**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**
**LABORATORIUM OTONOMI DAERAH**
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

# SURAT KETERANGAN

Nomor:1033/K/LOD/VI/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fernandi

NBI : 1122200154

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran Ujian Skripsi"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 24 juni 2026

Mengetahui
Kepala Lab. Otoda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

# skripsi fernandi

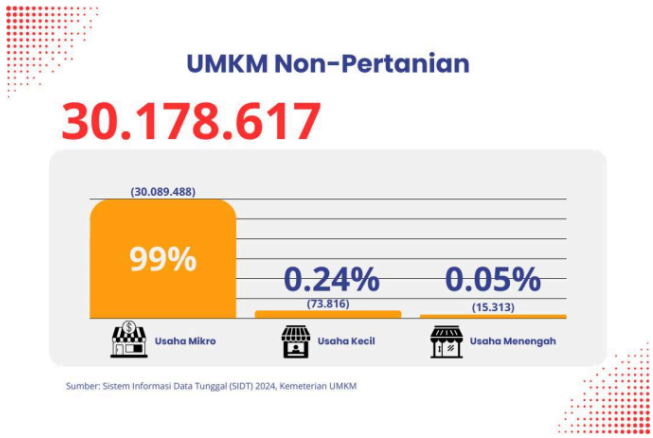
*by* Fernandi _

**Submission date:** 24-Jun-2026 05:45PM (UTC+0700)
**Submission ID:** 2988824933
**File name:** Skripsi_Fernandi_-_1122200154_-_Bab_145.docx (1.61M)
**Word count:** 15515
**Character count:** 84218

# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

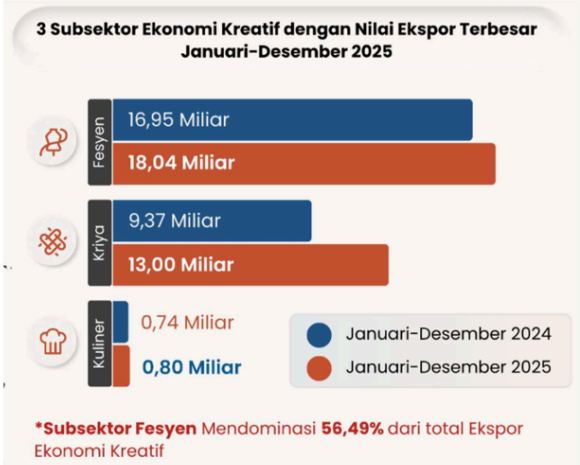
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi vital sebagai tulang punggung stabilitas perekonomian Indonesia. Mengacu pada siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), lebih dari 60% UMKM memberikan hasil kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan telah menyerap pasar tenaga kerja hampir 97% dari total angkatan kerja di Indonesia. Di samping itu, berdasarkan data Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah mencatat terdapat 30.178.617 unit usaha non-pertanian yang ada di Indonesia per 31 Desember 2024, sebagaimana telah disajikan pada Gambar 1.1 (Kadin Indonesia, 2025). Data tersebut menunjukkan sebesar 99% didominasi oleh unit usaha berskala mikro sehingga memberikan peluang bagi masyarakat dalam menjaga resiliensi dan menghadapi krisis ekonomi (Putri et al., 2026). Dari 30.089.488 unit usaha skala mikro di Indonesia, salah satu sektor yang mendukung perekonomian Indonesia berasal dari sektor ekonomi kreatif.




**Gambar 1.1.** Jumlah UMKM Non-Pertanian Indonesia Tahun 2024
**Sumber:** Kadin Indonesia (2025)

Di tengah dominasi UMKM tersebut, terdapat sejumlah subsektor dalam sektor ekonomi kreatif yang mendukung jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, salah satunya subsektor *fashion.* Industri *fashion* hadir sebagai salah satu kontributor pada subsektor ekonomi kreatif yang paling dinamis sekaligus kompetitif di Indonesia, sebagaimana telah disajikan infografis pada Gambar 1.2. Kementerian Ekonomi Kreatif (2025) mencatat bahwa nilai ekspor pada industri *fashion* mencapai hingga USD18,04 miliar. Namun demikian, tingginya angka ekspor pada industri tersebut tidak meniadakan terjadinya dinamika perubahan tren *fashion*

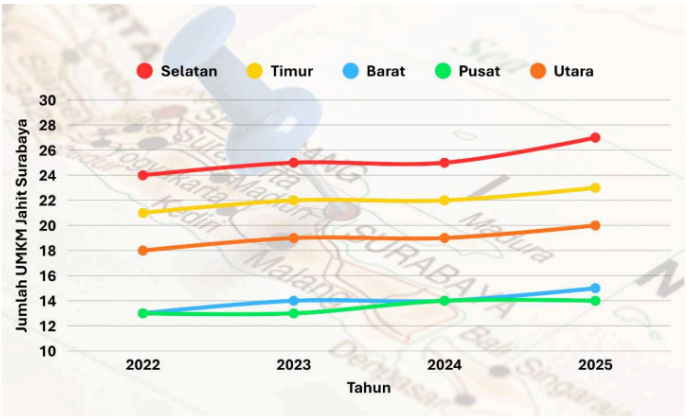
yang cepat dan tingkat persaingan usaha yang tinggi, sebagaimana dinyatakan dalam hasil penelitian Ashari et al. (2025). Ditambah lagi, (Liu, 2025) akselerasi fenomena *fast fashion* yang memaksa siklus produk *(product life cycle)* menjadi lebih singkat sehingga menuntut para pelaku usaha untuk memiliki resiliensi tinggi agar tidak hanya sekadar bertahan sesaat, melainkan mampu menjaga kelangsungan usaha *(business continuity)* dalam jangka panjang. Berbagai tantangan kelangsungan usaha *(business continuity)* ini terasa semakin nyata pada pusat-pusat pertumbuhan ekonomi urban yang menjadi barometer tren saat ini, salah satunya di Kota Surabaya (Purmiyati et al., 2022).




**Gambar 1.2.** Nilai Ekspor Subsektor Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2024-2025
**Sumber:** Kementerian Ekonomi Kreatif (2025)

Sebagai kota metropolitan yang menyandang predikat pusat mode wilayah Indonesia Timur (Purmiyati et al., 2022), Surabaya menjadi arena persaingan yang ketat bagi ribuan pelaku usaha *fashion* skala mikro yang berlangsung hingga saat ini. Merujuk pada data yang disajikan dalam Gambar 1.3, terlihat adanya tren pertumbuhan positif pada jumlah unit UMKM bidang jahit di seluruh wilayah Kota Surabaya selama periode 2022 hingga 2025. Berdasarkan data *time series* yang dikumpulkan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya, wilayah Surabaya Selatan secara konsisten mendominasi pasar dengan jumlah unit usaha tertinggi yang mencapai angka 27 unit pada tahun 2025, disusul oleh wilayah Surabaya Timur yang juga menunjukkan grafik menanjak hingga menyentuh angka 23 unit. Meskipun wilayah lainnya seperti Surabaya Utara, Barat, dan Pusat memiliki volume yang lebih rendah, namun ketiganya tetap menunjukkan persistensi pertumbuhan yang stabil. Secara akumulatif, peningkatan jumlah pelaku usaha ini mengonfirmasi bahwa ekosistem mode di Surabaya semakin padat dan kompetitif. Fenomena tetap bertumbuhnya usaha jahit rumahan *(tailor)* ini menjadi menarik, sebab di tengah maraknya industri pakaian jadi *(ready-to-wear)*

yang masif, usaha jahit rumahan *(tailor)* terbukti mampu bertahan berkat keunggulan spesifik dalam penyediaan desain personalisasi yang tidak dapat dipenuhi secara massal seperti busana pernikahan dan kelulusan, jas *custom,* pakaian sekolah, hingga pakaian dinas harian.




**Gambar 1.3.** Jumlah Unit UMKM Bidang Jahit Berdasarkan Persebaran Wilayah di Kota Surabaya Tahun 2022-2025

**Sumber:** Diolah oleh Penulis (2026) dari Informasi Dinkopumdag Surabaya

Meskipun mengalami peningkatan jumlah unit usaha dari tahun ke tahun, akan tetapi tidak sedikit pelaku usaha yang masih merasa stagnasi dalam menjalankan operasional usahanya. Hasil wawancara awal kepada sejumlah narasumber penjahit rumahan di wilayah Surabaya Timur menunjukkan berbagai stagnasi usaha yang dirasakan oleh pemilik usaha *fashion* skala mikro tersebut, salah satunya mengenai pesanan produk hanya dikerjakan oleh satu orang saja (dalam hal ini pemilik usaha itu sendiri) dengan variasi, model, dan motif yang sama selama bertahun-tahun menjalankan usaha jahit rumahan *(tailor)*. Tidak sedikit narasumber mengaku bahwa mereka tidak akan melakukan produksi pakaian secara massal untuk disimpan sebagai stok, sebab mereka hanya memasarkan kemampuan menjahitnya untuk merancang busana pernikahan dan kelulusan, jas *custom,* pakaian sekolah, hingga pakaian dinas harian. Pola kerja mereka cenderung bersifat reaktif atau hanya bergantung sepenuhnya pada *make-to-order* di mana konsumen datang membawa bahan dan permintaan spesifik. Hal ini menjadi problematika utama terkait orientasi pasar *(market orientation)* yang dinilai masih rendah, yang ditemukan oleh penulis di lapangan pada beberapa pelaku usaha jahit rumahan *(tailor).*

Rendahnya orientasi pasar *(market orientation)* ini menciptakan pola usaha yang fluktuatif dan musiman. Penulis menemukan bahwa mayoritas pemilik usaha jahit rumahan *(tailor)* hanya mengalami lonjakan kesibukan yang tinggi *(overload)* pada momentum tertentu, seperti musim penerimaan siswa baru untuk seragam sekolah, musim kelulusan wisuda untuk pembuatan kebaya atau gaun, serta menjelang hari raya besar seperti Idul Fitri dan Natal.

Namun, di luar periode emas tersebut, para pelaku usaha jahit rumahan *(tailor)* ini sering kali mengalami masa senggang yang panjang atau stagnasi operasional. Ketiadaan kegiatan produksi berdasarkan *make-to-stock* ini mengakibatkan sumber daya baik mesin maupun keahlian yang dimiliki tidak terutilisasi secara maksimal pada hari-hari biasa. Fakta di lapangan ini menunjukkan bahwa penjahit rumahan lebih banyak bekerja dengan pendekatan sendiri *(self-orientation),* di mana pelaku usaha jahit rumahan *(tailor)* hanya terpaku pada pesanan yang masuk dan merasa cukup dengan rutinitas model yang sama selama bertahun-tahun tanpa melakukan diversifikasi produk atau riset keinginan pasar yang lebih luas.




**Gambar 1.4.** *The Ansoff Matrix*
**Sumber:** SmartInsights.com (2021)

Pelaku usaha *fashion* yang telah berjalan lama operasional usahanya sepatutnya tidak hanya terjebak dalam strategi penetrasi pasar *(market penetration)* yang monoton, melainkan berani dalam melakukan pengembangan produk *(product development)* melalui diversifikasi produk secara horizontal maupun vertikal, sebagaimana didukung oleh ilustrasi kerangka teori *Ansoff Matrix* pada Gambar 1.4. Hal ini sejalan dengan temuan Haryanto (2021) yang menegaskan bahwa diversifikasi adalah strategi krusial untuk memitigasi risiko bisnis, sehingga kelangsungan usaha *(business continuity)* tetap terjaga meskipun tren model tertentu mulai ditinggalkan pasar. Namun, pada kenyataannya banyak penjahit rumahan *(tailor)* hanya menjadi pelaksana teknis yang meniru pesanan pelanggan, padahal penelitian Purnomo et al. (2021) membuktikan bahwa inovasi pada motif dan potongan berkontribusi hingga 40% terhadap keberlanjutan usaha *(business continuity).* Sebagai pengusaha *fashion* di Kota Surabaya, penjahit idealnya mulai memproduksi koleksi *ready-to-wear* skala kecil dengan motif kontemporer guna menciptakan diferensiasi dan nilai tambah yang unik. Berbagai upaya transformasi dari sekadar seorang pelaksana teknis menjadi inovator *fashion* melalui diversifikasi sekaligus diferensiasi produk tersebut tentu tidak dapat diimplementasikan tanpa

adanya kesiapan mental seorang pengusaha, seperti pengambilan risiko *(risk taking)* di tengah ketidakpastian yang mengancam keberlangsungan usaha *(business continuity)*.

Secara teoritis, pengambilan risiko *(risk taking)* bagi usaha mikro bukanlah spekulasi buta, melainkan keberanian mengambil keputusan yang terukur di tengah ketidakpastian guna meraih peluang pertumbuhan usaha. Pengusaha *fashion* idealnya berani mengalokasikan sumber daya untuk investasi teknologi, stok material, hingga perekrutan asisten demi meningkatkan kapasitas produksi dan ekspansi pasar (Lumpkin & Dess, 1996 dalam Solikahan & Mohammad, 2019). Namun, realitas yang terjadi pada penjahit rumahan di wilayah Kota Surabaya justru menunjukkan kecenderungan untuk menghindari risiko *(risk aversion)* yang tinggi, di mana banyak pelaku usaha menolak pesanan rumit karena ketakutan berlebih akan kegagalan teknis. Keengganan untuk mengakses modal eksternal atau menambah tenaga kerja juga sering muncul akibat kekhawatiran terhadap beban biaya tetap yang tidak tertutup oleh profit yang sedang berjalan. Bagi penjahit rumahan *(tailor)* mikro, membeli satu gulung kain (yard) merupakan investasi yang besar apabila mereka nekat menjahit 10 potong untuk memproduksi gamis pada hari biasa dan ternyata tidak laku dalam satu bulan, modal mereka "mati" di pakaian tersebut. Hal tersebut memberikan pilihan bagi pelaku usaha untuk lebih memiliki risiko "tidak memiliki uang karena tidak ada *order*" dibandingkan risiko "uang habis karena barang produksi tidak laku".

Ketakutan yang juga dialami oleh beberapa penjahit rumahan *(tailor)* di Surabaya saat ini adalah perbedaan kualitas hasil pengerjaan oleh orang lain (dalam hal ini: asisten atau karyawan baru). Pemilik usaha yang cenderung menolak pesanan yang banyak menyebabkan kapasitas produksi hanya mentok di tangan penjahit, yaitu pemilik usaha itu sendiri. Selain itu, pemilik usaha merasa terbuang waktunya apabila harus melakukan *trial and error* pada model baru yang sedang tren di media sosial. Bagi sejumlah pengusaha, hal tersebut bisa digunakan untuk menyelesaikan pesanan rutin seperti perbaikan pakaian daripada melakukan *trial and error* pada model baru. Berbagai kondisi tersebut mengunci usaha dalam siklus stagnasi jangka panjang karena minimnya keberanian untuk keluar dari zona nyaman operasional harian. Dengan demikian, rendahnya keberanian pengambilan risiko *(risk taking)* ini menjadi salah satu penghambat utama bagi tercapainya keberlangsungan usaha *(business continuity)* yang progresif di lingkungan urban yang kompetitif.

Di era transformasi digital saat ini, pelaku usaha *fashion* skala mikro di Kota Surabaya idealnya memiliki kecakapan literasi digital *(digital literacy)* yang komprehensif untuk mengakses dan mengelola informasi untuk meningkatkan efisiensi bisnis (Martin, 2008 dalam Mualimin & Junaidi, 2023). Penjahit rumahan *(tailor)* seharusnya mampu mengoptimalkan media sosial sebagai portofolio visual dan mengadopsi sistem pembayaran digital dalam rangka memperluas jangkauan pasar di lingkungan urban yang kian kompetitif. Kenyataannya, fenomena *digital gap* masih menjadi hambatan serius bagi penjahit di Kota Surabaya yang di mana mayoritas masih menggunakan perangkat digital sebatas untuk komunikasi personal dasar melalui WhatsApp (Pratama & Setyowati, 2023). Kegagapan saat harus menggunakan fitur WhatsApp Business seperti katalog daring atau profil Google Maps menyebabkan jasa pengusaha menjadi "tak terlihat" bagi konsumen yang sangat bergantung pada ekosistem

digital. Akibatnya, meski memiliki keahlian teknis yang tinggi, usaha yang dijalankan cenderung stagnan karena kegagalan dalam beradaptasi dengan dinamika ekonomi digital saat ini.

