



## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Perajin Gula Semut terhadap Model *Social Entrepreneurship* di CV Agro Berdikari

*Factors that Influence the Satisfaction and Loyalty of Palm Sugar Craftsmen toward the Social Entrepreneurship Model at CV Agro Berdikari*

Natania Dwi Rahma Fitri, Dindy Darmawati Putri,  
Dewanti Risa Utami

Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian,  
Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

\*Kontak penulis: [natania.fitri@mhs.unsoed.ac.id](mailto:natania.fitri@mhs.unsoed.ac.id)

### **Abstract**

The research aimed to: (1) identify the social entrepreneurship cooperation model of CV Agro Berdikari, which is applied to palm sugar craftsmen. (2) Analyzing the factors that influence the satisfaction of palm sugar craftsmen towards the social entrepreneurship cooperation model at CV Agro Berdikari. (3) Analyzing the factors that influence the loyalty of palm sugar craftsmen towards the social entrepreneurship cooperation model at CV Agro Berdikari. (4) Analyzing the influence of palm sugar craftsmen's satisfaction on loyalty to CV Agro Berdikari. The research method used was qualitative and quantitative, using a survey method. The sample calculation used the proportional stratified random sampling method with 60 respondents. Data were collected using questionnaires, interviews, observations, and documentation. The data analysis used is descriptive and PLS-SEM. The results of the research indicate that: (1) The social entrepreneurship model applied by CV Agro Berdikari to the mentored craftsmen is in the form of programs that provide economic and social benefits. (2) Factors that influence the satisfaction of palm sugar craftsmen towards the social entrepreneurship model at CV Agro Berdikari are service quality, convenience, selling price, social support, and social business assistance. (3) Factors that influence the loyalty of palm sugar craftsmen towards the social entrepreneurship model at CV Agro Berdikari are service quality, social support, and social business assistance, while convenience and selling price do not have a positive and significant effect on loyalty. (4) The effect of palm sugar craftsman satisfaction on loyalty to CV Agro Berdikari is not positive and not significant.

**Keywords:** *Social entrepreneurship; Satisfaction; Loyalty.*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Mengidentifikasi model kerja sama *social entrepreneurship* dari CV Agro Berdikari yang diterapkan kepada perajin gula semut; (2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan perajin gula semut terhadap model kerja sama *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari; (3) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas perajin gula semut terhadap model kerja sama *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari; 4) Menganalisis pengaruh kepuasan perajin gula semut terhadap loyalitas ke CV Agro Berdikari. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dan kuantitatif dengan metode survei. Perhitungan sampel menggunakan *proporsionate stratified random sampling* sebanyak 60 responden. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Model *social entrepreneurship* yang diterapkan CV Agro Berdikari kepada perajin binaanya berupa program-program yang memberikan keuntungan ekonomi dan

sosial; (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari yaitu kualitas pelayanan, kemudahan, harga jual, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha; (3) Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari yaitu kualitas pelayanan, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha, sedangkan kemudahan dan harga jual tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas; (4) Pengaruh kepuasan perajin gula semut terhadap loyalitas ke CV Agro Berdikari yaitu tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan sosial; Kepuasan; Loyalitas.

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam melimpah salah satunya yaitu tanaman kelapa. Luas perkebunan kelapa di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 3,331.60 ribu hektare (Badan Pusat Statistik, 2024). Jawa Tengah menjadi salah satu provinsi ke-6 di Indonesia yang memiliki luas perkebunan kelapa sebesar 200.10 ribu hektare (Badan Pusat Statistik, 2024). Luasnya perkebunan kelapa di Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satu sentra agroindustri gula semut di Indonesia yang meliputi 5 Kabupaten yaitu Banyumas, Banjarnegara, Purbalingga, Cilacap, dan Kebumen (Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, 2017). Agroindustri dapat memperbaiki perekonomian masyarakat dikarenakan mampu membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Pengembangan agroindustri di masyarakat menggunakan sumber daya lokal merupakan salah satu program pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi perdesaan berupa produk yang tersertifikasi dan mempunyai *branding* sehingga dapat berorientasi ekspor (Putri, 2020). Gula semut merupakan gula berbentuk serbuk yang terbuat dari nira kelapa dan memiliki kualitas tinggi yaitu mudah larut dalam penyajiannya, pengemasan menjadi lebih mudah, praktis untuk dibawa bepergian, dan memiliki daya simpan yang lebih lama dibandingkan jenis gula lainnya (Wardah & Hilda, 2022). Gula semut dapat digunakan sebagai pemanis alami pada minuman dan makanan yang aman dikonsumsi semua kalangan karena memiliki kandungan glikemik yang rendah (Erdiansyah, 2024). Gula semut juga memiliki keunggulan pada pemasarannya yaitu untuk memenuhi pasar ekspor dengan kode HS 170290 ke berbagai negara pada tahun 2025.

