

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian dimulai pada bulan Januari 2022 sampai dengan Juli 2022. Terhitung bulan Januari penentuan topik penelitian yaitu kewirausahaan. Pada bulan Februari penentuan judul penelitian yaitu “Pengaruh Sosial Media dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”. Pada bulan Maret sampai dengan Mei menyelesaikan penyusunan proposal penelitian. Bulan Juni sampai dengan Juli proses menyebarkan kuisisioner penelitian, melakukan pengolahan data penelitian, menguji hipotesis penelitian hingga menyelesaikan laporan penelitian.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Pemilihan Universitas Negeri Jakarta karena peneliti menggunakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sebagai objek penelitian yang memiliki minat berwirausaha. Penelitian ini dilakukan secara online dengan menyebarkan kuisisioner melalui *Google Form* untuk efisiensi waktu dikarenakan saat ini tidak mungkin untuk mendistribusikan kuisisioner secara langsung.

3.2 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Zalu (2020) pendekatan kuantitatif berfokus pada data yang berupa sekumpulan angka yang dapat dijadikan tolak ukur penelitian dan dapat dihitung menggunakan analisis statistik.

Metode yang dipilih peneliti untuk penelitian ini adalah metode penelitian survei. Metode penelitian survei digunakan untuk mendapatkan data langsung dari subjek penelitian, baik dengan penyebaran kuisisioner maupun dengan observasi atau wawancara (Nana & Elin, 2018). Metode ini dipilih oleh peneliti karena dianggap sejalan dengan tujuan peneliti yaitu memperoleh data melalui penyebaran kuisisioner untuk mengetahui pengaruh dari sosial media dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Arikunto adalah individu - individu yang memiliki beberapa kesamaan, meskipun secara konsistensi memiliki tingkat yang rendah. Dengan kata lain, populasi dapat artikan sebagai seluruh individu yang akan menjadi objek penelitian (Junaidi et al., 2017). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

3.3.2 Sampel

Sugiyono mengatakan sampel adalah bagian yang mewakili representasi ukuran populasi. Peneliti dapat memakai sampel yang diperoleh dari tingkat populasi yang cukup besar dan peneliti tidak dapat meneliti setiap anggota populasi, misalnya karena sumber daya yang dimiliki peneliti kurang memadai (dana, tenaga, dan waktu) (Intaha et al., 2020).

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana peneliti menetapkan beberapa kriteria tertentu dari sekelompok populasi untuk memastikan sampel yang

dipilih dapat mencapai tujuan penelitian (Ika, 2021). Kritea yang digunakan untuk penetapan sampel dalam penelitian ini adalah :

- 1) Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta angkatan 2018 - 2021
- 2) Memiliki dan aktif menggunakan sosial media

Estimasi *Maximum Likelihood* dalam *Structural Equation Model* (SEM) bervariasi dari 100 hingga 200 responden untuk memilih jumlah sampel (Hair et al., 2019). Peneliti menyimpulkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 200 responden jika dilihat dari kebutuhan dalam penelitian ini yang menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Model* (SEM).

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Minat Berwirausaha (Y)

a. Definisi Konseptual

Minat berwirausaha adalah keinginan atau ketertarikan yang tumbuh secara sadar dari dalam diri seseorang untuk menciptakan usahanya sendiri untuk dapat memenuhi kebutuhan dan meraih kesuksesan dalam berwirausaha. Seseorang yang memiliki minat berwirausaha dalam dirinya akan mencari informasi tentang peluang yang ada dan mulai merencanakan segala sesuatunya agar dapat mengambil kesempatan untuk mengembangkan usahanya.

b. Definisi Operasional

Indikator yang digunakan untuk minat berwirausaha merupakan indikator adaptasi dari penelitian Nguyen et al. (2019) dan Liu et al. (2019), yaitu :

- 1) Saya bersedia melakukan apa saja untuk menjadi seorang wirausahawan
- 2) Saya akan melakukan yang terbaik untuk memulai dan menjalankan usaha saya
- 3) Saya memutuskan untuk mendirikan usaha di masa depan