Di samping itu, banyak penjahit rumahan *(tailor)* yang memiliki hasil jahitan rapi dan berkualitas, namun mereka tidak tahu cara memotret hasil produk tersebut dengan pencahayaan yang benar, sudut yang menarik, ataupun melakukan *editing* sederhana sebagai bentuk testimoni *online*. Adapun catatan pesanan konsumen yang masih berupa buku corat-coret manual yang rawan hilang atau rusak oleh air. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, sejumlah pengusaha tidak memiliki basis data digital (seperti Excel atau Google Spreadsheet sederhana) untuk melihat siapa identitas konsumen di luar kenalan keluarga yang cukup sering menggunakan jasanya atau kapan pesanan akan memuncak di luar *high season* bagi penjahit rumahan. Berbagai ketidakmampuan memproses dan mengakses informasi digital ini dapat menjadi ancaman operasional bagi keberlangsungan usaha *(business continuity)* jangka panjang di tengah persaingan mode yang kian agresif.

Sebagai usaha berbasis domestik, penjahit rumahan *(tailor)* identik dan idealnya memiliki dukungan sosial dari keluarga *(family social support)* yang kuat, mencakup bantuan instrumental, dukungan emosional, serta dukungan informasional (House, 1981 dalam Syaipuddin et al., 2025). Dukungan instrumental dan emosional dari anggota keluarga di Kota Surabaya seharusnya menjadi pilar psikologis bagi pengusaha mikro untuk berekspansi tanpa mengabaikan stabilitas rumah tangga. Berdasarkan pengamatan dan wawancara awal oleh penulis, banyak penjahit rumahan *(tailor)* di Kota Surabaya yang mengalami konflik peran karena profesinya dianggap sekadar pekerjaan sampingan dengan dukungan operasional yang minim. Tempat usaha yang menyatu dengan ruang tamu sering kali dianggap oleh anggota keluarga sebagai aktivitas pekerjaan sampingan yang bisa disela kapan saja. Rendahnya apresiasi dari lingkungan keluarga juga sering kali membatasi ruang gerak pengusaha untuk melakukan ekspansi pasar hingga investasi teknologi.

Di sisi yang bersamaan, banyak anak dari penjahit rumahan *(tailor)* skala mikro di Kota Surabaya yang sudah melek teknologi, tetapi orang tuanya tidak mendapatkan dukungan berupa pendampingan (edukasi) dan hanya bersifat apatis terhadap usaha orang tuanya. Bagi sejumlah penjahit rumahan mikro yang belum menikah, hasil pendapatan dari aktivitas menjahit sering kali langsung digunakan untuk kebutuhan keluarganya tanpa disisihkan sebagai modal usaha kemudian hari. Berbagai dilema dari keluarga ini dapat berakibat pada potensi pertumbuhan usaha yang terhambat oleh beban domestik sehingga membuat strategi bisnis tidak dapat terimplementasi secara maksimal. Oleh karena itu, posisi keluarga sebagai variabel moderasi *(moderating variable)* menjadi faktor krusial yang layak diuji untuk memahami dinamika keberlanjutan usaha *(business continuity)* jahit rumahan di tengah berbagai tantangan terjadi, khususnya di wilayah perkotaan.

Urgensi untuk meneliti faktor pengambilan risiko *(risk taking)* didasari oleh adanya ketidakkonsistenan hasil *(inconsistent findings)* dalam literatur terdahulu. Dalam sektor industri ekonomi kreatif yang serupa seperti kuliner, penelitian oleh Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko *(risk taking)* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap

resiliensi usaha karena kecepatan adaptasi menu terhadap selera pasar. Namun, hasil ini kontras dengan temuan Wulandari et al. (2021) pada pelaku usaha mikro di sektor jasa yang menyatakan bahwa keberanian mengambil risiko *(risk taking)* tidak berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha *(business continuity)* apabila tidak dibarengi dengan kompetensi teknis yang memadai, karena risiko yang tidak terukur justru dapat memicu kebangkrutan dini. Kesenjangan hasil penelitian ini, ditambah dengan jarangnya studi secara spesifik membedah pengambilan risiko *(risk taking)* pada penjahit rumahan *(tailor)* di kota metropolitan seperti Surabaya, sehingga menciptakan celah akademik *(research gap)* yang perlu diisi guna mengonfirmasi apakah pengambilan risiko *(risk taking)* tetap menjadi prediktor utama bagi kelangsungan usaha *(business continuity)* pada level usaha mikro yang sangat bergantung pada keahlian personal.

Studi terkait literasi digital *(digital literacy)* sering dianggap sebagai kunci utama resiliensi bisnis, yang di mana terdapat perdebatan akademik mengenai efektivitasnya pada skala usaha mikro. Penelitian pada sektor kuliner oleh Sari (2023) menunjukkan bahwa literasi digital *(digital literacy)* memiliki pengaruh dominan terhadap keberlangsungan usaha *(business continuity)* karena kemudahan integrasi dengan platform pengantaran makanan daring. Namun, studi lain oleh Budiman et al. (2022) pada sektor jasa kerajinan menunjukkan hasil yang berbeda, di mana literasi digital *(digital literacy)* tidak signifikan memengaruhi keberlangsungan usaha *(business continuity)*. Kesenjangan hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa literasi digital *(digital literacy)* mungkin memiliki peran yang berbeda tergantung pada karakteristik subsektor industri ekonomi kreatifnya. Untuk itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi celah dengan menguji apakah bagi penjahit rumahan (bidang *fashion*), literasi digital *(digital literacy)* benar-benar menjadi motor penggerak keberlangsungan usaha *(business continuity)* atau hanya sekadar instrumen pendukung yang dampaknya masih terbatas.

Selain itu, orientasi pasar *(market orientation)* secara teoritis dipandang sebagai pilar utama daya saing, terdapat diskrepansi atau ketidaksesuaian hasil penelitian mengenai signifikansinya pada tingkat usaha mikro skala rumahan. Penelitian pada sektor kuliner oleh Mahendra (2024) membuktikan bahwa orientasi pasar *(market orientation)* berdampak langsung pada keberlanjutan usaha *(business continuity)* karena kemudahan dalam melakukan modifikasi menu sesuai preferensi konsumen lokal. Sebaliknya, studi oleh Rahayu (2022) pada sektor kerajinan tangan menunjukkan bahwa orientasi pasar *(market orientation)* terkadang tidak mampu menjamin kelangsungan usaha *(business continuity)* jika tidak didukung oleh sumber daya finansial yang cukup untuk mengeksekusi strategi pasar tersebut. Inkonsistensi kedua hasil penelitian ini, ditambah dengan masih terbatasnya kajian yang menghubungkan orientasi pasar *(market orientation)* dengan keberlangsungan usaha *(business continuity)* pada jasa penjahit rumahan (tailor) di Kota Surabaya yang memiliki karakteristik ketergantungan pada *personal branding* pemiliknya sendiri, menjadi alasan kuat dilakukannya penelitian ini untuk menutup celah *(gap)* akademik yang ada.

Meskipun dukungan sosial keluarga *(family social support)* secara teoritis dianggap sebagai faktor penguat bagi keberhasilan seorang wirausahawan, terdapat diskrepansi hasil penelitian mengenai efektivitasnya sebagai variabel moderasi pada skala usaha mikro.

Penelitian pada sektor kuliner oleh Fauzi (2025) menemukan bahwa dukungan keluarga memperkuat hubungan antara orientasi pasar dengan kinerja bisnis melalui penyediaan bantuan oeprasional dan motivasi emosional. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh Handayani (2023) pada sektor kriya, di mana dukungan keluarga justri tidak memiliki efek moderasi yang signifikan karena pengusaha yang memiliki kemandirian finansial tinggi cenderung tidak bergantung pada dukungan domestik. Inkonsistensi ini menunjukkan bahwa peran keluarga bersifat situasional dan sangat bergantung pada karakteristik subsektor industrinya. Kesenjangan hasil tersebut dengan ditambah jarangnya studi yang menempatkan dukungan keluarga *(family social support)* sebagai variabel moderasi antara pengambilan risiko *(risk taking),* literasi digital *(digital literacy),* dan orientasi pasar *(market orientation)* terhadap kelangsungan usaha *(business continuity)* pada bidang *fashion* (penjahit rumahan) di wilayah perkotaan (Kota Surabaya), menjadi dasar yang kuat dilakukannya penelitian saat ini.

Berdasarkan uraian pada latar belakang mengenai masalah stagnasi keberlangsungan usaha *(business continuity)* jahit rumahan di daerah perkotaan yang berpotensi buruk menuju fase penurunan usaha *(decline stage),* hingga berbagai kesenjangan hasil penelitian *(research gap)* yang ditemukan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Risk Taking*, *Digital Literacy*, dan *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* dengan *Family Social Support* sebagai *Moderating Variable* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya".**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang pada subbab sebelumnya, peneliti merumuskan sejumlah pertanyaan rumusan masalah sebagai berikut:

1) Seberapa besar pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya?
2) Seberapa besar pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya?
3) Seberapa besar pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya?
4) Seberapa besar *Family Social Support* memoderasi pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya?
5) Seberapa besar *Family Social Support* memoderasi pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya?
6) Seberapa besar *Family Social Support* memoderasi pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah pada subbab sebelumnya, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1) Untuk mengetahui dan menganalisis besaran pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya.
2) Untuk mengetahui dan menganalisis besaran pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya.
3) Untuk mengetahui dan menganalisis besaran pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya.
4) Untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji kekuatan *Family Social Support* dalam memoderasi pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya.
5) Untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji kekuatan *Family Social Support* dalam memoderasi pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya.
6) Untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji kekuatan *Family Social Support* dalam memoderasi pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* pada Usaha *Fashion* Skala Mikro di Kota Surabaya.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap terdapat berbagai pihak mendapatkan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

**1) Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dalam mendorong proses pengembangan ilmu pengetahuan di bidang *Entrepreneurship* (Kewirausahaan), khususnya mengenai *Risk Taking* (Pengambilan Risiko), *Digital Literacy* (Literasi Digital), *Market Orientation* (Orientasi Pasar), dan *Family Social Support* (Dukungan Keluarga) terhadap *Business Continuity* (Kelangsungan Usaha) di sektor *fashion* skala mikro.

**2) Manfaat Praktis**

(1) Bagi Pelaku Usaha Bidang Fashion Skala Mikro di Kota Surabaya

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku usaha bidang *fashion* skala mikro di Kota Surabaya dengan meningkatkan pemahaman hingga mencari berbagai alternatif jalan keluar di tengah keberlangsungan usaha *(Business Continuity)* mengenai *Risk Taking* (Pengambilan Risiko), *Digital Literacy* (Literasi Digital), *Market Orientation* (Orientasi Pasar), dan *Family Social Support* (Dukungan Keluarga).

(2) Bagi Peneliti

Proses penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan berbagai pengetahuan maupun keterampilan terkait *Risk Taking* (Pengambilan Risiko), *Digital Literacy*

(Literasi Digital), *Market Orientation* (Orientasi Pasar), dan *Family Social Support* (Dukungan Keluarga) terhadap *Business Continuity* (Kelangsungan Usaha).

(3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat digunakan sebagai referensi penelitian dalam mengekplorasi lebih mendalam mengenai *Risk Taking* (Pengambilan Risiko), *Digital Literacy* (Literasi Digital), *Market Orientation* (Orientasi Pasar), dan *Family Social Support* (Dukungan Keluarga) terhadap *Business Continuity* (Kelangsungan Usaha) pada usaha *fashion* skala mikro di Kota Surabaya.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Penyusunan penelitian ini mencakup struktur dari bab pertama hingga kelima.

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan penjelasan gambaran awal dilakukannya penelitian melalui latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian bagi beberapa pihak secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan penelitian ini.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan hasil penelitian terdahulu, pemilihan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian ini, pemilihan konseptualisasi dan operasional variabel penelitian, pemaparan pola hubungan antarvariabel penelitian, penyusunan kerangka berpikir penelitian, serta pengajuan hipotesis penelitian yang akan diuji.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan jenis dan desain penelitian yang digunakan, termasuk lokasi penelitian, populasi dan sampel, pemilihan skala pengukuran dan instrumen penelitian, pemilihan jenis dan sumber data penelitian, pemilihan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini.

**BAB IV : PENYAJIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat hasil penyajian data yang diperoleh melalui survei, kemudian dilanjutkan dengan berbagai proses analisis data, serta menginterpretasikan hasil penelitian berdasarkan teori maupun penelitian terdahulu.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini memberikan kesimpulan hasil penelitian secara menyeluruh, serta menyampaikan saran dan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang aplikatif maupun penelitian lanjutan.

# BAB IV

# PENYAJIAN DATA, ANALISIS DATA, DAN PEMBAHASAN

## 4.1. Penyajian Data

### 4.1.1. Gambaran Objek Penelitian

Usaha mikro jasa jahit di Kota Surabaya sebagian besar mengalami pertumbuhan positif yang berada di kawasan pemukiman padat penduduk serta area sekitar kampus dan pusat perbelanjaan. Para pelaku usaha ini umumnya mengoperasikan usahanya secara mandiri dengan memanfaatkan area teras rumah, garasi, atau menyewa kios kecil berukuran sekitar tiga kali empat meter. Peralatan produksi yang digunakan masih relatif sederhana, biasanya terdiri dari satu hingga dua unit mesin jahit dinamo, satu mesin obras, dan sebuah meja potong kayu. Di dalam ruangan yang terbatas tersebut, tumpukan kain pesanan, gulungan benang warna-warni, dan manekin pajangan tertata sedemikian rupa memenuhi sudut tempat kerja. Setiap harinya, aktivitas produksi dimulai sejak pagi hari untuk mengejar target penyelesaian pakaian konsumen yang silih berganti berdatangan.

Dalam menjalankan operasional harian, jenis layanan yang ditawarkan oleh para penjahit Surabaya ini sangat beragam, mulai dari permak pakaian jadi hingga pembuatan busana kustom seperti kebaya, gaun pesta, dan seragam kantor. Sistem kerja yang diterapkan mayoritas berbasis pesanan personal *(make-to-order)*, di mana konsumen datang langsung membawa bahan kain sendiri atau memilih contoh model dari katalog yang disediakan. Sebagian penjahit mikro yang modalnya lebih kuat juga mulai menyetok kain sendiri untuk diproduksi menjadi pakaian jadi skala kecil yang siap jual pada musim tertentu *(make-to-stock)*, misalnya pada saat penerimaan siswa baru dan hari raya. Penentuan harga jasa sangat bergantung pada tingkat kerumitan pola baju, jenis bahan yang dijahit, serta seberapa cepat tenggat waktu yang diminta oleh pelanggan.

Melihat realitas di lapangan, aspek permodalan dan keberanian finansial para penjahit ini diuji saat mereka memutuskan untuk memperbarui alat kerja atau menambah stok bahan baku musiman. Pengadaan mesin jahit otomatis berkecepatan tinggi atau mesin pasang kancing modern sering kali menguras seluruh tabungan operasional bulanan mereka. Keputusan untuk mengambil langkah berani tersebut biasanya diambil menjelang momen-momen ramai seperti hari raya keagamaan atau musim kelulusan sekolah yang menjanjikan lonjakan pesanan. Jika prediksi mereka meleset, pemilik usaha harus memutar otak mencari pinjaman mandiri agar roda bisnis tidak mandek di tengah jalan. Keberanian menanggung konsekuensi finansial inilah yang menjadi penentu apakah kelangsungan usaha jahit mereka bisa berkembang atau justru jalan di tempat.

Dari sisi pemanfaatan teknologi, saat ini mulai terlihat polarisasi yang cukup jelas di antara para penjahit mikro di Surabaya. Penjahit dari generasi yang lebih tua cenderung masih setia menggunakan pembukuan nota kertas manual dan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut antar tetangga. Sebaliknya, generasi penjahit yang lebih muda sudah fasih memanfaatkan aplikasi pesan singkat dan media sosial untuk mengirimkan detail ukuran baju serta foto progres

jahitan kepada pelanggan. Mereka juga memanfaatkan platform digital tersebut sebagai portofolio daring untuk memamerkan kerapian potongan busana hasil karya mereka demi menjaring konsumen dari luar wilayah. Transaksi pembayaran pun perlahan mulai bergeser, di mana penyediaan kode QR atau transfer bank kini sudah jamak ditemui di meja kasir kios jahit mereka.