Salah satu sentra perusahaan gula semut di Kabupaten Kebumen yaitu CV Agro Berdikari. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2013 dan mempunyai 324 perajin gula semut binaan serta 17 pengepul. *Brand* gula semut dari CV Agro Berdikari diberi nama Gula Semut Moyang. Model kerja sama yang diterapkan CV Agro Berdikari yaitu *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial). Namun, program *social entrepreneurship* yang diterapkan CV Agro Berdikari masih terdapat permasalahan yang berasal dari berbagai faktor dan berakibat pada kegiatan ekspor yang tidak rutin. Permasalahan yang dihadapi yaitu rendahnya kemampuan perajin dalam melakukan produksi gula semut, harga jual di tingkat perajin belum setara, banyaknya pohon kelapa yang ditebang perajin, dan adanya perajin gula yang memasok ke perusahaan lain. Penguatan dan pengembangan kerja sama dapat dilakukan melalui evaluasi untuk mengetahui penyebab permasalahan dari sisi internal maupun eksternal perusahaan. Salah satu evaluasi yang dapat dilakukan yaitu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship*.

Kepuasan perajin gula terhadap model *social enterprenurship* dapat menjadi gambaran keberhasilan perusahaan karena mampu memberikan kontribusi yang baik. Adanya rasa puas, perajin gula akan merasa dihargai, didukung, dan mendapatkan manfaat yang besar melalui hubungan kerja sama tersebut. Loyalitas akan berkaitan dengan adanya komitmen yang terjalin tanpa paksaan dikarenakan rasa puas terhadap jasa ataupun produk perusahaan. Tingginya tingkat loyalitas akan memberikan manfaat bagi perusahaan berupa perajin mematuhi aturan perusahaan, memenuhi perjanjian kontrak kerja, dan menjadi pemasok yang loyal. Oleh karena itu, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship* penting untuk diketahui. Harapan dari evaluasi ini yaitu dapat menguatkan kerja sama yang terjalin antara perajin gula semut dengan CV Agro Berdikari, meningkatkan produksi gula semut, terjaminnya kesejahteraan ekonomi, dan menghasilkan usaha yang saling menguntungkan. Selain itu, perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang perlu diperbaiki dan dikembangkan dalam menjalankan program *social entrepreneurship* yang sudah diterapkan.

Penelitian mengenai kepuasan, loyalitas, dan *social entrepreneurship* untuk mengentaskan kemiskinan pernah dilakukan oleh Hestingtyas *et al.* (2022), Hamdani (2022), Nuryani *et al.* (2018), Yuafi & Nabhan (2023), dan lain sebagainya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu adanya variabel kualitas pelayanan, kemudahan, harga jual, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas terhadap model *social entrepreneurship*. Sebagian besar pada penelitian sebelumnya, variabel tersebut digunakan untuk mengetahui kepuasan atau loyalitas terhadap kemitraan perusahaan, sedangkan penelitian ini menggabungkan keduanya. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang mengkaji mengenai kepuasan dan loyalitas terhadap model *social entrepreneurship* dari suatu perusahaan. Penelitian ini penting dilakukan dikarenakan kepuasan dan loyalitas merupakan dua hal yang berkaitan dengan pihak lain seperti mitra maupun pelanggan untuk keberlangsungan usaha dan banyaknya perusahaan yang mulai bergerak di bidang *social enterprenurship*, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mengetahui model kerja sama *social entrepreneurship* yang diterapkan CV Agro Berdikari kepada perajin gula semut. Sedangkan metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship* yang diterapkan CV Agro Berdikari. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja di enam desa binaan CV Agro Berdikari di Kabupaten Kebumen, dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan penghasil gula semut dalam jumlah tinggi, masih melakukan budidaya kebun kelapa secara organik, dan merupakan desa binaan dari CV Agro Berdikari yang berkomitmen sebagai pemasok perusahaan. Objek penelitian ini yaitu model kerja sama *social entrepreneurship* dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas perajin gula semut. Sasaran penelitian yaitu perajin gula semut binaan CV Agro Berdikari dan pihak-pihak yang terlibat dalam usaha

gula semut yaitu pemilik perusahaan, tim *Internal Control System* (ICS,) pengepul, tim sortir, dan tim oven dari CV Agro Berdikari.

Metode pemilihan responden menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *proporsionate stratified random sampling*. Penentuan metode ini dikarenakan berdasarkan uji statistik homogenitas menggunakan jumlah pohon kelapa yang dideres dari 20 perajin gula semut menghasilkan nilai koefisien varians sebesar 37% atau >30% sehingga berdasarkan ketentuan yang berlaku dianggap heterogen. Selanjutnya penentuan jumlah sampel dari populasi perajin gula semut menggunakan aturan 2 dari Barclay *et al.* (1995) dan diperoleh 60 sampel yang dibagi menjadi tiga strata.

Rumus strata yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

$n_i$  = jumlah sampel tiap strata

$N_i$  = jumlah populasi strata

$N$  = Jumlah total populasi

$n$  = Jumlah sampel

Melalui rumus tersebut strata 1 terdiri dari 26 perajin, strata 2 terdiri dari 27 perajin, dan strata 3 terdiri dari 7 perajin gula semut.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui survei pendahuluan, wawancara secara langsung, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui jurnal, buku, Badan Pusat Statistik (BPS), dan *website*. Teknik pengambilan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert 1-5. Kepuasan perajin gula semut menggunakan indikator skala (5) sangat puas, (4) puas, (3) cukup puas, (2) tidak puas, dan (1) sangat tidak puas. Sedangkan untuk mengetahui loyalitas perajin gula semut menggunakan indikator skala (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) ragu-ragu, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju.

