitian korelasional. Penelitian korelasional diungkapkan sebagai penelitian yang dilakukan untuk melihat hubungan antar dua variabel tanpa adanya perilaku manipulatif terhadap variabel yang ada.⁸⁵ Penelitian ini akan dilakukan untuk menganalisis *predatory pricing* terhadap variabel terikat yaitu keseimbangan persaingan pasar yang dimediasi oleh model bisnis UMKM, penelitian ini akan diolah dengan bantuan program SmartPLS 4.1.0.0.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data pada penelitian berikut ada dua, yakni data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang bentuknya kalimat, gambar atau kata. Sementara data kuantitatif adalah data yang bentuknya bilangan atau numerik⁸⁶. Dalam penelitian berikut, peneliti memakai data kuantitatif yang berbentuk data

⁸⁴ Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

⁸⁵ Sugiyono. *loc.cit.*

⁸⁶ Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta

statistik dari internet dan melakukan pengambilan data melalui penyebaran angket pada subjek riset.

2. Sumber Data

Sumber data diklasifikasikan menjadi dua macam dan sumber: data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang awalnya direkam dan dihimpun peneliti, sementara data sekunder adalah data yang telah ada dan dihimpun oleh pihak ketiga⁸⁷. Sumber data penelitian berikut meliputi:

1. Data Primer, Data yang didapatkan langsung dari sumber pertama. Data berikut asalnya dari penyebaran angket kepada konsumen. Dalam penelitian berikut, data primer didapatkan melalui pemberian kuesioner pada UMKM yang melakukan penjualan melalui marketplace Shopee yang disebar secara langsung dan lewat *google form*.
2. Data Sekunder, data yang diambil dari jurnal internasional, buku literatur, artikel dan data yang diambil dari sumber internet yang berhubungan dengan *predatory pricing*, keseimbangan pasar dan model bisnis perusahaan.

C. Definisi Operasionalisasi Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah hal yang ditentukan penulis guna dikaji hingga didapatkan informasi, yang selanjutnya dibuat simpulan⁸⁸. Korelasi antara satu variabel dengan variabel yang lain maka bisa dibedakan menjadi:

⁸⁷ Sugiyono. *loc.cit.*

⁸⁸ Sugiyono. *loc.cit.*

- a. Variabel independen (laten eksogen) seringkali diartikan variabel bebas, yakni variabel yang berdampak ataupun sebagai penyebab munculnya atau berubahnya variabel terikat. Pada penelitian berikut, variabel bebas berupa *predatory pricing* (X1).
- b. Variabel dependent (laten endogen) diartikan menjadi variabel terikat yang didefinisikan sebagai variabel yang terpengaruh atau sebagai akibat, lantaran keberadaan variabel bebas. Pada riset berikut, variabel terikat berupa keseimbangan persaingan (Y)
- c. Variabel intervening/mediasi adalah variabel penghubung atau ada diantara variabel independen dan dependent, hingga variabel independen tidak langsung berdampak pada munculnya atau berubahnya variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel intervening berupa model bisnis UMKM (Z).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yaitu sesuatu yang ditentukan oleh penulis guna dikaji hingga didapatkan informasi perihal hal tersebut selanjutnya dibuat simpulan . Definisi operasional variabel pada riset berikut bisa dicermati pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variable	Definisi Variabel	Indicator	Pengukuran
<i>Predatory Pricing</i> (X)	Penetapan harga predator sebagai strategi yang dilakukan perusahaan	1. Pemberian harga rendah, 2. harapan memperoleh keuntungan, dan	Skala likert

	untuk menjual produk dengan harga serendah mungkin sehingga mereka terkesan mengalami kerugian, akan tetapi tujuan dari penetapan harga predator ini adalah untuk mengeluarkan pesaing dari persaingan serta menarik lebih banyak konsumen melalui harga rendah yang ditawarkan.⁸⁹	3.harapan memperkecil persaingan untuk mengukur penetapan harga predator 4.Strategi paket atau bundling	
Keseimbangan kompetisi (Y)	keseimbangan kompetitif sebagai sebuah tingkat keterlibatan pemain dalam sebuah persaingan, dan masing-masing pemain memiliki kualitas mereka sendiri.⁹⁰	1.Penjaminan kualitas produk, 2. Pengaruh harga kualitas produk, 3.Peningkatan harga, dan intervensi peraturan sebagai dimensi yang digunakan dalam keseimbangan kompetisi.	Skala likert

⁸⁹ Ciacci, A., & Penco, L. (2023). Business model innovation: harnessing big data analytics and digital transformation in hostile environments. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2022-0424>

⁹⁰ Ciacci, A., & Penco, L. *loc.cit.*

Model Bisnis (Z)	Model bisnis sebagai desain atau kerangka mekanisme penciptaan, pengiriman, dan penangkapan nilai yang dilakukan oleh perusahaan. ⁹¹	1.Mengukur retensi pelanggan, 2.Customer lifetime value, 3.Tingkat kepuasan pelanggan.	Skala likert
------------------	---	--	--------------

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian penelitian untuk diteliti. Dengan kata lain, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya⁹².