Fakta menarik lainnya di lapangan menunjukkan bahwa keberadaan usaha jahit ini sangat sensitif terhadap perubahan tren busana yang sedang digandrungi oleh masyarakat urban Surabaya. Pemilik usaha dituntut untuk selalu memperbarui pengetahuan mereka tentang potongan baju yang viral di internet agar bisa menerjemahkan keinginan konsumen ke atas kain secara akurat. *Entrepreneur* tidak lagi sekadar pasif menerima instruksi, melainkan aktif memberikan masukan mengenai kesesuaian bahan dengan model pakaian yang diinginkan pelanggan. Pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penyelesaian, dan komunikasi yang fleksibel menjadi kunci utama bagi mereka untuk mempertahankan pelanggan lama. Strategi menjaga kedekatan dengan selera pasar ini terbukti ampuh membuat usaha jahit mikro tetap eksis di tengah serbuan pakaian impor siap pakai.

Dengan demikian, kelangsungan operasional usaha jahit mikro di Surabaya ini sangat bergantung pada bagaimana pemiliknya mengelola modal yang ada serta keberanian mereka dalam mengambil keputusan finansial yang penuh risiko *(Risk Taking)*. Kemampuan mereka untuk terus beradaptasi dengan cara menguasai teknologi digital *(Digital Literacy)* dalam pemasaran dan komunikasi juga terbukti memperpanjang napas bisnis di era modern. Semua itu kemudian diperkuat oleh kejelian mereka dalam mengamati dan mengikuti arah pergerakan selera pasar *fashion* yang dinamis *(Market Orientation)* dari hari ke hari. Pada akhirnya, seluruh kerja keras di ruang produksi tersebut dapat berjalan konsisten berkat adanya bantuan tenaga dan suntikan semangat moral yang diberikan oleh anggota keluarga di rumah *(Family Social Support)*. Perpaduan antara ketangguhan mental, adaptasi teknologi, kepekaan pasar, dan sokongan dari ekosistem domestik inilah yang menjaga detak nadi usaha jahit mereka tetap bertahan secara berkelanjutan *(Business Continuity)* di tengah kerasnya kompetisi kota.

### 4.1.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan agar dapat memberikan gambaran umum mengenai profil pemilik usaha jasa jahit pakaian di Kota Surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan data pembinaan usaha spesialisasi jahit pakaian dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 59 orang dan kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini antara lain:

#### 4.1.2.1. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1** Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| Laki-laki | 26 | 44,1% |
| Perempuan | 33 | 55,9% |
| **Total** | **59** | **100%** |

**Sumber:** Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan persentase pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 33 orang dengan persentase 55,9% dibandingkan laki-laki yang hanya 26 orang dengan persentase 44,1%. Hasil temuan ini memberikan indikasi bahwa mayoritas partisipan dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, yang mencerminkan representasi gender yang cenderung didominasi oleh kelompok wanita dibandingkan pria dengan selisih sekitar 11,8%.

#### 4.1.2.2. Kriteria Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2** Data Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| <23 tahun | 0 | 0% |
| ≥23 hingga <28 tahun | 0 | 0% |
| ≥28 hingga <33 tahun | 4 | 6,78% |
| ≥33 hingga <38 tahun | 7 | 11,86% |
| ≥38 hingga <43 tahun | 15 | 25,42% |
| ≥43 hingga <48 tahun | 19 | 32,20% |
| ≥48 hingga <53 tahun | 9 | 15,25% |
| ≥53 hingga <58 tahun | 3 | 5,08% |
| ≥58 tahun | 2 | 3,39% |
| **Total** | **59** | **100%** |

**Sumber:** Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Pada kriteria usia responden di tabel 4.2, kelompok usia yang mendominasi pada penelitian ini yaitu usia ≥43 hingga <48 tahun dengan jumlah 19 responden dan persentasenya 32,20%, namun tidak terdapat responden pada kelompok usia <28 tahun. Temuan ini memberikan indikasi bahwa pemilik usaha jasa jahit yang ada di Kota Surabaya bukanlah dari kalangan muda atau Generasi Z, melainkan didominasi oleh kelompok usia dewasa matang yang telah memiliki keluarga dan pengalaman menjahit yang mapan.

#### 4.1.2.3. Kriteria Responden Berdasarkan Hasil Produksi Pakaian

**Tabel 4.3** Karakteristik Berdasarkan Hasil Produksi Pakaian Bulanan

| Produksi (Unit) per Bulan | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| <30 pcs | 13 | 22,03% |
| ≥30 hingga <60 pcs | 10 | 16,95% |
| ≥60 hingga <90 pcs | 22 | 37,29% |
| ≥90 hingga <120 pcs | 9 | 15,25% |
| ≥120 hingga <150 pcs | 5 | 8,47% |
| ≥150 pcs | 0 | 0% |
| **Total** | **59** | **100%** |

**Sumber:** Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan penyajian data hasil produksi pakaian bulanan pada tabel 4.3 menjelaskan bahwa mayoritas responden pemilik usaha mampu memproduksi ≥60 hingga <90 pcs per bulan, yaitu sebanyak 22 orang (37,29%). Sementara itu, tidak ada satupun responden yang mampu memproduksi pakaian ≥150 pcs dalam sebulan.

#### 4.1.2.4. Kriteria Responden Berdasarkan Lamanya Keterampilan Menjahit

**Tabel 4.4** Karakteristik Berdasarkan Lamanya Keterampilan Menjahit

| Keterampilan Menjahit | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| <2 tahun | 0 | 0% |
| ≥2 hingga <4 tahun | 4 | 6,78% |
| ≥4 hingga <6 tahun | 9 | 15,25% |
| ≥6 hingga <8 tahun | 15 | 25,42% |
| ≥8 hingga <10 tahun | 20 | 33,90% |
| ≥10 tahun | 11 | 18,64% |
| **Total** | **59** | **100%** |

**Sumber:** Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan data karakteristik responden pada tabel 4.4, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman atau keterampilan menjahit pada tingkat tertinggi dalam rentang ≥8 hingga <10 tahun, yaitu sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 33,90%. Sebaliknya, kelompok responden dengan jumlah terendah (di luar angka 0% pada kategori <2 tahun) berada pada rentang ≥2 hingga <4 tahun, yaitu hanya sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 6,78% dari total keseluruhan 59 responden. Dari hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku usaha atau responden dalam penelitian ini merupakan individu yang sangat berpengalaman dan memiliki jam terbang tinggi di bidang menjahit, di mana lebih dari sepertiganya telah mengasah keterampilannya selama ≥8 hingga <10 tahun.

#### 4.1.2.5. Kriteria Responden Berdasarkan Lamanya Usaha Berjalan

**Tabel 4.5** Karakteristik Berdasarkan Lamanya Usaha Berjalan

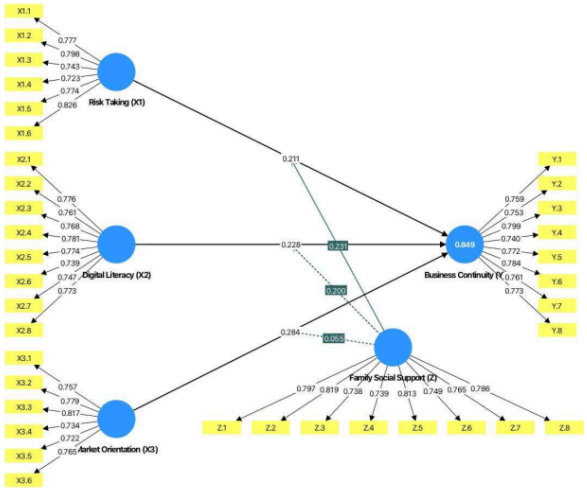
| Lama Usaha Berjalan | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| <2 tahun | 0 | 0% |
| ≥2 hingga <4 tahun | 3 | 5,08% |
| ≥4 hingga <6 tahun | 10 | 16,95% |
| ≥6 hingga <8 tahun | 17 | 28,81% |
| ≥8 hingga <10 tahun | 16 | 27,12% |
| ≥10 tahun | 13 | 22,03% |
| **Total** | **59** | **100%** |

**Sumber:** Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai lamanya usaha telah berjalan, dapat diketahui bahwa mayoritas pelaku usaha dalam penelitian ini berada pada kategori kelompok umur usaha ≥6 hingga <8 tahun, yaitu sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 28,81%. Sebaliknya, proporsi pelaku usaha dengan masa operasional terendah (di luar angka 0% pada kategori <2 tahun) berada pada rentang ≥2 hingga <4 tahun, yaitu hanya sebesar 5,08% (3 orang) dari total keseluruhan 59 responden. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini sangat didominasi oleh pelaku usaha *fashion* skala mikro yang relatif stabil dan telah berhasil melewati fase kritis awal pendirian usaha, melihat sebagian besar dari total responden (lebih dari 77% jika diakumulasikan) telah berhasil menjalankan operasional usahanya selama lebih dari 6 tahun.

### 4.1.3. Uji Instrumen Analisis *Outer Model (Measurement Model)*

Uji instrumen analisis model pengukuran bertujuan untuk mengevaluasi apakah dalam mengukur hubungan antarvariabel laten (konstruk) layak digunakan secara validitas maupun reliabilitas pada instrumen penelitian. Analisis *outer model* pada penelitian ini yang menguji validitas terdiri atas dua tahapan, yaitu *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. Sementara itu, analisis *outer model* yang menguji reliabilitas terdiri atas satu tahapan, yaitu *Construct Reliability*.




**Gambar 4.1** Hasil *Outer Model*
**Sumber:** SmartPLS 4.1.1.6

#### 4.1.3.1. *Convergent Validity*

**1) *Outer Loadings (Loading Factor)***

Pengujian *outer loadings* dilakukan dengan melihat nilai pada tiap indikator manakah yang memenuhi validitas konvergen yang memiliki kriteria nilai *loading factor* ≥ 0.7 (Wibowo 2024:70), yang menunjukkan bahwa indikator tersebut cukup merepresentasikan variabel laten.

**Tabel 4.6** Nilai *Outer Loadings*

| Variabel | Indikator | Nilai Outer Loading | Keterangan |
|---|---|---|---|
| *Risk Taking* ($X_1$) | X1.1 | 0.777 | Valid |
| | X1.2 | 0.798 | Valid |
| | X1.3 | 0.743 | Valid |
| | X1.4 | 0.723 | Valid |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | X1.5 | 0.774 | Valid |
| | X1.6 | 0.826 | Valid |
| *Digital Literacy* ($X_2$) | X2.1 | 0.776 | Valid |
| | X2.2 | 0.761 | Valid |
| | X2.3 | 0.768 | Valid |
| | X2.4 | 0.781 | Valid |
| | X2.5 | 0.774 | Valid |
| | X2.6 | 0.739 | Valid |
| | X2.7 | 0.747 | Valid |
| | X2.8 | 0.773 | Valid |
| *Market Orientation* ($X_3$) | X3.1 | 0.757 | Valid |
| | X3.2 | 0.779 | Valid |
| | X3.3 | 0.817 | Valid |
| | X3.4 | 0.734 | Valid |
| | X3.5 | 0.722 | Valid |
| | X3.6 | 0.765 | Valid |
| *Business Continuity* (Y) | Y.1 | 0.759 | Valid |
| | Y.2 | 0.753 | Valid |
| | Y.3 | 0.799 | Valid |
| | Y.4 | 0.740 | Valid |
| | Y.5 | 0.772 | Valid |
| | Y.6 | 0.784 | Valid |
| | Y.7 | 0.761 | Valid |
| | Y.8 | 0.773 | Valid |
| *Family Social Support* (Z) | Z.1 | 0.797 | Valid |
| | Z.2 | 0.819 | Valid |
| | Z.3 | 0.738 | Valid |
| | Z.4 | 0.739 | Valid |
| | Z.5 | 0.813 | Valid |
| | Z.6 | 0.749 | Valid |
| | Z.7 | 0.765 | Valid |
| | Z.8 | 0.768 | Valid |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Berdasarkan tabel 4.6, maka dapat disimpulkan bahwa nilai *outer loading* yang tertinggi tanpa efek interaksi moderasi, yaitu pada indikator X1.6 senilai 0.826, sedangkan

nilai terendahnya pada indikator X3.5 senilai 0.722. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengujian selanjutnya.

**2) *Average Variance Extracted* (AVE)**

Pengujian kedua pada validitas konvergen yaitu melalui metrik *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut ini disajikan hasil pengujiannya.

**Tabel 4.7** Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

| Variable | Average Variance Extracted (AVE) |
|---|---|
| *Risk Taking* ($X_1$) | 0.599 |
| *Digital Literacy* ($X_2$) | 0.585 |
| *Market Orientation* ($X_3$) | 0.582 |
| *Business Continuity* (Y) | 0.590 |
| *Family Social Support* (Z) | 0.603 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Hasil pengujian tabel 4.7 menunjukkan nilai AVE pada *Risk Taking* ($X_1$) senilai 0.599, *Digital Literacy* ($X_2$) senilai 0.585, *Market Orientation* ($X_3$) senilai 0.582, *Business Continuity* (Y) senilai 0.590, dan *Family Social Support* (Z) senilai 0.603. Berdasarkan kriteria Wibowo (2024:80), nilai AVE ≥ 0.5 dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh variabel memenuhi kriteria valid secara konvergen dan layak dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

### 4.1.3.2. *Discriminant Validity*

**1) *Fornell-Larcker Criterion***

Metrik ini digunakan untuk memastikan variabel laten lebih berkorelasi dengan indikator-indikator sendiri daripada dengan variabel laten lainnya (Wibowo, 2024:82-83). Berikut ditampilkan hasil pengujian *Fornell-Larcker Criterion*.

**Tabel 4.8** Nilai *Fornell-Larcker Criterion*

| Variable | X1 | X2 | X3 | Y | Z |
|---|---|---|---|---|---|
| **X1** | **0.774** | | | | |
| **X2** | 0.383 | **0.765** | | | |
| **X3** | 0.407 | 0.375 | **0.763** | | |
| **Y** | 0.568 | 0.569 | 0.580 | **0.768** | |
| **Z** | 0.129 | 0.216 | 0.121 | 0.583 | **0.776** |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.8, nilai *Fornell-Larcker Criterion* pada *Risk Taking* ($X_1$) senilai 0.774, *Digital Literacy* ($X_2$) senilai 0.765, *Market Orientation* ($X_3$) senilai 0.763, *Business Continuity* (Y) senilai 0.768, dan *Family Social Support* (Z) senilai

0.776. Dengan demikian, seluruh variabel memenuhi kriteria valid secara konvergen dan layak dilanjutkan pada pengujian berikutnya, karena nilai akar kuadrat AVE jauh lebih besar daripada korelasi antara variabel tersebut dengan variabel lain (Wibowo, 2024:82-83).

**2) *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)**

Pengujian berikutnya untuk menentukan validitas diskriminan dapat diuji melalui metrik HTMT. Kriteria menurut Wibowo (2024:84), apabila HTMT ≤ 0.9 artinya validitas diskriminannya tercapai.

**Tabel 4.9** Nilai *Heterorait-Monotrait* (HTMT)

| Variable | X1 | X2 | X3 | Y | Z | Z × X1 | Z × X2 | Z × X3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **X1** | | | | | | | | |
| **X2** | 0.402 | | | | | | | |
| **X3** | 0.421 | 0.399 | | | | | | |
| **Y** | 0.617 | 0.611 | 0.622 | | | | | |
| **Z** | 0.162 | 0.242 | 0.203 | 0.614 | | | | |
| **Z × X1** | 0.182 | 0.310 | 0.237 | 0.466 | 0.087 | | | |
| **Z × X2** | 0.309 | 0.125 | 0.210 | 0.401 | 0.125 | 0.300 | | |
| **Z × X3** | 0.252 | 0.164 | 0.219 | 0.415 | 0.199 | 0.448 | 0.398 | |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Pada tabel 4.9, hasil pengujian tersebut menunjukkan seluruh nilai HTMT pada tabel tersebut berada di bawah kriteria nilai 0.9. Dengan demikian, seluruh variabel terbukti memiliki keunikan tersendiri dan tidak tumpang tindih dengan variabel lainnya.