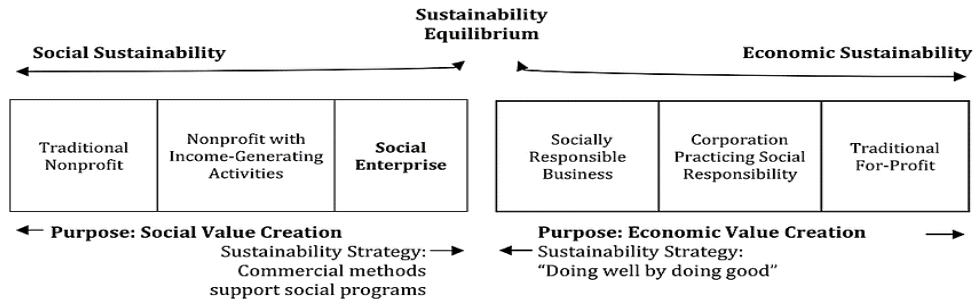
Variabel yang digunakan yaitu variabel eksogen ( $\xi$ ) dan endogen ( $\eta$ ). Variabel eksogen ( $\xi$ ) terdiri dari kualitas pelayanan ( $\xi_1$ ), kemudahan ( $\xi_2$ ), harga jual ( $\xi_3$ ), dukungan sosial ( $\xi_4$ ), dan pendampingan sosial usaha ( $\xi_5$ ). Sedangkan variabel endogen ( $\eta$ ) terdiri dari kepuasan ( $\eta_1$ ) dan loyalitas ( $\eta_2$ ). Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan PLS-SEM. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis kerja sama *social entrepreneurship* dan menginterpretasikan hasil dari kuesioner responden. Sedangkan PLS-SEM digunakan untuk menganalisis hubungan antarkonstrukt dan mengukur satu atau lebih indikator melalui evaluasi model struktural dan pengukuran. PLS-SEM juga digunakan untuk menghasilkan hipotesis dalam penelitian. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama dua bulan yaitu pada Maret hingga Mei 2025.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Model *Social Entrepreneurship*

*Social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial merupakan model usaha yang menggabungkan prinsip kewirausahaan dengan jiwa sosial yang tinggi dan berupaya memberikan pengaruh positif yang berkelanjutan di masyarakat (Hermawati *et al.*, 2023). Model kerja sama ini mulai banyak dikembangkan dalam dunia usaha untuk menghasilkan kesejahteraan bersama melalui pemikiran yang inovatif dan kreatif dengan mengoptimalkan sumber daya lokal (Suryanto, 2022). *Social entrepreneurship* juga

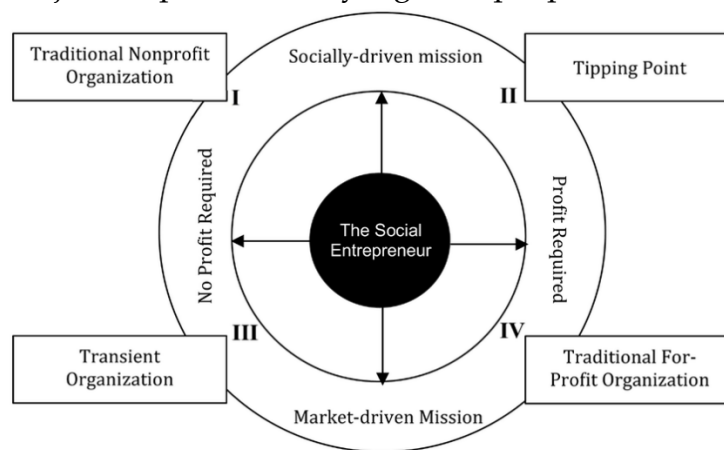
menjadi solusi bagi usaha pertanian yang memiliki karakteristik skala usaha kecil dan dilakukan oleh perorangan, sehingga berdampak pada rendahnya kesejahteraan petani. Melalui *social entrepreneurship* diharapkan mampu menghadapi permasalahan tersebut dengan berbagai inovasi di bidang pertanian. Menurut Alter (2007), posisi perusahaan berdasarkan tujuannya dibagi menjadi tiga yang terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Posisi CV Agro Berdikari menurut Alter.  
 Sumber: Alter (2007)

Posisi CV Agro Berdikari berada diantara perusahaan yang berorientasi profit dan non profit sehingga menciptakan nilai ganda untuk mencapai usaha yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian di lapang menunjukkan bahwa CV Agro Berdikari menerapkan model *social entrepreneurship* dengan memberikan keuntungan melalui jual beli gula semut dan memberikan misi sosial kepada perajin gula semut binaannya, pengepul hingga masyarakat di sekitar perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Dees (2001) dalam Santos (2010), bahwa perusahaan *social entrepreneurship* secara umum dilihat dari hibrida atau kombinasi unsur komersial kewirausahaan dan organisasi sektor sosial.