- 4) Tujuan karir saya adalah menjadi wirausahawan
- 5) Saya telah mempertimbangkan untuk menjalankan usaha saya sendiri
- 6) Mempertimbangkan situasi saat ini dan berbagai keterbatasan (seperti modal), saya akan tetap memilih untuk memulai usaha saya sendiri

c. Kisi – Kisi Instrumen Minat Berwirausaha

Kisi - kisi instrumen penelitian ini berfungsi sebagai penuntun pertanyaan - pertanyaan yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Instrumen dari variabel minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1 Instrumen Minat Berwirausaha

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Minat Berwirausaha (Y)	<i>I am willing to do anything to become an entrepreneur</i>	Saya bersedia melakukan apa saja untuk menjadi seorang wirausahawan	(Nguyen et al., 2019)
	<i>I will try my best to start and run my business</i>	Saya akan melakukan yang terbaik untuk memulai dan menjalankan usaha saya	
	<i>I decided to set up a company in the future</i>	Saya memutuskan untuk mendirikan usaha di masa depan	
	<i>My career goal is to become an entrepreneur</i>	Tujuan karir saya adalah menjadi wirausahawan	
	<i>I've considered</i>	Saya telah	(Liu et al., 2019)

<i>running my own company</i>	mempertimbangkan untuk menjalankan usaha saya sendiri
<i>Considering the current situation and various restrictions (such as capital), I will still choose to start my own business</i>	Mempertimbangkan situasi saat ini dan berbagai keterbatasan (seperti modal), saya akan tetap memilih untuk memulai usaha saya sendiri

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

3.4.2 Sosial Media (X1)

a. Definisi Konseptual

Sosial media adalah media yang digunakan untuk saling berbagi informasi, berkomunikasi, menjalin kerja sama pada sebuah aplikasi online. Dengan adanya sosial media, siapa pun dapat memiliki kesempatan yang sama dalam menunjang penjualan dan pemasaran merek usaha sampai ke seluruh dunia karena informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat diakses dengan mudah dan cepat tanpa adanya batasan.

b. Definisi Operasional

Indikator yang digunakan untuk sosial media merupakan indikator adaptasi dari penelitian Park (2017) dan Tafesse & Wien (2018), yaitu :

- 1) Saya sering menggunakan sosial media untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan terkait kewirausahaan
- 2) Saya selalu menggunakan sosial media untuk menjaga dan memperkuat komunikasi dengan perguruan tinggi dalam berwirausaha
- 3) Saya dapat memperoleh banyak pengetahuan dari relasi/pelanggan yang berada di sosial media

- 4) Saya menggunakan sosial media untuk berkomunikasi dengan pelanggan
- 5) Saya menjangkau lebih banyak pelanggan melalui sosial media
- 6) Meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui sosial media (seperti, menyukai, bagikan, komen, dan tautan)

c. Kisi – Kisi Instrumen Sosial Media

Kisi - kisi instrumen penelitian ini berfungsi sebagai penuntun pertanyaan - pertanyaan yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Instrumen dari variabel sosial media dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2 Instrumen Sosial Media

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Sosial Media (X1)	<i>I often use social media to obtain work-related information and knowledge</i>	Saya sering menggunakan sosial media untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan terkait kewirausahaan	(Park, 2017)
	<i>I regularly use social media to maintain and strengthen communication with colleges in my work</i>	Saya selalu menggunakan sosial media untuk menjaga dan memperkuat komunikasi dengan perguruan tinggi dalam berwirausaha	
	<i>I can gain lots of knowledge from contact/customers in social network systems</i>	Saya dapat memperoleh banyak pengetahuan dari relasi/pelanggan yang berada di sosial media	

<i>I use social media to contact customers</i>	Saya menggunakan sosial media untuk berkomunikasi dengan pelanggan	
<i>We reach more customers through social media</i>	Saya menjangkau lebih banyak pelanggan melalui sosial media	
<i>Our key customer engagement metrics are improving (e.g. likes, shares, comments, and link)</i>	Meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui sosial media (seperti, menyukai, bagikan, komen, dan tautan)	(Tafesse & Wien, 2018)

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

3.4.3 Motivasi (X2)

a. Definisi Konseptual

Motivasi berwirausaha adalah dorongan positif yang dapat menjadi dasar kekuatan bagi seseorang agar tergerak hatinya untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Motivasi berwirausaha sangat berperan penting dalam upaya mengembangkan kemampuan diri agar dapat mencapai tujuan usahanya.