### 4.1.3.3. *Construct Reliability*

**1) *Cronbach's Alpha***

Pengukuran ini berguna untuk menentukan apakah indikator-indikator pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel atau tidak reliabel. Menurut Wibowo (2024:76), nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai ≥ 0.7 dinyatakan reliabel (standar minimum), serta nilai ≥ 0.8 berarti sangat reliabel.

**Tabel 4.10** Nilai *Cronbach's Alpha*

| Variable | Cronbach's Alpha |
|---|---|
| *Risk Taking* ($X_1$) | 0.868 |
| *Digital Literacy* ($X_2$) | 0.899 |
| *Market Orientation* ($X_3$) | 0.859 |

| | |
|---|---|
| *Business Continuity* (Y) | 0.901 |
| *Family Social Support* (Z) | 0.907 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel berada di atas 0.8, artinya tergolong sangat reliabel dengan tingkat konsistensi internal yang baik.

**2) *Composite Reliability***

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur konsistensi internal secara lebih akurat dibandingkan *Cronbach's Alpha* (Wibowo, 2024:76). Apabila nilai *Composite Reliability* ≥ 0.7, maka dinyatakan reliabel, sedangkan nilai ≥ 0.8 dinyatakan sangat reliabel.

**Tabel 4.11** Nilai *Composite Reliability*

| Variable | Composite Reliability (rho_a) | Composite Reliability (rho_c) |
|---|---|---|
| *Risk Taking* ($X_1$) | 0.880 | 0.900 |
| *Digital Literacy* ($X_2$) | 0.906 | 0.919 |
| *Market Orientation* ($X_3$) | 0.886 | 0.893 |
| *Business Continuity* (Y) | 0.904 | 0.920 |
| *Family Social Support* (Z) | 0.920 | 0.924 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Mengacu pada hasil pengujian tabel 4.11 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai *Composite Reliability* (rho_a dan rho_c) pada masing-masing variabel berada di atas 0.8, artinya tergolong sangat reliabel dengan tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan sebagai alat ukur yang andal dalam penelitian ini.

## 4.2. Tabulasi Data dan Analisis Rata-rata Tabulasi Data

Tabulasi data merupakan tahapan penyajian data hasil jawaban keseluruhan jawaban responden secara sistematis dalam bentuk tabel guna mempermudah proses analisis dan terpretasi. Pada penelitian ini, terdapat 59 responden yang akan disajikan masing-masing variabel penelitian, yaitu *Risk Taking* ($X_1$), *Digital Literacy* ($X_2$), *Market Orientation* ($X_3$), *Business Continuity* (Y), dan *Family Social Support* (Z), dengan menggunakan rata-rata *(mean)* sebagai dasar penilaian berdasarkan kriteria interval yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya.

### 4.2.1. Tabulasi Data Variabel *Risk Taking* ($X_1$)

Berikut ditampilkan tabulasi data mengenai variabel *Risk Taking*, yang merupakan hasil jawaban yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh penjahit rumahan atau *tailor* di Kota Surabaya.

**Tabel 4.12** Hasil Tabulasi Data Variabel *Risk Taking* ($X_1$)

| No. Responden | *Risk Taking* ($X_1$) | | | | | | Jumlah | Rata-rata Skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | **15** | **2,50** |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | **22** | **3,67** |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | **24** | **4,00** |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 6 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | **24** | **4,00** |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | **25** | **4,17** |
| 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | **27** | **4,50** |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 10 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | **18** | **3,00** |
| 11 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | **25** | **4,17** |
| 12 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | **10** | **1,67** |
| 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | **26** | **4,33** |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | **27** | **4,50** |
| 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | **22** | **3,67** |
| 17 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | **24** | **4,00** |
| 18 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | **23** | **3,83** |
| 19 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | **20** | **3,33** |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 21 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | **25** | **4,17** |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **28** | **4,67** |
| 23 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | **8** | **1,33** |
| 24 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | **27** | **4,50** |
| 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | **26** | **4,33** |
| 27 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | **19** | **3,17** |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | **26** | **4,33** |
| 29 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | **27** | **4,50** |
| 30 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | **28** | **4,67** |
| 31 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | **26** | **4,33** |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 32 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 33 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | **17** | **2,83** |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 35 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 37 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 38 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | **22** | **3,67** |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 40 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **27** | **4,50** |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | **25** | **4,17** |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 44 | 1 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | **19** | **3,17** |
| 45 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | **27** | **4,50** |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | **26** | **4,33** |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | **21** | **3,50** |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **29** | **4,83** |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | **22** | **3,67** |
| 51 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | **26** | **4,33** |
| 52 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **28** | **4,67** |
| 53 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | **19** | **3,17** |
| 54 | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | **23** | **3,83** |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | **24** | **4,00** |
| 56 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 58 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 59 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| **Jumlah Skor** | **238** | **241** | **253** | **247** | **247** | **248** | **1.474** | **245,67** |
| **Rata-rata Skor** | **4,03** | **4,08** | **4,29** | **4,19** | **4,19** | **4,20** | **24,98** | **4,16** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan tabulasi data pada tabel 4.12, hasil data yang diperoleh dari 59 responden menunjukkan jumlah skor sebesar 1.474 dengan rata-rata skor variabel *Risk Taking* sebesar 4,16, sehingga nilai tersebut berada dalam kategori Setuju pada kriteria interval yang telah

ditetapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden masih setuju dengan variabel *Risk Taking* dalam penelitian ini.

### 4.2.2. Tabulasi Data Variabel *Digital Literacy* ($X_2$)

Berikut ini disajikan hasil tabulasi data mengenai variabel *Digital Literacy*, yang merupakan perolehan jawaban dari pengisian kuesioner oleh penjahit rumahan atau *tailor* di Kota Surabaya.

**Tabel 4.13** Hasil Tabulasi Data Variabel *Digital Literacy* ($X_2$)

| No. Responden | *Digital Literacy* ($X_2$) | | | | | | | | Jumlah | Rata-rata Skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | | |
| 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | **23** | **2,88** |
| 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | **27** | **3,38** |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | **36** | **4,50** |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | **27** | **3,38** |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | **37** | **4,63** |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | **34** | **4,25** |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 9 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 5 | 3 | **27** | **3,38** |
| 10 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | **22** | **2,75** |
| 11 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | **32** | **4,00** |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | **36** | **4,50** |
| 13 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | **18** | **2,25** |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | **37** | **4,63** |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | **38** | **4,75** |
| 16 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | **18** | **2,25** |
| 17 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | **26** | **3,25** |
| 18 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | **29** | **3,63** |
| 19 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | **13** | **1,63** |
| 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | **37** | **4,63** |
| 21 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | **27** | **3,38** |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | **34** | **4,25** |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 1 | **22** | **2,75** |
| 24 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | **34** | **4,25** |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 25 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | **32** | **4,00** |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 27 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 5 | **20** | **2,50** |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | **32** | **4,00** |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 31 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | **28** | **3,50** |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | **37** | **4,63** |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | **38** | **4,75** |
| 34 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | **34** | **4,25** |
| 35 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **35** | **4,38** |
| 36 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | **35** | **4,38** |
| 37 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | **36** | **4,50** |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 39 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **37** | **4,63** |
| 40 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | **28** | **3,50** |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | **28** | **3,50** |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 43 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | **35** | **4,38** |
| 44 | 5 | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | **24** | **3,00** |
| 45 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | **37** | **4,63** |
| 46 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 4 | **28** | **3,50** |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | **19** | **2,38** |
| 48 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | **29** | **3,63** |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | **29** | **3,63** |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 51 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | **33** | **4,13** |
| 52 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | **32** | **4,00** |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | **36** | **4,50** |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 55 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | **35** | **4,38** |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **39** | **4,88** |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | **38** | **4,75** |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | **32** | **4,00** |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 59 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | **32** | **4,00** |
| **Jumlah Skor** | **249** | **241** | **236** | **224** | **240** | **227** | **230** | **240** | **1.887** | **235,88** |
| **Rata-rata Skor** | **4,22** | **4,08** | **4,00** | **3,80** | **4,07** | **3,85** | **3,90** | **4,07** | **31,98** | **4,00** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Tabulasi data variabel *Digital Literacy* pada tabel 4.13 dalam penelitian ini berada pada kategori Setuju berdasarkan kriteria interval yang berlaku. Penilaian ini didukung oleh hasil tabulasi data dari 59 responden yang menghasilkan total skor 1.887 dan rata-rata sebesar 4,00. Angka ini menegaskan bahwa mayoritas responden memberikan respons yang baik dan setuju terhadap variabel tersebut.

### 4.2.3. Tabulasi Data Variabel *Market Orientation* ($X_3$)

Adapun hasil tabulasi data mengenai variabel *Market Orientation*, yang merupakan hasil jawaban yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden pada penelitian ini disajikan sebagai berikut.

**Tabel 4.14** Hasil Tabulasi Data Variabel *Market Orientation* ($X_3$)

| No. Responden | *Market Orientation* ($X_3$) | | | | | | Jumlah | Rata-rata Skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | | |
| 1 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 3 | **20** | **3,33** |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | **16** | **2,67** |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | **23** | **3,83** |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | **26** | **4,33** |
| 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | **16** | **2,67** |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | **26** | **4,33** |
| 7 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | **26** | **4,33** |
| 8 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 5 | **15** | **2,50** |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | **22** | **3,67** |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | **28** | **4,67** |
| 12 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | **22** | **3,67** |
| 13 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | **18** | **3,00** |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | **26** | **4,33** |
| 16 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | **20** | **3,33** |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | **25** | **4,17** |
| 19 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | **19** | **3,17** |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | **27** | **4,50** |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | **27** | **4,50** |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **29** | **4,83** |
| 23 | 3 | 5 | 2 | 2 | 5 | 3 | **20** | **3,33** |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | **25** | **4,17** |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 27 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | **17** | **2,83** |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | **22** | **3,67** |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | **27** | **4,50** |
| 32 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | **27** | **4,50** |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | **23** | **3,83** |
| 34 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | **26** | **4,33** |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **29** | **4,83** |
| 36 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **27** | **4,50** |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 38 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 1 | **20** | **3,33** |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **30** | **5,00** |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | **23** | **3,83** |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | **23** | **3,83** |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | **28** | **4,67** |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 44 | 2 | 1 | 1 | 3 | 5 | 1 | **13** | **2,17** |
| 45 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | **22** | **3,67** |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | **28** | **4,67** |
| 47 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | **14** | **2,33** |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | **28** | **4,67** |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | **27** | **4,50** |
| 50 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | **18** | **3,00** |
| 51 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | **19** | **3,17** |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 52 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **29** | **4,83** |
| 53 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **28** | **4,67** |
| 54 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | **27** | **4,50** |
| 55 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | **22** | **3,67** |
| 56 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | **12** | **2,00** |
| 57 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | **24** | **4,00** |
| 58 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | **27** | **4,50** |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | **26** | **4,33** |
| **Jumlah Skor** | **247** | **251** | **236** | **234** | **242** | **219** | **1.429** | **238,17** |
| **Rata-rata Skor** | **4,19** | **4,25** | **4,00** | **3,97** | **4,10** | **3,71** | **24,22** | **4,04** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Melalui tabulasi data pada tabel 4.14 yang diperoleh dari 59 responden, hasil menunjukkan jumlah skor sebesar 1.429 dengan rata-rata skor variabel *Market Orientation* sebesar 4,04, dan nilai tersebut berada dalam kategori Setuju pada kriteria interval yang telah ditetapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh responden memberikan persepsi yang positif dan setuju terhadap variabel *Market Orientation* dalam penelitian ini.

### 4.2.4. Tabulasi Data Variabel *Business Continuity* (Y)

Berikut ini merupakan hasil tabulasi data variabel *Business Continuity* yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh penjahit rumahan atau *tailor* di Kota Surabaya pada penelitian ini.

**Tabel 4.15** Hasil Tabulasi Data Variabel *Business Continuity* (Y)

| No. Responden | *Business Continuity* (Y) | | | | | | | | Jumlah | Rata-rata Skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 | | |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | **24** | **3,00** |
| 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | **29** | **3,63** |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **38** | **4,75** |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | **24** | **3,00** |
| 6 | 3 | 5 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 3 | **22** | **2,75** |
| 7 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | **30** | **3,75** |
| 8 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | **29** | **3,63** |
| 9 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | **36** | **4,50** |
| 10 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | **32** | **4,00** |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 11 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **37** | **4,63** |
| 12 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | **30** | **3,75** |
| 13 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | **20** | **2,50** |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | **33** | **4,13** |
| 17 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | **32** | **4,00** |
| 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | **30** | **3,75** |
| 19 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | **21** | **2,63** |
| 20 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | **25** | **3,13** |
| 21 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | **26** | **3,25** |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 23 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | **17** | **2,13** |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | **37** | **4,63** |
| 25 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | **35** | **4,38** |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 27 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 5 | **23** | **2,88** |
| 28 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 29 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | **35** | **4,38** |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 31 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | **28** | **3,50** |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 33 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | **23** | **2,88** |
| 34 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **38** | **4,75** |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | **26** | **3,25** |
| 36 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 37 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 38 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | **30** | **3,75** |
| 39 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **35** | **4,38** |
| 40 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | **28** | **3,50** |
| 41 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | **21** | **2,63** |
| 42 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 44 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 1 | **18** | **2,25** |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 45 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | **35** | **4,38** |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 2 | **29** | **3,63** |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | **35** | **4,38** |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | **32** | **4,00** |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | **33** | **4,13** |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 53 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **37** | **4,63** |
| 54 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **37** | **4,63** |
| 55 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | **36** | **4,50** |
| 56 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **35** | **4,38** |
| 57 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **39** | **4,88** |
| 59 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | **36** | **4,50** |
| **Jumlah Skor** | **216** | **250** | **247** | **241** | **242** | **244** | **248** | **229** | **1.917** | **239,63** |
| **Rata-rata Skor** | **3,66** | **4,24** | **4,19** | **4,08** | **4,10** | **4,14** | **4,20** | **3,88** | **32,49** | **4,06** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Hasil pengolahan data dari 59 responden pada tabel 4.15 menunjukkan jumlah skor variabel *Business Continuity* sebesar 1.917 dengan skor rata-rata sebesar 4,06. Angka tersebut menempatkan variabel ini ke dalam kategori Setuju pada rentang nilai interval yang berlaku. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden secara umum setuju dengan aspek *Business Continuity* yang diteliti dalam penelitian ini.

### 4.2.5. Tabulasi Data Variabel *Family Social Support* (Z)

Pada bagian ini, disajikan tabulasi data mengenai variabel *Family Social Support* yang telah diperoleh dari pengisian kuesioner oleh 59 responden penelitian ini, berikut hasil tabulasinya.

**Tabel 4.16** Hasil Tabulasi Data Variabel *Family Social Support* (Z)

| **No. Responden** | ***Family Social Support* (Z)** | | | | | | | | **Jumlah** | **Rata-rata Skor** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Z.1** | **Z.2** | **Z.3** | **Z.4** | **Z.5** | **Z.6** | **Z.7** | **Z.8** | | |
| 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **37** | **4,63** |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | **28** | **3,50** |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | **35** | **4,38** |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | **27** | **3,38** |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | **13** | **1,63** |
| 7 | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | **26** | **3,25** |
| 8 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | **27** | **3,38** |
| 9 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | **33** | **4,13** |
| 10 | 2 | 2 | 3 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | **21** | **2,63** |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | **35** | **4,38** |
| 12 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 3 | **26** | **3,25** |
| 13 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | **28** | **3,50** |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 16 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | **26** | **3,25** |
| 17 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | **27** | **3,38** |
| 18 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | **31** | **3,88** |
| 19 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **35** | **4,38** |
| 20 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | **20** | **2,50** |
| 21 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | **19** | **2,38** |
| 22 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **36** | **4,50** |
| 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 24 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | **33** | **4,13** |
| 25 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | **31** | **3,88** |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **37** | **4,63** |
| 27 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **37** | **4,63** |
| 28 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **37** | **4,63** |
| 29 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **38** | **4,75** |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 31 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | **25** | **3,13** |
| 32 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **37** | **4,63** |
| 33 | 5 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | **23** | **2,88** |
| 34 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 35 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | **18** | **2,25** |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | **38** | **4,75** |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 37 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | **34** | **4,25** |
| 38 | 4 | 4 | 1 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | **24** | **3,00** |
| 39 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | **32** | **4,00** |
| 40 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | **27** | **3,38** |
| 41 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | **17** | **2,13** |
| 42 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | **37** | **4,63** |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | **37** | **4,63** |
| 46 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | **21** | **2,63** |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | **28** | **3,50** |
| 48 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | **35** | **4,38** |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **40** | **5,00** |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | **36** | **4,50** |
| 51 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **39** | **4,88** |
| 53 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | **34** | **4,25** |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | **39** | **4,88** |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | **38** | **4,75** |
| 56 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | **31** | **3,88** |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | **38** | **4,75** |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | **38** | **4,75** |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | **31** | **3,88** |
| **Jumlah Skor** | **233** | **229** | **223** | **238** | **252** | **249** | **233** | **234** | **1.891** | **236,38** |
| **Rata-rata Skor** | **3,95** | **3,88** | **3,78** | **4,03** | **4,27** | **4,22** | **3,95** | **3,97** | **32,05** | **4,01** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil tabulasi data dari 59 responden pada tabel 4.16, total akumulasi skor yang diperoleh untuk variabel *Family Social Support* adalah sebesar 1.891 dengan rata-rata 4,01. Merujuk pada kriteria interval yang telah ditetapkan, nilai rata-rata tersebut masuk dalam kategori Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden memberikan persepsi yang positif dan setuju terhadap variabel *Family Social Support* dalam penelitian ini.