Selain itu, menurut Maseeti (2008) dalam Alperstedt *et al.* (2023), misi dan tujuan perusahaan dibagi menjadi empat kuadran yang terdapat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kuadran CV Agro Berdikari berdasarkan matriks *social entrepreneurship*.  
 Sumber: Maseeti (2008) dalam Alperstedt *et al.* (2023)

Kuadran I yaitu organisasi nirlaba tradisional dengan misi digerakan secara sosial, kuadran II organisasi sosial membutuhkan model organisasi sosial baru untuk menghasilkan laba, kuadran III organisasi sosial sementara dengan misi digerakkan pasar tetapi tidak menciptakan laba, dan kuadran IV organisasi tradisional yang

berorientasi pasar dengan dampak sosial dan laba, serta adanya dukungan pendanaan dan sosial. Berdasarkan hasil penelitian di lapang, CV Agro Berdikari termasuk perusahaan yang masuk pada kuadran IV, dikarenakan perusahaan memiliki komitmen kepada perajin gula semut untuk menghasilkan ekosistem pertanian yang berdaya, mandiri, dan berkelanjutan sesuai dengan perannya serta berdampak sosial pada lingkungan perusahaan. Perusahaan juga mendapatkan bantuan dari pihak eksternal yaitu dukungan bantuan sarana dan prasarana produksi, dukungan promosi melalui web pemerintah serta kegiatan pameran, dan tergabung di pusat oleh-oleh khas Kebumen. Sehingga ketiga ciri perusahaan dengan kuadran IV terpenuhi.

Penerapan *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari juga diperkuat dengan terpenuhinya 3 elemen dasar *social entrepreneurship* berdasarkan teori *The Redesigned Economics Engine* oleh Yunus (2017):

1. Perlunya memperkuat konsep bisnis sosial berdasarkan kebijakan untuk kepentingan bersama

Berdirinya CV Agro Berdikari tidak hanya memberikan keuntungan kepada perajin gula melalui pembelian gula semut saja, namun perusahaan memberikan pemberdayaan melalui program *social entrepreneurship*.

2. Perlunya merubah cara pandang masyarakat bahwa manusia adalah seorang wirausahawan bukan pencari pekerjaan

CV Agro Berdikari mampu merubah *mindset* perajin dari gula kelapa cetak beralih ke gula semut, tidak ketergantungan dengan pengepul, merubah pola hidup menjadi bersih dan organik melalui produksi maupun kebun.

3. Perlunya menciptakan akses keuangan bagi masyarakat dengan ekonomi rendah

CV Agro Berdikari memberikan kesejahteraan kepada perajin gula dikarenakan harga gula semut lebih tinggi dibandingkan gula kelapa cetak, mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Kabupaten Kebumen, dan mengutamakan masyarakat sekitar perusahaan untuk menjadi tenaga kerja dalam *processing* gula semut.

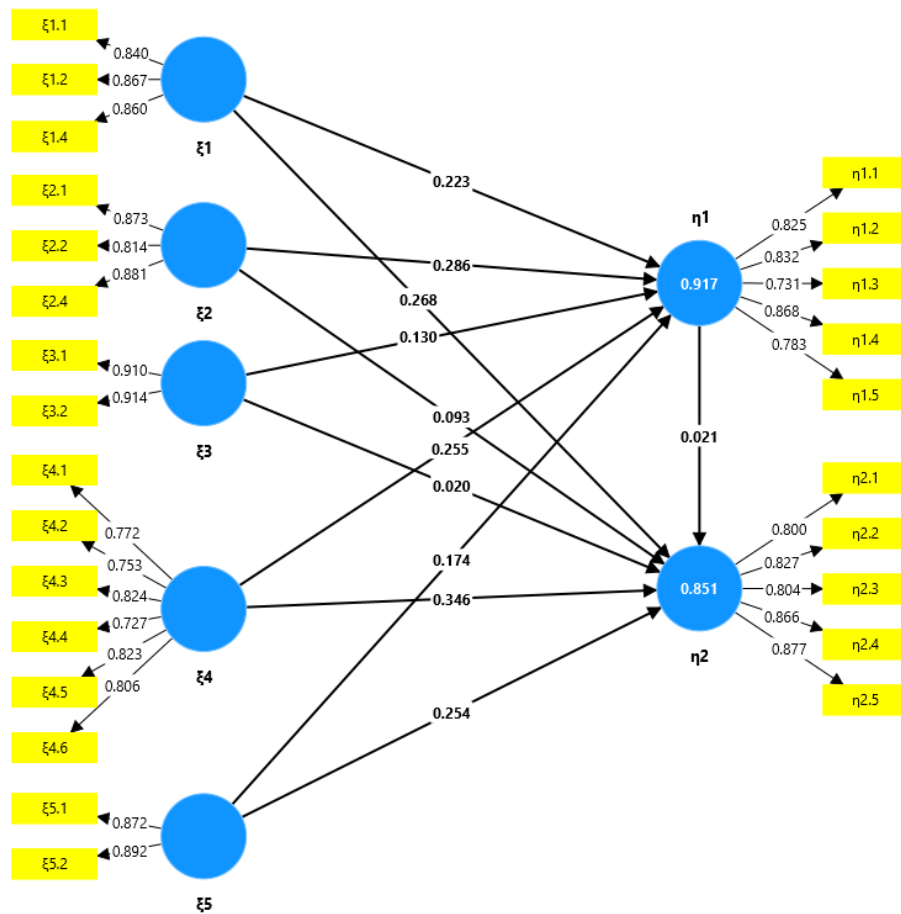
Model *social entrepreneurship* yang diterapkan CV Agro Berdikari menjadi penguat kerja sama bagi perusahaan dengan tiga pihak yaitu perajin gula, pengepul, dan lembaga pemerintah. Program *social entrepreneurs* tersebut meliputi akses pasar, perubahan *mindset*, pembentukan koperasi, pembentukan kelompok binaan, konsultan manajemen tentang pertanian, pendampingan tim ICS, bantuan sarana dan prasarana, jaminan kesehatan dan keselamatan kerja, serta kegiatan masyarakat.