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang berjualan di platform Shopee dan berdomisili di Kota Padang. Populasi ini mencakup berbagai jenis usaha kecil dan menengah yang memanfaatkan Shopee sebagai media utama dalam memasarkan produk mereka, baik dalam kategori fashion, makanan dan minuman, kerajinan tangan, hingga produk digital. Namun, karena jumlah keseluruhan UMKM yang beroperasi di Shopee di Kota Padang tidak dapat diketahui secara pasti, populasi ini dikategorikan sebagai populasi tak terhingga atau tidak diketahui. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan data resmi

⁹¹ Ciacci, A., & Penco, L. *loc.cit.*

⁹² Benny Kurniawan, *Metodologi Penelitian* (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012).

mengenai jumlah UMKM yang aktif berjualan di platform tersebut serta sifat e-commerce yang dinamis, di mana jumlah penjual dapat berubah setiap saat.

2. Sampel

Sampel adalah subkelompok dari seluruh anggota atau populasi. Sampel merupakan suatu bagian dari populasi. Dengan demikian, Sebagian dari populasi adalah sampel⁹³. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, yang mana *purposive sampling* ini adalah Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu⁹⁴. Sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu agar memperoleh data yang lebih relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, sampel yang dipilih adalah pelaku UMKM di Kota Padang yang aktif berjualan di Shopee, dengan kriteria tambahan seperti telah beroperasi dalam jangka waktu tertentu, memiliki jumlah transaksi yang signifikan, serta memenuhi persyaratan sebagai penjual terdaftar di Shopee. Pemilihan sampel dengan metode ini bertujuan untuk mendapatkan responden yang benar-benar memahami dinamika berjualan di e-commerce serta tantangan dan peluang yang mereka hadapi. Dengan *purposive sampling*, penelitian ini dapat lebih fokus dalam menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh UMKM Shopee di Kota Padang, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat memberikan gambaran nyata mengenai perkembangan usaha kecil dan menengah di platform digital.

Peneliti memilih teknik ini karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Sampel ini diteliti oleh peneliti dengan

⁹³ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, 2nd ed. (Depok: Raja Wali Pers, 2018).

⁹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

cara mengelompokkan daerah yang hanya ada di kota Padang dengan bantuan filter yang ada di Platform Shopee.

Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel didasarkan pada metode perhitungan hair. Metode ini menetapkan bahwa jumlah sampel setidaknya lima kali dari total item indikator⁹⁵. Dalam penelitian ini, terdapat 10 item indikator, sehingga jumlah sampel adalah $10 \times 5 = 50$, sedangkan batas maksimal sampel adalah $10 \times 10 = 100$ responden. Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk mengambil sampel yang paling maksimal yaitu 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode penghimpunan data adalah tahap strategis pada suatu riset, lantaran tujuan suatu penelitian adalah memperoleh data. Metode penghimpunan data penelitian berikut meliputi :

1. Angket/Kuisisioner

Agar mendapatkan data yang valid penulis menggunakan angket atau kuesioner dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden dapat mengisi daftar pertanyaan sesuai dengan keadaan yang ada, dalam penelitian ini menggunakan riset lapangan (survey). Berikut prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini :

- a. Membagikan kuesioner dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

⁹⁵ Fatma, N., Irfan, N. F., and Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk, *SEIKO: Journal of Management & Business* , 4(2), 533–540.

- b. Kuesioner yang telah diisi oleh responden akan dikumpulkan dan diolah.
- c. Kuesioner menggunakan skala *likert* dimana jawaban telah dibatasi. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Setiap jawaban mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negative.

Berdasarkan skala *likert*, maka jawaban responden terhadap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Jawaban	Skala Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

1. Outer model (*model measurement*)

Model ini menspesifikasikan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan erat dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada *outer model* adalah :

a. Uji Validitas

Uji validitas ini mengacu pada sejauh mana instrument penelitian benar-benar mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Untuk uji validitas, dapat di uji sebagai berikut:

1) *Convergen validity*

Nilai *convergent validity* adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan $> 0,7$ atau sering digunakan batas 0,6 sebagai batasan minimal dari loading faktor⁹⁶.

2) *Discriminant validity*

Discriminant validity merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading konstruksi lainnya⁹⁷. Apabila korelasi konstruk dengan objek pengukuran lebih tinggi dibandingkan dengan dimensi konstruk lainnya, sehingga hal ini dapat mengindikasikan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran blok lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Jika nilai *Discriminant validity* $> 0,5$ maka validitas konstruksinya dianggap stabil.

⁹⁶ Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi

⁹⁷ Sekaran, U. & Bougie, R.J., (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. 7th Edition, John Wiley & Sons Inc. New York, US.

3) *Average variance extracted (AVE)*

Selain mengamati nilai *cross loading*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode lainnya yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted (AVE)*, dengan syarat untuk masing-masing indikator nilainya $> 0,5$ untuk model yang baik⁹⁸.

b. Uji Realibilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang. Semakin tinggi reabilitasnya, maka penelitian tersebut dapat digunakan.