### 4.2.6. Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Risk Taking* ($X_1$)

Berikut ini ditampilkan hasil analisis rata-rata *(mean)* tabulasi data mengenai variabel *Risk Taking*, yang diperoleh dari hasil jawaban pengisian kuesioner oleh penjahit rumahan atau *tailor* di Kota Surabaya.

**Tabel 4.17** Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Risk Taking* ($X_1$)

| No | *Risk Taking* ($X_1$) | | | | | | Total Skor | Rata-rata | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Pernyataan | Skor | | | | | | | |
| | | SS | S | RG | TS | STS | | | |
| X1.1 | Saya memperhatikan setiap hasil akhir dari keputusan berisiko yang diambil. | 25 | 19 | 8 | 6 | 1 | **238** | **4,03** | **Setuju** |
| X1.2 | Saya memikirkan konsekuensi setiap keputusan yang diambil secara matang. | 20 | 30 | 5 | 2 | 2 | **241** | **4,08** | **Setuju** |
| X1.3 | Saya mengambil tindakan secara langsung, cepat, dan efisien. | 31 | 18 | 7 | 2 | 1 | **253** | **4,29** | **Sangat Setuju** |
| X1.4 | Saya berani bertindak tanpa melanggar peraturan. | 29 | 19 | 6 | 3 | 2 | **247** | **4,19** | **Setuju** |
| X1.5 | Saya berani memikul tanggung jawab atas tindakan berisiko yang dilakukan. | 32 | 14 | 7 | 4 | 2 | **247** | **4,19** | **Setuju** |
| X1.6 | Saya berani memikul tanggung jawab tanpa bergantung dengan orang lain. | 28 | 20 | 8 | 1 | 2 | **248** | **4,20** | **Setuju** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 4.17, butir pernyataan X1.3 *"Saya mengambil tindakan secara langsung, cepat, dan efisien"* menunjukkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,29 yang berarti responden penelitian ini sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sementara itu, butir pernyataan X1.1 *"Saya memperhatikan setiap hasil akhir dari keputusan berisiko yang diambil"* memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 4,03 namun masih dalam skala responden setuju terhadap pernyataan tersebut. Hasil ini memberikan indikasi bahwa responden mampu mengambil tindakan berisiko secara langsung, cepat, dan efisien namun tidak mempertimbangkan secara matang dan utama mengenai hasil akhir dari tindakan berisiko tersebut.

### 4.2.7. Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Digital Literacy* ($X_2$)

Pada bagian ini, ditampilkan hasil analisis rata-rata *(mean)* tabulasi data mengenai variabel *Digital Literacy* yang telah diperoleh dari hasil jawaban responden.

**Tabel 4.18** Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Digital Literacy* ($X_2$)

| No | *Digital Literacy* ($X_2$) | | | | | | Total Skor | Rata-rata | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Pernyataan | Skor | | | | | | | |
| | | SS | S | RG | TS | STS | | | |
| X2.1 | Saya mampu mencari informasi lewat internet. | 26 | 22 | 9 | 2 | 0 | **249** | **4,22** | **Sangat Setuju** |
| X2.2 | Saya mampu menelusuri aktivitas yang saya butuhkan lewat internet. | 26 | 18 | 10 | 4 | 1 | **241** | **4,08** | **Setuju** |
| X2.3 | Saya mampu membaca navigasi atau tautan berbentuk *link*. | 29 | 9 | 15 | 4 | 2 | **236** | **4,00** | **Setuju** |
| X2.4 | Saya mampu memahami secara dinamis panduan arah atau tautan yang berbentuk *link*. | 22 | 16 | 12 | 5 | 4 | **224** | **3,80** | **Setuju** |
| X2.5 | Saya mampu menilai keabsahan informasi yang | 25 | 17 | 13 | 4 | 0 | **240** | **4,07** | **Setuju** |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | saya temukan di internet. | | | | | | | | |
| X2.6 | Saya mampu menilai kelengkapan informasi yang saya temukan secara *online*. | 25 | 16 | 6 | 8 | 4 | **227** | **3,85** | **Setuju** |
| X2.7 | Saya mampu melakukan penyusunan informasi yang didapatkan secara *online* dengan optimal. | 19 | 25 | 7 | 6 | 2 | **230** | **3,90** | **Setuju** |
| X2.8 | Saya mampu melakukan penyusunan informasi yang didapatkan secara *online* tanpa adanya prasangka. | 27 | 18 | 7 | 5 | 2 | **240** | **4,07** | **Setuju** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Dari hasil rata-rata pada tabel 4.18, dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan X2.1 *"Saya mampu mencari informasi lewat internet"* mencapai nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,22 yang berarti responden penelitian ini sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sementara itu, butir pernyataan X2.4 *"Saya mampu memahami secara dinamis panduan arah atau tautan yang berbentuk link"* memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,80 namun masih dalam skala responden setuju terhadap pernyataan tersebut. Jawaban responden ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilik usaha mampu mencari berbagai informasi melalui internet yang terunduh pada perangkat digital masing-masing, namun masih memiliki keterbatasan dalam memahami penerapan *link* yang bervariasi.

### 4.2.8. Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Market Orientation* ($X_3$)

Berikut ini merupakan hasil analisis rata-rata *(mean)* tabulasi data variabel *Market Orientation* yang telah diperoleh dari hasil jawaban pengisian kuesioner responden oleh penjahit rumahan atau *tailor* di Kota Surabaya.

**Tabel 4.19** Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Market Orientation* ($X_3$)

| No | *Market Orientation* ($X_3$) | | | | | | Total Skor | Rata-rata | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Pernyataan | Skor | | | | | | | |
| | | SS | S | RG | TS | STS | | | |
| X3.1 | Saya selalu memahami kebutuhan pelanggan. | 27 | 22 | 6 | 2 | 2 | **247** | **4,19** | **Setuju** |
| X3.2 | Saya selalu memahami keinginan pelanggan. | 28 | 23 | 4 | 3 | 1 | **251** | **4,25** | **Sangat Setuju** |
| X3.3 | Saya selalu meminta tanggapan terhadap kepuasan pelanggan. | 25 | 19 | 6 | 8 | 1 | **236** | **4,00** | **Setuju** |
| X3.4 | Saya selalu membandingkan strategi usaha sendiri dengan pesaing. | 21 | 25 | 6 | 4 | 3 | **234** | **3,97** | **Setuju** |
| X3.5 | Saya selalu membandingkan kinerja usaha sendiri dengan pesaing. | 26 | 21 | 6 | 4 | 2 | **242** | **4,10** | **Setuju** |
| X3.6 | Saya selalu mengantisipasi perubahan strategi pesaing. | 22 | 12 | 15 | 6 | 4 | **219** | **3,71** | **Setuju** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Mengacu pada tabel 4.19, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: butir pernyataan X3.2 *"Saya selalu memahami keinginan pelanggan"* menunjukkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,25 yang berarti responden penelitian ini sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sementara itu, butir pernyataan X3.6*"Saya selalu mengantisipasi perubahan strategi pesaing"* memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,71 namun masih dalam skala responden setuju terhadap pernyataan tersebut. Hasil tersebut memberikan indikasi bahwa pelaku usaha jasa jahit pakaian belum mengutamakan antisipasi perubahan strategi pesaing, karena pelaku usaha umumnya mengerjakan pesanan pelanggan sesuai dengan keinginan konsumen.

### 4.2.9. Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Business Continuity* (Y)

Analisis rata-rata tabulasi data variabel *Business Continuity* disajikan pada tabel di bawah ini, yang di mana telah diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden penelitian ini.

**Tabel 4.20** Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Business Continuity* (Y)

| No | *Business Continuity* (Y) | | | | | | Total Skor | Rata-rata | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Pernyataan | Skor | | | | | | | |
| | | SS | S | RG | TS | STS | | | |
| Y.1 | Saya mampu membuat perencanaan keuangan dengan baik. | 16 | 20 | 12 | 9 | 2 | **216** | **3,66** | **Setuju** |
| Y.2 | Saya mampu mengelola keuangan dengan baik. | 30 | 16 | 10 | 3 | 0 | **250** | **4,24** | **Sangat Setuju** |
| Y.3 | Saya memasarkan jasa yang memiliki inovasi. | 24 | 24 | 9 | 2 | 0 | **247** | **4,19** | **Setuju** |
| Y.4 | Saya selalu melakukan inovasi jasa untuk meningkatkan persaingan usaha. | 26 | 21 | 7 | 1 | 4 | **241** | **4,08** | **Setuju** |
| Y.5 | Saya mampu beradaptasi dengan memasarkan jasa secara *online*. | 32 | 12 | 8 | 3 | 4 | **242** | **4,10** | **Setuju** |
| Y.6 | Saya memanfaatkan teknologi digital agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha terlepas apapun situasinya. | 30 | 12 | 12 | 5 | 0 | **244** | **4,14** | **Setuju** |
| Y.7 | Saya selalu mendapatkan dukungan | 31 | 15 | 8 | 4 | 1 | **248** | **4,20** | **Setuju** |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | pemerintah berupa insentif usaha. | | | | | | | | |
| Y.8 | Saya mendapatkan dukungan insentif agar usaha saya dapat bangkit dari keterpurukan. | 24 | 15 | 12 | 5 | 3 | **229** | **3,88** | **Setuju** |

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.20 tersebut, butir pernyataan Y.2 *"Saya mampu mengelola keuangan dengan baik"* menjadi poin yang paling dominan dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,24 (Sangat Setuju). Di sisi lain, butir pernyataan Y.1 *"Saya mampu membuat perencanaan keuangan dengan baik"* mencatatkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,66 namun hasil ini masih masuk dalam kriteria interval setuju. Dengan ini menarik kesimpulan bahwa responden memiliki kompetensi dan kepercayaan diri yang tinggi dalam hal manajemen keuangannya namun kemampuan perencanaan keuangan masih memerlukan perhatian lebih, karena memiliki tingkat jawaban responden yang paling minim dibandingkan kemampuan manajemen dalam variabel *Business Continuity* ini.

### 4.2.10. Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Family Social Support* (Z)

Berikut ini ditampilkan hasil analisis rata-rata tabulasi data mengenai variabel *Family Social Support* yang dirangkum dari hasil jawaban pengisian kuesioner oleh penjahit rumahan atau *tailor* di Kota Surabaya.

**Tabel 4.21** Analisis Rata-rata Tabulasi Data Variabel *Family Social Support* (Z)

| No | ***Family Social Support* (Z)** | | | | | | Total Skor | Rata-rata | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Pernyataan | Skor | | | | | | | |
| | | SS | S | RG | TS | STS | | | |
| Z.1 | Saya selalu mendapatkan kenyamanan di masa-masa penuh stres. | 22 | 22 | 8 | 4 | 3 | **233** | **3,95** | **Setuju** |
| Z.2 | Saya selalu mendapatkan ketenteraman di masa-masa penuh stres. | 18 | 24 | 10 | 6 | 1 | **229** | **3,88** | **Setuju** |
| Z.3 | Saya selalu mendapatkan bantuan pinjaman | 27 | 11 | 8 | 7 | 6 | **223** | **3,78** | **Setuju** |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | dana usaha dari orang lain. | | | | | | | | |
| Z.4 | Saya selalu mendapatkan bantuan tenaga orang lain untuk menyelesaikan pekerjaan. | 30 | 13 | 9 | 2 | 5 | **238** | **4,03** | **Setuju** |
| Z.5 | Saya selalu mendapatkan saran tentang pekerjaan saya. | 32 | 16 | 7 | 3 | 1 | **252** | **4,27** | **Sangat Setuju** |
| Z.6 | Saya selalu mendapatkan umpan balik tentang pekerjaan saya. | 28 | 21 | 6 | 3 | 1 | **249** | **4,22** | **Sangat Setuju** |
| Z.7 | Saya dapat menghabiskan waktu bersama orang lain yang memiliki minat dan aktivitas sosial yang sama. | 25 | 13 | 15 | 5 | 1 | **233** | **3,95** | **Setuju** |
| Z.8 | Saya merasa menjadi bagian dari suatu kelompok karena memiliki minat dan aktivitas sosial yang sama. | 24 | 21 | 5 | 6 | 3 | **234** | **3,97** | **Setuju** |

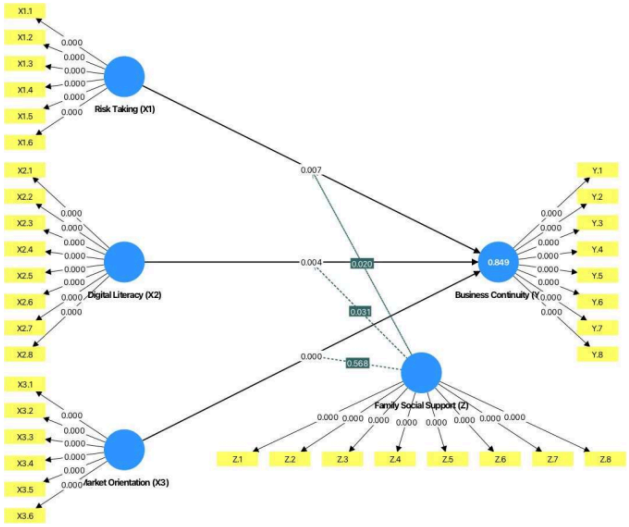
**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2026)

Merujuk pada tabel 4.21, hasil penelitian mengenai butir pernyataan Z.5 *"Saya selalu mendapatkan saran tentang pekerjaan saya"* menduduki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,27 yang berarti responden penelitian ini sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sementara itu, butir pernyataan Z.3 *"Saya selalu mendapatkan bantuan pinjaman dana usaha dari orang lain"* memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,78 namun masih dalam skala responden setuju terhadap pernyataan tersebut. Dengan ini disimpulkan bahwa bentuk dukungan instrumental bersifat finansial menjadi dukungan yang paling minim didapatkan oleh pemilik usaha jasa jahit pakaian di Kota Surabaya, sementara itu justru dukungan informatif berupa saran dan masukan terkait pekerjaan menjadi perhatian dukungan dari keluarga untuk pelaku usaha penelitian ini.

## 4.3. Analisis Data

### 4.3.1. Analisis *Inner Model (Structural Model)*

*Structural model* atau model struktural merupakan model yang mendeskripsikan hubungan antarvariabel laten (konstruk) yang didasarkan kepada teori, logika, atau pengalaman praktis yang diamati para peneliti sebelumnya (Setiabudhi et al., 2025:21 & Wibowo, 2024:91). Pengujian *inner model* pada penelitian menggunakan parameter Uji Kelayakan Model *(Goodness of Fit)* yang meliputi *Variance Inflation Factor* (VIF), Koefisien Determinasi ($R^2$), *Effect Size* ($f^2$), dan *Predictive Relevance* ($Q^2$), serta *Path Coefficients* (Jalur Koefisien) dan *Bootstrapping* (T-*statistic* dan P-*value*).