### **3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas terhadap Model *Social Entrepreneurship***

Analisis penelitian ini menggunakan analisis PLS-SEM dengan *software* SmartPLS

4.0. Analisis data meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesis.

### 3.2.1 Persamaan Model Struktural (Inner Model)



Gambar 3. Output model struktural (inner model) dengan PLS-SEM.

Berdasarkan Gambar 3, penelitian ini memiliki tiga persamaan model struktural sebagai berikut:

- $\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \gamma_3 \xi_3 + \gamma_4 \xi_4 + \gamma_5 \xi_5 + \varsigma_1$   
 $= 0.223 \xi_1 + 0.286 \xi_2 + 0.130 \xi_3 + 0.255 \xi_4 + 0.021 \xi_5 + \varsigma_1$
- $\eta_2 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \gamma_3 \xi_3 + \gamma_4 \xi_4 + \gamma_5 \xi_5 + \varsigma_2$   
 $= 0.268 \xi_1 + 0.093 \xi_2 + 0.020 \xi_3 + 0.346 \xi_4 + 0.254 \xi_5 + \varsigma_2$
- $\eta_1 = \gamma_2 \eta_2 + \varsigma_3$   
 $= 0.021 \eta_2 + \varsigma_3$

### 3.2.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan *instrument* penelitian yang meliputi *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent Validity* dapat dinilai menggunakan *outer loading* dan AVE. Indikator dari variabel laten memenuhi syarat validitas konvergen jika nilai *outer loading* > 0.7 dan AVE > 0.50 (Setiabudhi *et al.*, 2024). *Discriminant Validity* dapat diukur berdasarkan indikator reflektif dari setiap variabel. Menurut Yuhana *et al.* (2024), *cross loading* harus bernilai > 0.7 agar tidak terjadi masalah diskriminan.

Berikut merupakan uji validitas menggunakan *convergent validity*:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas *Outer loading* dengan PLS-SEM

	$\eta_1$	$\eta_2$	$\xi_1$	$\xi_2$	$\xi_3$	$\xi_4$	$\xi_5$
$\eta_{1.1}$	0.825						
$\eta_{1.2}$	0.832						
$\eta_{1.3}$	0.731						
$\eta_{1.4}$	0.868						
$\eta_{1.5}$	0.783						
$\eta_{2.1}$		0.800					
$\eta_{2.2}$		0.827					
$\eta_{2.3}$		0.804					
$\eta_{2.4}$		0.866					
$\eta_{2.5}$		0.877					
$\xi_{1.1}$			0.840				
$\xi_{1.2}$			0.867				
$\xi_{1.4}$			0.860				
$\xi_{2.1}$				0.873			
$\xi_{2.2}$				0.814			
$\xi_{2.4}$				0.881			
$\xi_{3.1}$					0.910		
$\xi_{3.2}$					0.914		
$\xi_{4.1}$						0.772	
$\xi_{4.2}$						0.753	
$\xi_{4.3}$						0.824	
$\xi_{4.4}$						0.727	
$\xi_{4.5}$						0.823	
$\xi_{4.6}$						0.806	
$\xi_{5.1}$							0.872
$\xi_{5.2}$							0.892

Tabel 2 Hasil Uji Validitas *Average Variance Extracted (AVE)* dengan PLS-SEM

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
$\eta_1$	0.654
$\eta_2$	0.698
$\xi_1$	0.732
$\xi_2$	0.734
$\xi_3$	0.831
$\xi_4$	0.616
$\xi_5$	0.779

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2, seluruh nilai *outer loading* > 0.7 dan semua nilai AVE > 0.5 sehingga indikator pernyataan valid, asumsi validitas konvergen terpenuhi. Selain itu, seluruh nilai *cross loading* dalam penelitian ini > 0.7 sehingga asumsi validitas konvergen terpenuhi.



## Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan merupakan sejauh mana model pengukuran dapat digunakan untuk mengukur variabel laten (Rahadi, 2023). Reliabilitas ditentukan berdasarkan nilai *Composite reliability* dan *cronbach's alpha* > 0.7 (Hair et al., 2021).

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas *Composite reliability* dan *cronbach's alpha* dengan PLS-SEM

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
$\eta_1$	0.867	0.904
$\eta_2$	0.891	0.920
$\xi_1$	0.817	0.891
$\xi_2$	0.818	0.892
$\xi_3$	0.797	0.908
$\xi_4$	0.875	0.906
$\xi_5$	0.716	0.876

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* > 0.7 artinya konstruk memiliki reliabel yang baik.

### 3.2.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antar konstruk atau variabel (Rahadi, 2023). Signifikansi hubungan antar konstruk meliputi pengaruh antara variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen (Rifqi et al., 2024).