1) *Composite reability*

Composite reability mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk dan lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *Composite reability* apabila memiliki nilai *Composite reability* $> 0,7$ ⁹⁹.

2) *Cronbach alpha*

Dalam PLS, uji reabilitas diperkuat dengan adanya *Cronbach alpha* dimana konsistensi setiap jawaban diujikan. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,7$ ¹⁰⁰.

⁹⁸ Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLSSEM)*, CV. Lentera Ilmu Madani.

⁹⁹ Joseph F. Hair et al., "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM," *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24

¹⁰⁰ Gangga Anuraga, Edy Sulistiyawan, and Siti Munadhiroh, "Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipkms) Di Jawa Timur," *Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya* (2017): 257–263

2. *Inner model (Evaluasi Model Struktural)*

Model structural digunakan untuk menguji hubungan antara konstruk laten. Beberapa uji untuk model structural yaitu :

a. *R square (R^2)*

R Square (R^2) adalah ukuran statistic yang digunakan untuk menentukan proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat diprediksi atau dijelaskan oleh variabel independent. *R Square (R^2)* juga dikenal dengan koefisien determinasi. Nilai *R-square* sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah)¹⁰¹.

b. *F square (F^2)*

F Square menunjukkan apakah variabel laten endogen memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel laten eksogen. Dalam pengukuran dampak dari variabel independent terhadap variabel dependen $F^2 = 0,02$ (efek kecil), 0,15 (efek sedang) dan 0,35 (efek besar) maka terjadi efek yang kecil antara kedua variabel model akan dikatakan semakin baik¹⁰².

c. *Uji path coefficient*

Path coefficient merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan atau pengaruh konstruk laten yang dilakukan dengan prosedur *bootstrapping*. Pengukuran *path coefficient* antar konstruk dilakukan untuk melihat signifikansi dan kekuatan hubungan tersebut dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficient* berkisaran

¹⁰¹ Rahadi, "Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)."

¹⁰² Rahadi. *Loc.cit*

antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Sedangkan apabila semakin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif¹⁰³.

d. *Goodness Of Fit (GoF)*

GoF indeks merupakan ukuran tunggal untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF ini diperoleh dari akar kuadrat dari average communalities index dikalikan dengan nilai rata-rata R² model. Nilai GoF terbentang antara 0 sd 1 dengan interpretasi nilai-nilai: 0.1 (Gof kecil), 0,25 (GoF moderate), dan 0.36 (GoF besar).

3. Uji hipotesis

Setelah dilakukan uji validitas dan reabilitas menggunakan *outer model* dan pengujian variabel model konstruk menggunakan *inner model*, selanjutnya ialah tahap pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melihat tingkat signifikansi antar variabel laten menggunakan hasil perhitungan nilai *path coeefisien* dan nilai T-Statistik. Uji hipotesis menggunakan uji t dengan kriteria tolak H₀ jika $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ atau $p \text{ value} < \alpha$. Penelitian ini menggunakan $\alpha = 0.05$. Adapun rumusan uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰³ Rahadi. *Loc.cit*

1. $H0_1$: *Predatory Pricing* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keseimbangan Persaingan UMKM Di Kota Padang.

$H\alpha_1$: *Predatory Pricing* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keseimbangan persaingan UMKM Di Kota Padang.

2. $H0_2$: *Predatory Pricing* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Model Bisnis UMKM Di Kota Padang.

$H\alpha_2$: *Predatory Pricing* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Model Bisnis UMKM Di Kota Padang.

3. $H0_3$: Model Bisnis tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keseimbangan Persaingan UMKM Di Kota Padang.

$H\alpha_3$: Model Bisnis mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keseimbangan Persaingan UMKM Di Kota Padang.

4. $H0_4$: Model Bisnis memediasi tidak mempunyai pengaruh signifikan antara *Predatory Pricing* dan Keseimbangan Pasar UMKM Di Kota Padang.

$H\alpha_4$: Model Bisnis memediasi mempunyai pengaruh signifikan antara *Predatory Pricing* dan Keseimbangan Pasar UMKM Di Kota Padang.

4. Efek uji mediasi

Pengujian efek mediasi merupakan interaksi antara variabel moderator dengan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen sebagai berikut:

- a Melakukan uji variabel independent terhadap variabel dependen dan harus signifikan pada t-statistik > 1.96 .

- a Melakukan uji variabel independent terhadap variabel mediasi dan harus signifikan pada t-statistik $> 1,96$.
- b Melakukan uji secara keseluruhan (total *effect*) variabel independent mediasi. Dengan variabel dependen. Variabel mediasi akan terbukti memediasi penuh variabel independent terhadap variabel dependen jika total *effect* terlihat nilai t-statistik > 1.96 sehingga efek mediasi terdukung.¹⁰⁴



¹⁰⁴ Ghozali dan Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit UNDIP