**Gambar 4.2** Hasil *Inner Model*
**Sumber:** SmartPLS 4.1.1.6

#### 4.3.1.1. *Goodness of Fit* (GoF)

Pengujian *Goodness of Fit* dilakukan untuk melihat adanya kelayakan model struktural yang telah dibangun di penelitian ini. Hal ini sejalan dengan Garson (2016) yang menyatakan bahwa pengujian kelayakan model struktural dapat dilakukan jika telah dilakukannya model pengukuran *(measurement model)* yang dinyatakan layak (validitas) dan dapat diterima (reliabilitas). Pada penelitian ini pengujian *Goodness of Fit* dilakukan melalui empat metrik, yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF), Koefisien Determinasi ($R^2$), *Effect Size* ($f^2$), dan *Predictive Relevance* ($Q^2$).

**1) *Variance Inflation Factor* (VIF)**

Pengujian VIF bertujuan untuk memastikan tidak terdapat permasalahan pada multikolinearitas di antara variabel laten dalam inner model (Wibowo, 2024:92). Ketentuan nilai VIF sendiri sebanyak ≤ 5 yang berarti tidak adanya masalah multikolinearitas. Hasil pengujian VIF tersaji sebagai berikut.

**Tabel 4.22** Nilai *Variance Inflation Factor*

| Variable | VIF |
|---|---|
| *Risk Taking* ($X_1$) → *Business Continuity* (Y) | 1.487 |
| *Digital Literacy* ($X_2$) → *Business Continuity* (Y) | 1.521 |
| *Market Orientation* ($X_3$) → *Business Continuity* (Y) | 1.328 |
| *Family Social Support* (Z) × *Risk Taking* ($X_1$) → *Business Continuity* (Y) | 1.501 |
| *Family Social Support* (Z) × *Digital Literacy* ($X_2$) → *Business Continuity* (Y) | 1.396 |
| *Family Social Support* (Z) × *Market Orientation* ($X_3$) → *Business Continuity* (Y) | 1.486 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian VIF pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel penelitian ini memiliki nilai VIF yang berada jauh di bawah ambang batas 5. Nilai VIF tertinggi ada pada hubungan *Digital Literacy* ($X_2$) terhadap *Business Continuity* (Y) sebesar 1.521, sementara itu nilai VIF terendah ada pada *Market Orientation* ($X_3$) terhadap *Business Continuity* (Y) sebesar 1.328. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel pada model penelitian ini terbebas dari permasalahan multikolinearitas.

**2) Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Menurut Wibowo (2024:92), nilai $R^2$ digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variasi variabel endogen yang ada dalam model. Berikut hasil pengujian $R^2$ dalam penelitian ini.

**Tabel 4.23** Nilai Koefisien Determinasi ($R^2$)

| Variable | R-square | R-square adjusted |
|---|---|---|
| *Business Continuity* (Y) | 0.849 | 0.828 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Merujuk pada tabel 4.23, angka R-*square* yang dihasilkan sebesar 0,849 pada variabel *Business Continuity* (Y). Namun, mengingat arsitektur penelitian ini tergolong kompleks melibatkan lebih dari satu prediktor ($X_1$, $X_2$, $X_3$) serta memasukkan unsur efek interaksi moderasi (Z), maka pembacaan R-*square Adjusted* menjadi instrumen evaluasi yang jauh lebih presisi dan akurat, yang tercatat di angka 0,828. Sementara itu, sisa varians sebesar 17,2% (didapat dari kalkulasi 100% dikurangi 82,8%) merupakan representasi dari kontribusi variabel-variabel eksternal atau faktor lain yang tidak dilibatkan dalam ruang lingkup riset ini.

**3) *Predictive Relevance* ($Q^2$)**

Menurut Hair et al. (2021:780) bahwa $Q^2$ memiliki nilai > 0 mengindikasikan bahwa model jalur memiliki relevansi prediktif terhadap konstruk endogen, sedangkan nilai $Q^2$ < 0 menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif. Berikut hasil $Q^2$ pada penelitian ini.

**Tabel 4.24** Nilai *Predictive Relevance* ($Q^2$)

| Indicator | Q2predict | RMSE | MAE |
|---|---|---|---|
| Y.1 | 0.481 | 0.828 | 0.639 |
| Y.2 | 0.321 | 0.764 | 0.549 |
| Y.3 | 0.551 | 0.555 | 0.410 |
| Y.4 | 0.364 | 0.896 | 0.675 |
| Y.5 | 0.430 | 0.934 | 0.702 |
| Y.6 | 0.411 | 0.795 | 0.601 |
| Y.7 | 0.334 | 0.849 | 0.640 |
| Y.8 | 0.503 | 0.848 | 0.647 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.24, dijelaskan bahwa hasil pengujian $Q^2$ menunjukkan seluruh variabel terhadap konstruk endogen di penelitian ini positif atau berada di atas 0. Variabel *Business Continuity* (Y) memperoleh nilai $Q^2$ tertinggi pada indikator Y.8 sebesar 0.503, sedangkan yang terendah pada indikator Y.2 sebesar 0.321. Dengan demikian, model penelitian ini mengindikasi semua variabel memiliki kemampuan prediktif yang memadai terhadap variabel endogen karena kesalahan prediksi model lebih kecil dibandingkan prediksi menggunakan nilai rata-rata.

**4) *Effect Size* ($f^2$)**

Wibowo (2024:94) menjelaskan kriteria evaluasi nilai $f^2$ apabila $f^2 \geq 0.02$, maka kontribusinya kecil, sedangkan apabila $f^2 \geq 0.35$, maka kontribusinya besar. Hasil pengujian $f^2$ pada penelitian ini disajikan sebagai berikut.

**Tabel 4.25** Nilai *Effect Size* ($f^2$)

| Variable | f-square |
|---|---|
| *Risk Taking* ($X_1$) → *Business Continuity* (Y) | 0.198 |
| *Digital Literacy* ($X_2$) → *Business Continuity* (Y) | 0.225 |
| *Market Orientation* ($X_3$) → *Business Continuity* (Y) | 0.402 |
| *Family Social Support* (Z) × *Risk Taking* ($X_1$) → *Business Continuity* (Y) | 0.177 |
| *Family Social Support* (Z) × *Digital Literacy* ($X_2$) → *Business Continuity* (Y) | 0.153 |
| *Family Social Support* (Z) × *Market Orientation* ($X_3$) → *Business Continuity* (Y) | 0.008 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Pada hasil analisis tabel 4.25, nilai $f^2$ menunjukkan variasi kategori efek pada masing-masing hubungan antarvariabel dalam model penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan uraian $f^2$ sebagai berikut:

(1) Nilai $f^2$ sebesar 0.198 menunjukkan bahwa *Risk Taking* memberikan pengaruh kecil terhadap *Business Continuity* karena nilainya berada di atas 0.02 namun dibawah 0.35.
(2) Nilai $f^2$ sebesar 0.225 menunjukkan bahwa *Digital Literacy* memberikan pengaruh kecil terhadap *Business Continuity* karena nilainya berada di atas 0.02 namun dibawah 0.35.
(3) Nilai $f^2$ sebesar 0.402 menunjukkan bahwa *Market Orientation* memberikan pengaruh besar terhadap *Business Continuity* karena nilainya berada di atas 0.35.
(4) Nilai $f^2$ sebesar 0.177 menunjukkan bahwa *Family Social Support* yang memoderasi *Risk Taking* memberikan pengaruh kecil terhadap *Business Continuity* karena nilainya berada di atas 0.02 namun dibawah 0.35.
(5) Nilai $f^2$ sebesar 0.153 menunjukkan bahwa *Family Social Support* yang memoderasi *Digital Literacy* memberikan pengaruh kecil terhadap *Business Continuity* karena nilainya berada di atas 0.02 namun dibawah 0.35.
(6) Nilai $f^2$ sebesar 0.008 menunjukkan bahwa *Family Social Support* yang memoderasi *Market Orientation* memberikan pengaruh sangat kecil yang nyaris tidak memberikan dampak terhadap *Business Continuity* karena nilainya berada di bawah 0.02.

#### 4.3.1.2. *Path Coefficients*

Pengujian *Path Coefficients* dilakukan untuk mengetahui arah dan besaran antarvariabel dalam model struktural. Hasil pengujian *Path Coefficients* pada penelitian ini disajikan dalam dua bagian, yaitu pengujian pengaruh langsung *(direct effect)* dan pengujian pengaruh tidak langsung *(indirect effect)*.

**1) *Direct Effect* (Pengaruh Langsung)**

Pengujian pengaruh langsung dilakukan untuk mengetahui besaran dan arah pengaruh variabel endogen secara langsung tanpa melalui variabel moderator. Hasil pengujian pengaruh langsung dalam penelitian ini dapat ditunjukkan sebagai berikut.

**Tabel 4.26** Nilai *Direct Effect*

| Variable | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (\|O/STDEV\|) | P Values |
|---|---|---|---|---|---|
| ***Risk Taking*** **($X_1$) → *Business Continuity* (Y)** | 0.211 | 0.215 | 0.078 | 2.711 | 0.007 |
| ***Digital Literacy*** **($X_2$) → *Business Continuity* (Y)** | 0.228 | 0.222 | 0.078 | 2.921 | 0.004 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ***Market Orientation* ($X_3$) → *Business Continuity* (Y)** | 0.284 | 0.285 | 0.068 | 4.185 | 0.000 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *direct effect* pada tabel 4.26, maka seluruh hubungan antarvariabel dalam model penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

(1) *Risk Taking* ($X_1$) terhadap *Business Continuity* (Y) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.211 dengan t-*statistic* 2.711 > 1.96 dan p-*value* 0.007 < 0.05, yang berarti jalur ini berpengaruh signifikan positif.

(2) *Digital Literacy* ($X_2$) terhadap *Business Continuity* (Y) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.228 dengan t-*statistic* 2.921 > 1.96 dan p-*value* 0.004 < 0.05, yang berarti jalur ini berpengaruh signifikan positif.

(3) *Market Orientation* ($X_3$) terhadap *Business Continuity* (Y) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.284 dengan t-*statistic* 4.185 > 1.96 dan p-*value* 0.000 < 0.05, yang berarti jalur ini berpengaruh signifikan positif.

Dengan demikian, seluruh *direct effect* antarvariabel dalam model penelitian ini dinyatakan signifikan positif karena seluruh nilai t-*statistic* > 1.96 dan p-*value* > 0.05. Nilai koefisien tertinggi diperoleh pada hubungan *Market Orientation* ($X_3$) terhadap *Business Continuity* (Y) sebesar 0.284. Sementara itu, nilai koefisien terendah ditunjukkan pada hubungan *Risk Taking* ($X_1$) terhadap *Business Continuity* (Y) sebesar 0.211.

**2) *Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung)**

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan untuk mengetahui besaran dan arah pengaruh variabel endogen secara langsung yang dilalui oleh variabel moderator. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini dapat ditampilkan sebagai berikut.

**Tabel 4.27** Nilai *Indirect Effect*

| Variable | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T Statistics (\|O/STDEV\|) | P Values |
|---|---|---|---|---|---|
| ***Family Social Support* (Z) × *Risk Taking* ($X_1$) → *Business Continuity* (Y)** | 0.231 | 0.215 | 0.099 | 2.330 | 0.020 |
| ***Family Social Support* (Z) × *Digital Literacy* ($X_2$) → *Business Continuity* (Y)** | 0.200 | 0.173 | 0.093 | 2.160 | 0.031 |
| ***Family Social Support* (Z) × *Market Orientation* ($X_3$) → *Business Continuity* (Y)** | 0.055 | 0.050 | 0.096 | 0.572 | 0.568 |

**Sumber:** Hasil Olah Data SmartPLS 4.1.1.6 (2026)

Di samping itu hasil pengujian *indirect effect* pada tabel 4.27 seluruh hubungan antarvariabel dalam model penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

(1) *Family Social Support* (Z) memoderasi *Risk Taking* ($X_1$) terhadap *Business Continuity* (Y) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.231 dengan t-*statistic* 2.330 > 1.96 dan p-*value* 0.020 < 0.05, yang berarti jalur ini berpengaruh signifikan positif.

(2) *Family Social Support* (Z) memoderasi *Digital Literacy* ($X_2$) terhadap *Business Continuity* (Y) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.200 dengan t-*statistic* 2.160 > 1.96 dan p-*value* 0.031 < 0.05, yang berarti jalur ini berpengaruh signifikan positif.

(3) *Family Social Support* (Z) memoderasi *Market Orientation* ($X_3$) terhadap *Business Continuity* (Y) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.055 dengan t-*statistic* 0.572 < 1.96 dan p-*value* 0.568 > 0.05, yang berarti jalur ini tidak berpengaruh signifikan positif.

Dengan demikian, *indirect effect* antarvariabel dalam model penelitian ini terdapat dua jalur yang dinyatakan signifikan positif karena nilai t-*statistic* > 1.96 dan p-*value* > 0.05. Salah satu jalur yang memiliki nilai koefisien tertinggi diperoleh pada *Family Social Support* (Z) memoderasi hubungan *Risk Taking* ($X_1$) terhadap *Business Continuity* (Y) sebesar 0.231. Sementara itu, jalur *Family Social Support* (Z) tidak memoderasi hubungan antara *Market Orientation* ($X_3$) terhadap *Business Continuity* (Y) karena hasilnya terlihat dari nilai koefisien yang kecil yaitu 0.055, t-*statistic* hanya 0.572 (jauh di bawah 1.96), serta p-*value* sebesar 0.568 (jauh di atas 0.05).

## 4.4. Pembahasan

### 4.4.1. Pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity*

*Risk Taking* atau pengambilan risiko pada dasarnya merupakan kerelaan pelaku usaha untuk mengalokasikan sumber daya yang mereka miliki pada peluang-peluang baru yang hasilnya belum pasti. Di dalam dunia usaha, sikap berani melangkah di tengah ketidakpastian empiris menjadi pembeda utama antara usaha yang berkembang dengan yang stagnan. Keberanian ini bukan berarti nekat tanpa perhitungan, melainkan sebuah proses kalkulasi matang terhadap potensi keuntungan dan konsekuensi yang mungkin muncul di masa depan. Bagi usaha mikro, mentalitas seperti ini sangat krusial karena dinamika pasar sering kali menuntut perubahan keputusan yang cepat demi menjaga kelangsungan operasional usaha tetap berjalan.

Hasil olah data menunjukkan bahwa *Risk Taking* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Business Continuity* pada usaha jahit mikro di Kota Surabaya, sehingga Hipotesis Pertama diterima. Berdasarkan uji statistik *inner model*, jalur hubungan ini memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,211 dengan nilai t-*statistic* sebesar 2,711 yang lebih besar dari 1,96, serta diperkuat oleh nilai p-*value* sebesar 0,007 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Temuan ini membuktikan bahwa semakin tinggi keberanian para penjahit dalam mengambil keputusan yang berisiko *(Risk Taking)*, maka akan semakin kuat pula jaminan keberlanjutan usaha *(Business Continuity)* mereka. Di lapangan, sikap ini tercermin ketika pemilik usaha jahit berani menguras tabungan operasional mereka demi memperbarui peralatan kerja atau membeli pasokan kain musiman demi mengejar lonjakan pesanan.

Jika ditinjau dari analisis jawaban responden, butir pernyataan X1.3 *"Saya mengambil tindakan secara langsung, cepat, dan efisien"* menempati nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,29. Angka ini menandakan bahwa para pelaku usaha jahit di Surabaya tipe orang lapangan yang cekatan dan tidak suka menunda-nunda kesempatan saat melihat peluang pasar yang menjanjikan. Di sisi lain, butir pernyataan X1.1 *"Saya memperhatikan setiap hasil akhir dari keputusan berisiko yang diambil"* mendapatkan nilai rata-rata paling rendah yaitu 4,03. Hasil ini memberikan gambaran bahwa dalam realitas usaha mikro, para penjahit cenderung lebih fokus pada tindakan eksekusi instan di ruang produksi terlebih dahulu, sedangkan urusan evaluasi dampak jangka panjang dari risiko tersebut sering kali menjadi nomor dua.