#### Nilai *R-Square* ( $R^2$ )

*R-Square* ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen (Rahadi, 2023). Kriteria  $R^2$  berskisar 0-1 dengan kriteria kisaran  $R^2 = 0.75$  (substansial atau kuat),  $R^2 = 0.50$  (sedang) dan  $R^2 = 0.25$  (lemah).

Tabel 4 Hasil Evaluasi Model Struktural *R-Square* dengan PLS-SEM

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
$\eta_1$	0.917	0.909
$\eta_2$	0.851	0.834

Berdasarkan Tabel 4, nilai *R-square adjusted* kepuasan ( $\eta_1$ ) sebesar 0.909 artinya termasuk kategori kuat. Sehingga kontribusi variabel kualitas pelayanan ( $\xi_1$ ), kemudahan ( $\xi_2$ ), harga jual ( $\xi_3$ ), dukungan sosial ( $\xi_4$ ), pendampingan sosial usaha ( $\xi_5$ ) terhadap kepuasan ( $\eta_1$ ) sebesar 90.9%. Dan sisanya 9.1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian. Nilai *R-square adjusted* loyalitas ( $\eta_2$ ) sebesar 0.834 artinya termasuk kategori kuat. Sehingga kontribusi variabel kualitas pelayanan ( $\xi_1$ ), kemudahan ( $\xi_2$ ), harga jual ( $\xi_3$ ), dukungan sosial ( $\xi_4$ ), pendampingan sosial usaha ( $\xi_5$ )

terhadap loyalitas ( $\eta_2$ ) sebesar 83.4%. Dan sisanya 16.6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian. Tinggi nilai *R-square* didalam *inner model* artinya model mampu menjelaskan variasi data dengan baik (Setiabudhi *et al.*, 2024).

### Nilai Q-Square ( $Q^2$ )

Nilai  $Q^2$  digunakan untuk mengukur tingkatan nilai observasi yang dihasilkan model dan estimasi parameternya (Fikry *et al.*, 2024). Kriteria Q-Square menurut Rahadi (2023), yaitu  $Q^2 > 0$  artinya konstruk memiliki relevansi prediktif yang dipertimbangkan oleh konstruk endogen. Menurut Andrianto & Zawawi (2024), rumus perhitungan  $Q^2$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Q^2 &= 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \\ &= 1 - (1 - 0.909) (1 - 0.834) \\ &= 0.985 \text{ (memiliki relevansi prediktif atau baik karena } Q^2 > 0) \end{aligned}$$

### Model Fit

Model fit atau kecocokan model digunakan untuk menunjukkan seberapa baik model teoritis untuk menghasilkan kembali data yang diamati (Rahadi, 2023). Berikut merupakan penilaian kecocokan model menggunakan uji model fit:

#### Goodness of Fit (GoF)

GoF digunakan untuk menguji kinerja gabungan dari model pengukuran dan struktural (Rahadi, 2023). Kriteria *Goodness of Fit* yaitu GoF = 0.1 (kecil), GoF = 0.25 (sedang), dan GoF = 0.36 (besar). Nilai GoF didapatkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \times R^2} \\ &= \sqrt{0.721 \times 0.8715} \\ &= 0.74 \text{ (nilai tersebut termasuk kategori besar)} \end{aligned}$$

#### Standar Root Mean Square (SRMR) dan Normal Fit Index (NFI)

Tabel 5 Hasil Evaluasi Model Fit SRMR dan NFI dengan PLS-SEM

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.074	0.074
NFI	0.642	0.642

SRMR dikatakan fit jika memiliki nilai  $< 0.10$  dan NFI dikatakan baik jika memiliki nilai yang mendekati 1 (Hardisman, 2021). Berdasarkan Tabel 5, nilai SRMR sebesar 0.074  $< 0.10$  dan nilai NFI sebesar 0.642 artinya memenuhi kriteria yaitu model dapat dikatakan fit dan baik.

### 3.2.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial pada masing-masing variabel untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh faktor-faktor dari variabel eksogen terhadap variabel endogen dan variabel endogen terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis dilihat dari nilai *original sample*, nilai *T statistic*  $> 1.96$  dan *p-values*  $< 0.05$  (hubungan

langsung). *Original sample* digunakan untuk menentukan arah hubungan antar variabel yang digunakan didalam hipotesis (Duryadi, 2021).

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis PLS-SEM dengan Metode *Path Coefficients*

	<i>Original sample (O)</i>	<i>T statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P-values</i>
$\eta_1 \rightarrow \eta_2$	0.021	0.097	0.923
$\xi_1 \rightarrow \eta_1$	0.223	2.619	0.009
$\xi_1 \rightarrow \eta_2$	0.268	2.018	0.044
$\xi_2 \rightarrow \eta_1$	0.286	4.346	0.000
$\xi_2 \rightarrow \eta_2$	0.093	0.723	0.469
$\xi_3 \rightarrow \eta_1$	0.130	2.064	0.039
$\xi_3 \rightarrow \eta_2$	0.020	0.207	0.836
$\xi_4 \rightarrow \eta_1$	0.255	2.726	0.006
$\xi_4 \rightarrow \eta_2$	0.346	2.636	0.008
$\xi_5 \rightarrow \eta_1$	0.174	2.224	0.026
$\xi_5 \rightarrow \eta_2$	0.254	2.023	0.043