b. Definisi Operasional

Indikator yang digunakan untuk motivasi dalam berwirausaha merupakan indikator adaptasi dari penelitian Agarwal et al. (2018), yaitu :

- 1) Untuk menjadi bos bagi diri sendiri
- 2) Untuk meningkatkan kondisi ekonomi saya
- 3) Untuk mencapai kepuasan diri dan pengembangan pribadi
- 4) Untuk mendapatkan keamanan memiliki pekerjaan

- 5) Untuk membangun usaha untuk diwariskan ke generasi berikutnya
- 6) Untuk mencapai kebebasan pribadi

c. Kisi – Kisi Instrumen Motivasi

Kisi - kisi instrumen penelitian ini berfungsi sebagai penuntun pertanyaan - pertanyaan yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Instrumen dari variabel motivasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 3 Instrumen Motivasi

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Motivasi (X2)	<i>To become the own boss</i>	Untuk menjadi bos bagi diri sendiri	(Agarwal et al., 2018)
	<i>To increase my economic condition</i>	Untuk meningkatkan kondisi ekonomi saya	
	<i>To attain the own satisfaction and personal development</i>	Untuk mencapai kepuasan diri dan pengembangan pribadi	
	<i>To get the security of having the job</i>	Untuk mendapatkan keamanan memiliki pekerjaan	
	<i>To establish the business to pass on the next generation</i>	Untuk membangun usaha untuk diwariskan ke generasi berikutnya	
	<i>To achieve the personal freedom</i>	Untuk mencapai kebebasan pribadi	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akan digunakan yaitu data primer. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya (Lesmana et al.,

2017). Pada penerapannya, data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuisisioner secara online kepada para responden melalui *Google Form* dengan berbagai sosial media yang dimiliki peneliti. Kuisisioner berisikan sejumlah pernyataan untuk mengukur hubungan antar variabel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sosial media, motivasi dan minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Metode pengukuran data yang digunakan yaitu skala *likert*. Skala *likert* bertujuan untuk mengukur seberapa setuju atau tidak setujunya individu terhadap sejumlah pernyataan yang dinilai melalui sikap dan sudut pandang responden mengenai suatu permasalahan. Pernyataan – pernyataan di dalam kuisisioner merupakan hasil uraian variabel penelitian menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2018). Dalam penggunaan skala *likert*, setiap pertanyaan yang digunakan pada penelitian akan diberi skor 1 sampai 5, dimulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai seberapa baik suatu tes memenuhi tujuannya dan untuk menentukan apakah alat ukur yang disiapkan mampu mengukur hasil yang diinginkan (Darma, n.d.). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuisisioner yang digunakan untuk penelitian.

Dalam penelitian ini analisis faktor yang akan digunakan yaitu *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Penelitian ini menggunakan pedoman nilai *factor loading* pada EFA berdasarkan jumlah sampel pada tabel berikut:

Tabel 3. 4 *Exploratory Factor Analysis* (EFA)

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
-----------------------	---------------

0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Data dari hasil kuesioner di dalam penelitian ini nantinya akan dianalisis dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciens*) untuk menentukan apakah indikator yang ada akan digunakan atau dihapus. Adapun *factor analysis* dengan ketentuan *factor loading* 0.40. Semua indikator dapat dinyatakan valid apabila indikator memiliki *factor loading* > 0.40 dan tidak terdapat *cross factor*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel melalui pertanyaan-pertanyaan yang digunakan. Untuk masing-masing variabel dalam kuesioner dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's alpha* (α).

Adapun kriteria pengujian menurut Darma (n.d.), sebagai berikut :

- (*Cronbach's alpha* $> 0,7$), maka dapat dikatakan reliabel.
- (*Cronbach's alpha* $< 0,7$), maka dapat dikatakan tidak reliabel.

3.6.3 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini uji hipotesis akan diolah menggunakan metode pengujian SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan software AMOS (*Analysis Of Moment Structure*). Pada pengujian SEM, menurut Wahyuningsih (2020) akan dilakukan uji kesesuaian dan uji statistik dimana terdapat evaluasi dari kriteria *goodness of fit* atau indeks kecocokan model. Indeks kecocokan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 5 Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut of Point</i>
<i>Chi-Square</i>	< 117,63
Probabilitas	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>TLI</i>	$\geq 0,95$
<i>CFI</i>	$\geq 0,95$