Temuan penelitian ini sejalan dan memperkuat hasil riset terdahulu yang dilakukan oleh Wardhana dan Astuti (2021), yang menyatakan bahwa dimensi *Risk Taking* mempunyai dampak signifikan positif dalam menjaga daya tahan serta keberlanjutan bisnis skala kecil. Kesamaan hasil ini semakin menegaskan konsep bahwa mentalitas yang tangguh dalam menghadapi risiko keuangan adalah fondasi utama yang menjaga detak nadi usaha tetap stabil. Dalam konteks para penjahit di Surabaya, keberanian finansial ini terbukti mampu menghindarkan bisnis mereka dari ancaman gulung tikar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dorongan untuk mengambil risiko *(Risk Taking)* yang terukur secara nyata berkontribusi besar dalam memperpanjang napas operasional usaha jahit di tengah kerasnya persaingan pasar kota

### 4.4.2. Pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity*

*Digital Literacy* dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, sekaligus mengevaluasi informasi secara bijak melalui pemanfaatan teknologi digital. Secara empiris, penguasaan teknologi yang baik pada era modern saat ini menjadi senjata ampuh bagi para pelaku usaha untuk memotong jalur pemasaran tradisional yang lambat dan mahal. Kemampuan digital ini tidak muncul begitu saja, melainkan diasah lewat kebiasaan harian dalam mengeksplorasi berbagai fitur di ponsel pintar. Bagi sektor usaha kecil, tingkat pemahaman digital yang tinggi dari pemiliknya akan mempermudah mereka dalam merumuskan strategi bertahan hidup di tengah gempuran tren digitalisasi yang serba cepat.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Digital Literacy* membawa pengaruh signifikan positif terhadap *Business Continuity* jahit mikro di Kota Surabaya, sehingga Hipotesis Kedua diterima. Hal tersebut dibuktikan melalui perolehan nilai koefisien jalur sebesar 0,228 dengan t-*statistic* sebesar 2,921 (di atas 1,96) serta nilai p-*value* yang sangat meyakinkan yaitu 0,004 (di bawah 0,05). Angka-angka statistik ini mengonfirmasi bahwa kecakapan dalam menggunakan perangkat digital menjadi pemicu penting yang membuat operasional usaha jahit bisa bertahan lebih lama. Polarisasi di lapangan menunjukkan penjahit muda yang melek digital jauh lebih lincah karena sukses memanfaatkan media sosial sebagai portofolio daring dan menyediakan kemudahan dalam transaksi pembayaran konsumen.

Berdasarkan butir pernyataan X2.1 *"Saya mampu mencari informasi lewat internet"* memperoleh tanggapan tertinggi dari responden dengan nilai rata-rata 4,22. Sebagian besar penjahit di Surabaya sudah menjadikan internet sebagai ruang belajar utama untuk mencari

inspirasi potongan baju yang sedang viral. Sebaliknya, butir pernyataan X2.4 *"Saya mampu memahami secara dinamis panduan arah atau tautan yang berbentuk link"* mendapatkan skor rata-rata terendah yaitu sebesar 3,80. Kondisi tersebut menandakan bahwa meskipun para penjahit sudah mahir berselancar di internet, pemahaman teknis mereka mengenai navigasi web atau pengoperasian tautan yang rumit masih terbatas, kemungkinan karena mereka lebih terbiasa dengan tampilan aplikasi media sosial yang praktis.

Hasil riset ini selaras dengan temuan ilmiah dari Pratama et al. (2022) yang mengungkapkan bahwa kecakapan *Digital Literacy* memiliki korelasi positif yang nyata dalam mendorong keberlanjutan bisnis sektor UMKM di era pascapandemi. Adanya kesesuaian ini memperkuat argumen bahwa adaptasi teknologi digital bukan lagi sekadar opsi tambahan, melainkan sebuah keharusan demi memperpanjang napas bisnis di era modern. Dalam kasus penjahit mikro di Surabaya, pemanfaatan teknologi komunikasi terbukti ampuh memangkas jarak interaksi dengan pelanggan di luar wilayah. Dengan demikian, semakin fasih pemilik usaha jahit menggunakan teknologi digital, akan semakin lancar pula proses bisnis mereka sehingga keberlanjutan usaha jangka panjang dapat terwujud secara konsisten.

### 4.4.3. Pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Continuity*

*Market Orientation* merupakan kewajiban bagi seorang *entrepreneur* menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama melalui pengumpulan informasi pasar secara berkelanjutan. Secara empiris, bisnis yang memiliki kepekaan tinggi terhadap pergerakan selera pasar akan lebih cepat merespons kebutuhan konsumen dibandingkan para pesaingnya. Fokus utama dari konsep ini adalah menciptakan nilai tambah yang konsisten bagi pelanggan agar mereka tidak berpaling ke tempat lain. Bagi industri fashion skala kecil, tingkat pemahaman yang mendalam terhadap selera berpakaian masyarakat urban menjadi kunci penting untuk menjaga agar produk yang dihasilkan tidak kehilangan relevansinya di pasar.

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa *Market Orientation* berpengaruh signifikan positif terhadap *Business Continuity* usaha jahit mikro di Kota Surabaya, sehingga Hipotesis Ketiga diterima. *Direct effect* ini tercatat memiliki nilai koefisien jalur tertinggi di antara variabel lainnya yaitu sebesar 0,284 dengan nilai t-*statistic* yang sangat kuat sebesar 4,185 (jauh di atas 1,96) serta nilai p-*value* sebesar 0,000. Fakta ini menegaskan bahwa kejelian dalam mengamati tren busana yang dinamis adalah pendorong paling dominan dalam menjaga kelangsungan usaha bagi para penjahit di Kota Surabaya. Penjahit yang aktif memberikan masukan pola baju kekinian kepada pelanggan terbukti lebih sukses mempertahankan eksistensinya di tengah serbuan produk pakaian impor siap pakai.

Jika ditinjau dari indikator variabelnya, butir pernyataan X3.2 *"Saya selalu memahami keinginan pelanggan"* sukses meraih nilai rata-rata paling tinggi yakni sebesar 4,25. Skor maksimal ini menjadi sinyal kuat bahwa para penjahit di Surabaya sangat menjaga kedekatan psikologis dengan konsumen demi menerjemahkan keinginan baju impian mereka secara akurat. Sementara itu, butir pernyataan X3.6 *"Saya selalu mengantisipasi perubahan strategi pesaing"* memperoleh posisi terendah dengan rata-rata 3,71. Rendahnya angka ini mengindikasikan bahwa para pelaku usaha jahit mikro cenderung acuh tak acuh terhadap

pergerakan kompetitor di sekitarnya, karena mereka lebih memilih fokus memperbaiki kualitas jahitan dan pelayanan di tempat mereka sendiri.

Sejalan dengan hasil studi dari Sari dan Hidayat (2020) yang menyatakan bahwa penerapan *Market Orientation* secara konsisten berdampak signifikan positif terhadap *Business Continuity* usaha kecil dalam jangka panjang. Keselarasan ini membuktikan bahwa strategi bisnis yang berpusat pada konsumen selalu sukses menjadi benteng pertahanan terbaik dari ancaman kebangkrutan. Dalam dunia ekosistem *fashion* di Surabaya, komunikasi yang fleksibel dan ketepatan waktu penyelesaian pesanan menjadi kunci utama bagi para penjahit untuk mengikat loyalitas pelanggan lama. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin peka dan adaptif para penjahit terhadap pergeseran tren pasar *fashion*, akan semakin kokoh pula fondasi keberlanjutan usaha yang *entrepreneur* miliki.

#### 4.4.4. Pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity* Dimoderasikan *Family Social Support*

*Family Social Support* dipahami sebagai bentuk bantuan nyata maupun psikologis yang diberikan oleh anggota keluarga terdekat sehingga menciptakan rasa aman dan percaya diri pada seseorang. Dalam kehidupan sehari-hari, kehadiran ekosistem domestik yang positif di rumah sering bertindak sebagai jaring pengaman emosional saat seseorang menghadapi situasi kerja yang penuh dengan tekanan finansial. Dukungan ini bisa berupa pembagian beban kerja fisik maupun sekadar suntikan motivasi moral di kala roda bisnis sedang seret. Bagi seorang *entrepreneur* mandiri, keharmonisan dan penerimaan yang baik dari lingkungan rumah menjadi modal mental yang sangat berharga untuk meminimalkan kecemasan saat harus mengambil keputusan-keputusan besar yang berisiko.

Hasil analisis interaksi *(indirect effect)* membuktikan bahwa *Family Social Support* terbukti secara signifikan mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity* usaha jahit mikro di Kota Surabaya, sehingga Hipotesis Keempat diterima. Berdasarkan hasil olah data SmartPLS, efek interaksi ini menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,231 dengan nilai t-*statistic* sebesar 2,330 (di atas 1,96) serta nilai p-*value* sebesar 0,020 (di bawah 0,05). Hasil statistik ini memberikan makna bahwa keberanian penjahit dalam mengambil risiko keuangan akan berdampak jauh lebih optimal terhadap kelangsungan bisnis apabila diiringi oleh dukungan yang kuat dari pihak keluarga. Kehadiran keluarga membuat pemilik usaha merasa tidak berjuang sendirian ketika tabungan mereka habis dipakai untuk investasi mesin baru.

Berdasarkan tabulasi data rata-rata, butir pernyataan Z.5 *"Saya selalu mendapatkan saran tentang pekerjaan saya"* memperoleh skor tertinggi yaitu sebesar 4,27. Angka ini menandakan bahwa para penjahit di Surabaya sering kali menjadikan anggota keluarganya sebagai teman diskusi utama untuk bertukar pikiran sebelum mengeksekusi langkah bisnis yang berisiko. Adapun pernyataan indikator Z.3 *"Saya selalu mendapatkan bantuan pinjaman dana usaha dari orang lain"* terkait kemudahan mendapatkan bantuan pinjaman dana dari orang lain mencatatkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,78. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun hubungan emosional keluarga terjalin sangat erat, urusan bantuan permodalan dalam

bentuk uang tunai secara langsung masih menjadi hal yang cukup sensitif dan tidak selalu bisa diandalkan oleh para pelaku usaha mikro.

Temuan dalam riset ini selaras dengan hasil penelitian yang dipublikasikan oleh Ramadani dan Wijaya (2023), yang menyebutkan bahwa dukungan sosial dari keluarga *(Family Social Support)* bertindak sebagai variabel moderasi positif yang memperkuat mental berani mengambil risiko *(Risk Taking)* demi kelangsungan bisnis UMKM *(Business Continuity)*. Kesesuaian ini memperjelas teori bahwa ketangguhan mental seorang pengusaha sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan di dalam rumah tangganya. Bagi para penjahit di Surabaya, kenyamanan domestik ini terbukti ampuh meredam stres kerja akibat fluktuasi pesanan yang tidak menentu. Dengan demikian, kesimpulan akhirnya adalah sokongan moral dan saran dari keluarga terdekat terbukti nyata mampu melipatgandakan dampak positif dari keberanian mengambil risiko finansial demi menjaga bisnis tetap bertahan.

### 4.4.5. Pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity* Dimoderasikan *Family Social Support*

*Family Social Support* dalam lingkungan usaha mikro tidak hanya terbatas pada kenyamanan emosional, melainkan juga mencakup bantuan teknis operasional harian di tempat kerja. Di era digital seperti sekarang, kehadiran anggota keluarga dari generasi yang lebih muda sering kali menjadi jembatan bagi pemilik usaha yang lebih tua untuk memahami perkembangan teknologi. Secara empiris, proses transfer pengetahuan digital di dalam rumah terbukti jauh lebih efektif karena berlangsung dalam suasana yang santai tanpa adanya tekanan formal. Sinergi antargenerasi di dalam lingkaran domestik inilah yang kemudian membantu mempercepat adopsi teknologi informasi pada operasional bisnis berskala kecil.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Family Social Support* terbukti signifikan positif dalam memoderasi pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity* pada penjahit mikro di Kota Surabaya, sehingga Hipotesis Kelima diterima. Jalur moderasi ini memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,200 dengan nilai t-*statistic* sebesar 2,160 yang lolos dari ambang batas 1,96, serta didukung oleh nilai p-*value* sebesar 0,031 (di bawah 0,05). Temuan statistik ini mengindikasikan bahwa kemampuan *Digital Literacy* para penjahit akan memberikan kontribusi yang jauh lebih besar bagi kelangsungan usaha jika mereka mendapatkan dukungan fisik maupun moral dari keluarga. Dukungan nyata ini sering kali mewujud dalam bentuk keterlibatan anak atau pasangan dalam membantu mengelola akun bisnis di media sosial.

Berdasarkan hasil analisis rata-rata tabulasi data kuesioner, pernyataan indikator Z.6 *"Saya selalu mendapatkan umpan balik tentang pekerjaan saya"* menduduki peringkat tertinggi kedua dengan nilai rata-rata 4,22. Angka ini menunjukkan bahwa para penjahit juga sangat menghargai opini dan kritik dari keluarga terhadap kualitas foto produk baju yang hendak mereka unggah ke internet. Di sisi lain, pernyataan indikator Z.3 *"Saya selalu mendapatkan bantuan pinjaman dana usaha dari orang lain"* tetap konsisten berada di posisi terbawah dengan nilai rata-rata 3,78. Fenomena ini mempertegas interpretasi bahwa bentuk *Family Social Support* yang paling dirasakan manfaatnya oleh para penjahit dalam hal

digitalisasi bukanlah berupa suntikan modal finansial, melainkan bantuan tenaga dan pikiran untuk memajukan bisnis secara *online*.

Temuan ilmiah ini selaras dengan hasil studi dari Novita (2025) yang menyimpulkan bahwa *Family Social Support* terbukti efektif dalam memperkuat proses adaptasi teknologi informasi demi menjaga keberlanjutan usaha kecil di era digital. Kesamaan hasil ini memperkuat posisi dukungan keluarga sebagai faktor penguat eksternal yang sangat strategis bagi eksistensi UMKM. Dalam konteks usaha jahit di Surabaya, kehadiran keluarga membuat proses operasional pemasaran digital terasa lebih ringan dan tidak menjenuhkan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin kuat jalinan dukungan operasional yang diberikan oleh anggota keluarga di rumah, maka akan semakin optimal pula pemanfaatan teknologi digital dalam memperpanjang usia bisnis jahit mikro tersebut.

#### 4.4.6. Pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* Dimoderasikan *Family Social Support*

*Market Orientation* yang berfokus pada pemenuhan ekspektasi pelanggan membutuhkan konsentrasi penuh dan pembagian waktu yang seimbang dari pemilik usaha. Ketika seorang *entrepreneur* terlalu sibuk mengamati pergerakan tren pasar dan melayani komplain konsumen, waktu mereka untuk mengurus urusan personal otomatis akan berkurang drastis. Secara empiris, kondisi ini berpotensi memicu konflik baru di dalam rumah tangga jika anggota keluarga tidak memiliki pemahaman yang sama mengenai tuntutan pekerjaan tersebut. Oleh karena itu, toleransi dan pengertian dari pihak keluarga sangat dibutuhkan agar pemilik usaha dapat tetap fokus membaca peluang pasar tanpa harus terbebani oleh urusan domestik.

Hasil analisis statistik memberikan temuan mengejutkan bahwa *Family Social Support* justru tidak memiliki pengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara *Market Orientation* terhadap *Business Continuity*, sehingga Hipotesis Keenam ditolak. Fakta ini terlihat jelas dari perolehan nilai koefisien jalur yang sangat kecil yaitu 0,055 dengan nilai t-*statistic* hanya sebesar 0,572 yang berada jauh di bawah standar minimal 1,96. Ketidaksignifikanan ini diperkuat oleh nilai p-*value* yang bengkak sebesar 0,568 yang jauh melampaui batas toleransi 0,05. Angka-angka ini menjadi bukti empiris bahwa kuat atau lemahnya dukungan yang diberikan oleh keluarga sama sekali tidak memengaruhi kejelian para penjahit dalam mengamati dan mengikuti pergerakan selera pasar *fashion* di Surabaya.

Merujuk pada analisis indikator, pernyataan indikator Z.5 *"Saya selalu mendapatkan saran tentang pekerjaan saya"* memang meraih rata-rata skor tertinggi sebesar 4,27, namun dalam konteks *Market Orientation*, saran dari keluarga ternyata tidak terlalu relevan. Hal ini terjadi karena anggota keluarga di rumah tidak memahami seluk-beluk tren potongan baju yang sedang viral di media sosial, sehingga masukan mereka tidak bisa dipakai untuk mengambil keputusan bisnis. Sementara itu, pernyataan indikator Z.3 *"Saya selalu mendapatkan bantuan pinjaman dana usaha dari orang lain"* terkait bantuan dana usaha tetap menjadi yang terendah dengan rata-rata 3,78. Kondisi ini memperjelas bahwa pada pernyataan indikator X3.6 *"Saya selalu mengantisipasi perubahan strategi pesaing"* yang memperoleh nilai rata-rata terendah

sebesar 3,71 murni menjadi tanggung jawab profesional pemilik usaha jahit sendiri tanpa bisa dicampuri oleh pihak luar termasuk keluarga.