Berdasarkan Tabel 6, berikut hasil hipotesis dalam penelitian ini:

**Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship***

Variabel kualitas pelayanan ( $\xi_1$ ), kemudahan ( $\xi_2$ ), harga jual ( $\xi_3$ ), dukungan sosial ( $\xi_4$ ), dan pendampingan sosial usaha ( $\xi_5$ ) memiliki nilai *original sample* positif, uji *t-statistik* >1,96, dan *p-values* <0,05. Artinya kelima variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan ( $\eta_1$ ), sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hasil penelitian di lapang menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat puas dengan kualitas pelayanan, kemudahan, harga jual, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha yang diberikan perusahaan kepada perajin gula semut, sehingga kelima variabel tersebut menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyawati (2023), Nurkhalifah & Sihotang (2024), Azzahra *et al.* (2023), dan Nurfraditama *et al.* (2022) bahwa kelima variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan karyawan.

**Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship***

Variabel kualitas pelayanan ( $\xi_1$ ), dukungan sosial ( $\xi_4$ ), dan pendampingan sosial usaha ( $\xi_5$ ) memiliki nilai *original sample* positif, uji *t-statistik* >1,96, dan *p-values* <0,05. Artinya ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas ( $\eta_2$ ), sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu kemudahan ( $\xi_2$ ) dan harga jual ( $\xi_3$ ) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan dikarenakan memiliki nilai *original sample* yang rendah, uji *t-statistik* <1,96, dan *p-values* >0,05, sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil penelitian di lapang menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat puas dengan kualitas pelayanan, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha yang diberikan perusahaan, sehingga ketiga variabel tersebut menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas perajin gula

semut terhadap perusahaan. Namun kemudahan dan harga jual tidak menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas, dikarenakan terdapat responden yang hanya merasa puas dan cukup puas terhadap kemudahan yang diberikan perusahaan kepada perajin gula semut. Dikarenakan adanya kemudahan yang ditawarkan perusahaan pesaing yaitu tidak memerlukan standar kualitas gula semut yang tinggi dan gula semut diambil secara langsung pihak perusahaan ke rumah perajin tanpa menjualnya ke pengepul. Selain itu, sebagian besar responden tidak puas dengan harga jual gula semut di pengepul CV Agro Berdikari yang mengalami naik turun. Sehingga terdapat beberapa perajin yang memasok ke perusahaan lain dikarenakan harga jual yang ditawarkan lebih tinggi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nuryani *et al.* (2018), Achmad & Yuniawan (2018), dan Siregar (2021) bahwa variabel kualitas pelayanan, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha berpengaruh terhadap loyalitas petani gula semut, karyawan, dan pelanggan. Namun variabel kemudahan dan harga jual memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Menurut Rifa'i (2019), tinggi rendahnya kemudahan yang dirasakan pelanggan dapat mempengaruhi sikap, kepuasan, dan loyalitas terhadap perusahaan. Menurut Daga (2017), harga dapat menjadi unsur sensitif bagi pelanggan untuk mengambil keputusan. Pelanggan yang sensitif akan mudah beralih jika harga tidak sesuai harapan, namun terdapat pelanggan yang tidak mudah terpengaruh dengan perubahan harga sebagai wujud kesetiaan kepada perusahaan. Selain itu, penetapan harga produk harus sesuai dengan kualitas dan sebanding dengan proses produksi, hal ini berkaitan dengan persebaran pasar dan mencegah timbulnya persaingan keras dengan produk yang serupa.

#### **Pengaruh kepuasan perajin gula semut terhadap loyalitas ke CV Agro Berdikari**

Variabel kepuasan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas dikarenakan memiliki nilai *original sample* 0,021 (positif), uji *t-statistik* ( $0,097 < 1,96$ ), dan *p-values* ( $0,923 > 0,05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil penelitian di lapang menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya sangat puas dengan program *social entrepreneurship* yang diterapkan perusahaan dan terdapat responden yang ragu untuk melakukan produksi serta budidaya organik sesuai SOP, ragu untuk merekomendasikan perusahaan ke orang lain, dan ragu untuk menjaga nama baik perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hestingtyas *et al.*, 2022), bahwa kepuasan kelompok tani gula semut di Lereng Gunung Slamet tidak mempengaruhi loyalitas ke PT Indo Agroforestry. Menurut fatihudin & Firmansyah (2019), dalam teori pemasaran jasa bahwa jenis pelanggan dalam pemasaran produk maupun jasa dibedakan menjadi dua yaitu pelanggan yang tidak puas tetapi loyal dan pelanggan yang sangat puas tetapi tidak loyal. Sehingga, hasil penelitian ini sesuai dengan teori tersebut bahwa perajin gula semut yang sangat puas terhadap model *social entrepreneurship* belum tentu memiliki sikap yang loyal terhadap perusahaan.

#### **4. Kesimpulan**

Model kerja sama *social enterprenenurship* yang diterapkan CV Agro Berdikari merupakan bentuk kerja sama perusahaan dengan perajin gula, pengepul dan lembaga pemerintah. Tujuan dari model kerja sama tersebut sebagai upaya untuk keberlanjutan usaha serta memberikan keuntungan ekonomi dan sosial terutama kepada perajin gula semut melalui program-programnya. Berdasarkan hasil analisis PLS-SEM faktor-faktor

yang mempengaruhi kepuasan perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari yaitu kualitas pelayanan, kemudahan, harga jual, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas perajin gula semut terhadap model *social entrepreneurship* di CV Agro Berdikari yaitu kualitas pelayanan, dukungan sosial, dan pendampingan sosial usaha. Kepuasan perajin gula semut tidak mempengaruhi loyalitas perajin gula semut ke CV Agro Berdikari. Artinya tidak semua faktor dapat memberikan pengaruh positif dikarenakan berkaitan dengan penerapannya di lapang.

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menambahkan analisis mengenai tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas perajin gula semut terhadap *model social entrepreneurship* perusahaan, memaksimalkan faktor kemudahan untuk meningkatkan kepuasan perajin gula, memaksimalkan faktor dukungan sosial untuk meningkatkan loyalitas perajin gula, membuat strategi SWOT untuk memudahkan perencanaan dan pengambilan keputusan bagi perusahaan, menambahkan variabel yang belum diteliti dari sisi perajin gula semut yaitu *emosional bonding* (ikatan emosi) dan *trust* (kepercayaan), menambahkan variabel moderasi, serta mengembangkan metode analisis campuran untuk menghasilkan penelitian yang lebih eksploratif.

## Daftar Pustaka

- Alperstedt, G. D., Andion, C., & Pires, P. K. (2023). From Social Enterprises to Impact Businesses: Examining the Theoretical Debate Toward Social Innovation. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 12(2), 1-13. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2264>
- Andrianto, Y., & Zawawi. (2024). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Fore Coffee Shop Surabaya. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1142-1151. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1146>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Luas Tanaman Perkebunan Menurut Provinsi, 2023. In (*BPS - Statistics Indonesia*). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTMxIzI=/luas-tanaman-perkebunan-menurut-provinsi--ribu-hektar-.html>
- Barclay, D., Higgins, C., & Thomsons, R. (1995). *The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling, Personal Computer Adoption and Use as an Illustration*. New York: Technology Studies.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. (2017). Peluang Ekspor Gula Semut. *Warta Ekspor*, 1-19. <http://djpen.kemendag.go.id>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah, Metode Penelitian Empiris, Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Erdiansyah. (2024). *Gula Semut Pemanis Rendah Glikemik yang Menjanjikan*. Pusat Perpustakaan dan Literasi Pertanian, 2(2), 16-20.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Surabaya: Deepublish.
- Fikry, H., Sumarso, & Muflihah, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Variabel Mediator Kepuasan Konsumen Menggunakan SEM-PLS.

*Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi*, 2(10), 254-274.

- Gusriani, H., Asful, F., & Zulvera, Z. (2023). Perspektif Kewirausahaan Sosial dalam Kelompok Usaha Nata de Coco Sejahtera Mandiri di Nagari Balai Baiak III Koto, Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Pertanian Khairun*, 2(1), 110-118. <https://doi.org/10.33387/jpk.v2i1.6282>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Dankas, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. In Springer. <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Padang: Bintang Pustaka Madani.
- Hermawati, A., Mas, N., & Iswari, H. R. (2023). *Kewirausahaan II Kewirausahaan Sosial untuk Perubahan Positif*. Malang: Scopindo Media Pustaka.
- Hestingtyas, I. D., Putri, D. D., & Nurdiani, U. (2022). Pengaruh Kemitraan terhadap Loyalitas Anggota Kelompok Tani Lereng Slamet dengan PT Indo Agroforestry di Desa Sunyalangu Kecamatan Karanglewas Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(3), 994-1007. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.20>
- Putri, D. D. (2020). Studi Komparatif Pendapatan, Biaya dan Kelayakan Usaha Agroindustri Gula Semut pada Setiap Pelaku Rantai Pemasaran. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(1), 65. <https://doi.org/10.20961/sepa.v17i1.42878>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023*. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Madani.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Rifqi, B. F., Sulistianingsih, E., & Imro'ah, N. (2024). Moderated Pls-Sem : Peran Ihsg Sebagai Moderator di Antara Rasio Keuangan dan Nilai Perusahaan Perbankan. *Jurnal Buletin Ilmiah Math. Stat. dan Terapannya (Bimaster)*, 13(5), 679-688.
- Santos, F. M. (2010). A Positive Theory of Social entrepreneurship. In *INSEAD*. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1413-4>
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (n.d.). *Analisis Kuantitatif dengan Smart PLS 4*. Purwokerto: Borneo Novelty Publishing.
- Suryanto, A. (2022). *Menjadikan Milenial Petani Pengusaha*. Bogor: Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Wardah, S., & Hilda, A. (2022). Model Rantai Pasok dan Nilai Tambah Gula Semut Kelapa (Studi Kasus: Kelompok Tani). *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 9(1), 1-8. <https://doi.org/10.34128/jtai.v9i1.145>
- Yuhana, Setiawan, D., & Utomo, P. E. P. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 77-87. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>
- Yunus, M. (2017). *A World of Three Zeros: The New Economics of Zero Poverty, Zero Unemployment, and Zero Net Carbon Emissions*. Public Affairs.