Temuan ini sejalan dengan hasil riset dari Tingal & Simutorang (2022) yang menyatakan bahwa *Market Orientation* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *Business Continuity*. Sementara itu, pada penelitian ini turut menambahkan *Family Social Support* sebagai variabel moderasi untuk melihat apakah mampu memperkuat ataupun memperlemah antara *Market Orientation* terhadap *Business Continuity*. Hasilnya membuktikan bahwa kemampuan beradaptasi dengan selera konsumen adalah murni kompetensi individu pengusaha yang terasah lewat interaksi langsung di pasar, bukan hasil dari motivasi di dalam rumah. Dalam kasus penjahit di Surabaya, urusan kepuasan pelanggan dan ketepatan waktu pola baju adalah mutlak ranah profesional ruang produksi. Kesimpulannya, besar atau kecilnya sokongan moral dari keluarga tidak terbukti mampu memperkuat ataupun memperlemah kejelian pasar para penjahit dalam menjaga keberlanjutan bisnis mereka.

# BAB V
# PENUTUP

## 5.1. Kesimpulan

Melalui pengujian hipotesis dan analisis data yang telah dilakukan terhadap 59 responden pemilik usaha jasa jahit skala mikro di Kota Surabaya, maka diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini mengenai pengaruh *Risk Taking*, *Digital Literacy*, dan *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* dengan dimoderasikan oleh *Family Social Support*, sebagai berikut:

1) *Risk Taking* berpengaruh signifikan positif terhadap *Business Continuity* pada pemilik usaha jasa jahit *fashion* skala mikro di Kota Surabaya. Hal ini didukung oleh hasil analisis rata-rata tabulasi data variabel *Risk Taking* yang menunjukkan kategori Sangat Setuju dengan pernyataan tertinggi pada *"Saya mengambil tindakan secara langsung, cepat, dan efisien"*. Selain itu, hasil uji statistik menunjukkan nilai t-*statistic* 2.711 > 1.96 dan p-*value* 0.007 < 0.05, sehingga Hipotesis Pertama diterima.
2) *Digital Literacy* berpengaruh signifikan positif terhadap *Business Continuity* pada pemilik usaha jasa jahit *fashion* skala mikro di Kota Surabaya. Hal ini didukung oleh hasil analisis rata-rata tabulasi data variabel *Risk Taking* yang menunjukkan kategori Sangat Setuju dengan pernyataan tertinggi pada *"Saya mampu mencari informasi lewat internet"*. Selain itu, hasil uji statistik menunjukkan nilai t-*statistic* 2.921 > 1.96 dan p-*value* 0.004 < 0.05, sehingga Hipotesis Kedua diterima.
3) *Market Orientation* berpengaruh signifikan positif terhadap *Business Continuity* pada pemilik usaha jasa jahit *fashion* skala mikro di Kota Surabaya. Hal ini didukung oleh hasil analisis rata-rata tabulasi data variabel *Risk Taking* yang menunjukkan kategori Sangat Setuju dengan pernyataan tertinggi pada *"Saya selalu memahami keinginan pelanggan"*. Selain itu, hasil uji statistik menunjukkan nilai t-*statistic* 4.185 > 1.96 dan p-*value* 0.000 < 0.05, sehingga Hipotesis Ketiga diterima.
4) *Family Social Support memoderasi Risk Taking* terhadap *Business Continuity* pada pemilik usaha jasa jahit *fashion* skala mikro di Kota Surabaya. Selain itu, hasil uji statistik menunjukkan nilai t-*statistic* 2.330 > 1.96 dan p-*value* 0.020 < 0.05, sehingga Hipotesis Keempat diterima. Hal ini membuktikan bahwa *Family Social Support* mampu memoderasi pengaruh *Risk Taking* terhadap *Business Continuity*.
5) *Family Social Support* memoderasi *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity* pada pemilik usaha jasa jahit *fashion* skala mikro di Kota Surabaya. Selain itu, hasil uji statistik menunjukkan nilai t-*statistic* 2.160 > 1.96 dan p-*value* 0.031 < 0.05, sehingga Hipotesis Kelima diterima. Hal ini membuktikan bahwa *Family Social Support* mampu memoderasi pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Business Continuity*.
6) *Family Social Support* tidak memoderasi *Market Orientation* terhadap *Business Continuity* pada pemilik usaha jasa jahit *fashion* skala mikro di Kota Surabaya. Selain itu, hasil uji statistik menunjukkan nilai t-*statistic* 0.572 < 1.96 dan p-*value* 0.568 > 0.05, sehingga

Hipotesis Keenam ditolak. Hal ini membuktikan bahwa *Family Social Support* tidak memoderasi pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Continuity*.

## 5.2. Rekomendasi

### 5.2.1. Rekomendasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dalam mendorong proses pengembangan ilmu pengetahuan di bidang *Entrepreneurship* (Kewirausahaan), khususnya mengenai *Risk Taking* (Pengambilan Risiko), *Digital Literacy* (Literasi Digital), *Market Orientation* (Orientasi Pasar), dan *Family Social Support* (Dukungan Keluarga) terhadap *Business Continuity* (Kelangsungan Usaha) di sektor *fashion* skala mikro. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi dan landasan dalam mengembangkan penelitian serupa. Mengacu pada hasil pengujian *Effect Size* ($f^2$) dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan antarvariabel berada pada kategori efek kecil, hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat variabel-variabel lain di luar model penelitian ini yang berpotensi memberikan pengaruh lebih besar terhadap *Business Continuity* pemilik usaha jasa jahit *fashion* skala mikro. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain, seperti *Financial Access*, *Market Competitiveness*, *Entrepreneurial Success*, *Entrepreneurial Experience*, atau *Operational Agility*, guna memperoleh model penelitian yang lebih kuat dan komprehensif.

### 5.2.2. Rekomendasi Praktis

1) Bagi pelaku usaha bidang *fashion* skala mikro di Kota Surabaya terutama yang bergerak di bidang jasa jahit pakaian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Market Orientation* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap *Business Continuity*. Untuk itu, para pelaku usaha perlu peka dan adaptif terhadap pergeseran tren pasar *fashion*, di mana akan menjadi semakin kokoh pula fondasi keberlanjutan usaha yang *entrepreneur* miliki saat ini.
2) Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian dalam mengekplorasi lebih lanjut mengenai *Risk Taking* (Pengambilan Risiko), *Digital Literacy* (Literasi Digital), *Market Orientation* (Orientasi Pasar), dan *Family Social Support* (Dukungan Keluarga) terhadap *Business Continuity* (Kelangsungan Usaha) pada usaha *fashion* skala mikro di Kota Surabaya.

skripsi fernandi

ORIGINALITY REPORT

| 13% | 12% | 7% | 6% |
|---|---|---|---|
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|---|
| 1 | repository.umsu.ac.id<br>Internet Source | 1% |
| 2 | ejournal.unsrat.ac.id<br>Internet Source | 1% |
| 3 | Submitted to Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata<br>Student Paper | <1% |
| 4 | jptam.org<br>Internet Source | <1% |
| 5 | journal.yrpipku.com<br>Internet Source | <1% |
| 6 | jurnal.untag-sby.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 7 | repository.unissula.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 8 | dspace.uii.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 9 | docplayer.info<br>Internet Source | <1% |
| 10 | etheses.uin-malang.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 11 | repository.unika.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 12 | Submitted to Universitas Diponegoro<br>Student Paper | <1% |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | Iqbal Ramadhani Fuadiputra. Jurnal Manajemen, 2020<br>Publication | <1 % |
| 14 | Submitted to Universitas Budi Luhur<br>Student Paper | <1 % |
| 15 | Submitted to UPN Veteran Yogyakarta<br>Student Paper | <1 % |
| 16 | repositori.unsil.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 17 | HERMAN WIJAYA. "The Pengaruh Desentralisasi Dan Ketidakpastian Tugas Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Sistem Akuntansi Manajemen Sebagai Variabel Intervening", JAK (Jurnal Akuntansi) : Kajian Ilmiah Akuntansi, 2021<br>Publication | <1 % |
| 18 | rama.uniku.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 19 | jurnal.ppi.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 20 | Submitted to Binus University International<br>Student Paper | <1 % |
| 21 | Submitted to Universitas Negeri Yogyakarta<br>Student Paper | <1 % |
| 22 | journal.untar.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 23 | eprints.umpo.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 24 | repository-feb.unpak.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 25 | jurnal.researchideas.org<br>Internet Source | <1 % |

| | | |
|---|---|---|
| 26 | Submitted to Universitas Muria Kudus<br>Student Paper | <1 % |
| 27 | Ismunatul Azzahroh, Alfiana Alfiana, Dharmayanti Pri Handini. "Pengaruh Digital Payment, Literasi Keuangan, dan Digital Marketing terhadap Volume Penjualan UMKM", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026<br>Publication | <1 % |
| 28 | Submitted to Universitas Bengkulu<br>Student Paper | <1 % |
| 29 | repository.unisba.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 30 | repository.upstegal.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 31 | Submitted to stie-pembangunan<br>Student Paper | <1 % |
| 32 | jurnal.usahid.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 33 | Submitted to UIN Raden Intan Lampung<br>Student Paper | <1 % |
| 34 | Submitted to Universitas Negeri Jakarta<br>Student Paper | <1 % |
| 35 | eprints.perbanas.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 36 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya<br>Student Paper | <1 % |
| 37 | jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 38 | Khairin Inayah, Asriati Asriati, Sitti Marhumi. "Pengaruh Quality Of Work Life dan Motivasi | <1 % |

| | | |
|---|---|---|
| | Terhadap Kinerja Karyawan PT.Telkom Indonesia Regional V Kawasan Timur Indonesia Makassar", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026<br>Publication | |
| 39 | Submitted to Universitas Dian Nuswantoro<br>Student Paper | <1 % |
| 40 | digilibadmin.unismuh.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 41 | etd.uinsyahada.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 42 | repository.upi.edu<br>Internet Source | <1 % |
| 43 | Syekh Ja'far Shodiq, Yuni Kasmawati. "Peran Kepuasan Peserta Sebagai Variabel Mediasi Dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Field staff Terhadap Efektivitas Program Fasilitasi Pendampingan Usaha Akses Reforma Agraria Tahun 2025", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2026<br>Publication | <1 % |
| 44 | jurnal.stie-aas.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 45 | Submitted to Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang<br>Student Paper | <1 % |
| 46 | Mainatul Ilmi, Ahmad Sauqi, Putri Ulan Tansyiah. "ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN PADA BANK DIGITAL DI INDONESIA", Worksheet : Jurnal Akuntansi, 2026<br>Publication | <1 % |

| | | |
|---|---|---|
| 47 | Submitted to UINFAS Bengkulu<br>Student Paper | <1 % |
| 48 | binapatria.id<br>Internet Source | <1 % |
| 49 | eprints.umg.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 50 | journal.ubaya.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 51 | journal.unimar-amni.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 52 | Submitted to msu<br>Student Paper | <1 % |
| 53 | repo.bunghatta.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 54 | repository.stie-mce.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 55 | repository.ugj.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 56 | Submitted to Udayana University<br>Student Paper | <1 % |
| 57 | menjadipengaruh.com<br>Internet Source | <1 % |
| 58 | ojs.uph.edu<br>Internet Source | <1 % |
| 59 | repository.ibs.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 60 | vdocuments.site<br>Internet Source | <1 % |
| 61 | www.journalkeberlanjutan.com<br>Internet Source | <1 % |
| | www.rctiplus.com | |

| | | |
|---|---|---|
| 62 | Internet Source | <1% |
| 63 | Mario Ricci Mangu, Sefnedi Sefnedi, Kasman Karimi. "Dual-Pathway Service Quality dan Pembentukan Kepercayaan Mitra: Peran Mediasi Kepuasan dalam Industri Jasa Pelabuhan", Owner, 2026<br>Publication | <1% |
| 64 | Natasya Putri, Herlina Yustati, Kustin Hartini. "PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL, FOMO, DAN SELF-CONTROL TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH", JURNAL EKONOMI SAKTI (JES), 2026<br>Publication | <1% |
| 65 | advancesinresearch.id<br>Internet Source | <1% |
| 66 | indojurnal.com<br>Internet Source | <1% |
| 67 | repository.uhn.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 68 | repository.usd.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 69 | repository.ut.ac.id<br>Internet Source | <1% |
| 70 | researchhub.id<br>Internet Source | <1% |
| 71 | Sandya Aryasatya, Bernadin Dwi M, Maria Assumpta W, Dea Delia Lestari. "Analysis of The Influence of Paid Advertising and Affiliate Marketing with Instagram Social Media Intermediation on Purchase Decisions in Lazada E-Commerce", Indonesian Journal of Economic & Management Sciences, 2026 | <1% |

| | | |
|---|---|---|
| | Publication | |
| 72 | Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah<br>Student Paper | <1 % |
| 73 | core.ac.uk<br>Internet Source | <1 % |
| 74 | digilib.uinsby.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 75 | ejournal.gunadarma.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 76 | id.123dok.com<br>Internet Source | <1 % |
| 77 | maulananovelis.blogspot.com<br>Internet Source | <1 % |
| 78 | repository.undaris.ac.id:8080<br>Internet Source | <1 % |
| 79 | uccpaaa.org<br>Internet Source | <1 % |
| 80 | Guntur Bayu Purnama, Abdul Halik, Siti Mujanah. "The Impact of Work Ethic, Work Environment in Shaping Organizational Commitment and Job Satisfaction of Scrap Metal Workers in Kamal District", Formosa Journal of Applied Sciences, 2025<br>Publication | <1 % |
| 81 | adoc.pub<br>Internet Source | <1 % |
| 82 | digilib.uinkhas.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 83 | doaj.org<br>Internet Source | <1 % |
| 84 | ejournal.joninstitute.org<br>Internet Source | <1 % |

| | | |
|---|---|---|
| 85 | eprints.upj.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 86 | eprints.walisongo.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 87 | jurnal.pcr.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 88 | repositori.uma.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 89 | repository.ppns.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 90 | repository.radenintan.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 91 | repository.trisakti.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 92 | repository.ub.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 93 | repository.ulb.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 94 | text-id.123dok.com<br>Internet Source | <1 % |
| 95 | www.repository.trisakti.ac.id<br>Internet Source | <1 % |
| 96 | Ani Ani, Fadjar Harimurti. "Analisis Multidimensional Kepatuhan Pajak UMKM Di Kabupaten Karanganyar : Pemahaman, Kesadaran, Love Of Money Dan Kondisi Keuangan", Jurnal Maneksi, 2025<br>Publication | <1 % |
| 97 | Ni Nyoman Galuh Gita Darma, Putu Sri Hartati. "Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone | <1 % |

Merek Oppo pada Gerai Handphone Shop di Gianyar", Widya Amrita, 2021
Publication

| | | |
|---|---|---|
| 98 | Saut Rediman Situmorang, Rexly Elan Panggabean, River Nababan, Samuel Christian Nathanael et al. "Penerapan Formulir Digital Google Forms untuk Meningkatkan Efisiensi Layanan Pemesanan pada UMKM Kuliner: Studi Kasus Warung Bu Ayu", Journal Of Human And Education (JAHE), 2025<br>Publication | <1 % |
| 99 | Siska Siska, Suryani Hardjo, Amanah Surbakti. "Psychological resilience as a mediator between transformational leadership and work engagement", Journal of Counseling, Education and Society, 2026<br>Publication | <1 % |
| 100 | Noris Dwi Saputra, Vera Irma Delianti, Rizkayeni Marta, Delvi Asmara. "Analisis Tipe Kepribadian dan Minat Karir Mahasiswa Berdasarkan Teori Holland (RIASEC)", TSAQOFAH, 2025<br>Publication | <1 % |
| 101 | johannessimatupang.wordpress.com<br>Internet Source | <1 % |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Exclude quotes | Off | Exclude matches | Off |
| Exclude bibliography | On | | |