

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Berikut adalah waktu dan tempat dilaksanakannya penelitian ini:

##### **3.1.1 Waktu Penelitian**

Dimulainya penelitian pada bulan Januari 2022 dengan penentuan topik penelitian, mencari judul penelitian berdasarkan topik yang sudah diberikan. Bulan Februari 2022 sampai dengan April 2022 waktu pengerjaan penyusunan proposal penelitian. bulan April 2022 sampai dengan Juli 2022 merupakan waktu penelitian, penyebaran kuesioner penelitian, mengolah data hasil kuesioner, menguji hipotesis dan membuat laporan penelitian.

##### **3.1.2 Tempat Penelitian**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta” penelitian dilakukan di DKI Jakarta, karena fokus objek penelitian ini adalah mahasiswa yang letak lokasi kampus di daerah DKI Jakarta serta telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Wilayah DKI Jakarta mencakup Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan secara daring melalui penyebaran kusioner dengan bantuan perangkat lunak administrasi survei yaitu *Google Formulir*. Agar mempermudah proses penelitian ini dengan mempertemukan responden maka penyebaran kuesioner dibantu melalui aplikasi media sosial seperti *WhatsApp*, *Twitter*, dan *Instagram*.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode penelitan deskriptif kuantitatif karena akan berkaitan dengan penjabaran angka-angka statistik, pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasil

penelitian yang sudah di uji. Metode kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono (2019). Peneliti dalam mengumpulkan data juga menggunakan metode survei dengan mengedarkan kuesioner *online*. Metode penelitian survei termasuk dalam metode kuantitatif. Setelah mendapatkan data mengenai pengaruh antar variabel yang diteliti, maka peneliti akan menganalisis hipotesis yang dirbuat dinyatakan diterima atau tidak. Metode tersebut dipilih oleh peneliti dikarenakan sejalan dengan tujuan peneliti yaitu memperoleh data responden melalui penyebaran kuesioner daring untuk mendapatkan dan mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas, dan kecerdasan emosional terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dikatakan adalah subjek pada suatu wilayah serta waktu tertentu yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini, yaitu semua mahasiswa perguruan tinggi negeri maupun swasta yang letak kampus di daerah DKI Jakarta.

Menurut BPS DKI Jakarta (2021) Jakarta jumlah perguruan tinggi negeri di DKI Jakarta sebanyak 4 dan perguruan tinggi negeri swasta di DKI Jakarta sebanyak 275. Untuk jumlah mahasiswa negeri di DKI Jakarta tahun 2021 sebanyak 101,058 dan jumlah mahasiswa perguruan tinggi swasta sebanyak 597,210 orang.

#### **3.3.2 Sampel**

Dalam penelitian kuantitatif sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang letak kampus berada di Jakarta, telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan atau

berkaitan dengan kewirausahaan dan berada di rentang usia 18-24 tahun atau mahasiswa Angkatan 2018-2021. Hal ini termasuk kedalam Teknik *purposive sampling* proses perolehan data melalui alasan tertentu (Sugiyono, 2019).

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Pengambilan sampel menggunakan rumus mengemukakan bahwa jumlah sampel minimal dalam penggunaan teknik analisis regresi berganda adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10 (Hair et al., 2019, hal. 280). Pada penelitian ini terdapat 25 indikator, maka  $25 \times 5$  adalah 125, sehingga jumlah sampel yang diperlukan dengan keterbatasan waktu, biaya, serta sumber daya maka peneliti memilih jumlah sampel sebanyak 150 responden.

### **3.4 Pengembangan Instrumen**

Penelitian ini akan meneliti empat variabel, yaitu pemanfaatan media sosial (X1), kreativitas (X2), kecerdasan emosional (X3), dan minat berwirausaha (Y). berikut instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut:

#### **3.4.1 Pemanfaatan Media Sosial (X1)**

##### **a. Definisi Konseptual**

Pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha adalah hal yang dilakukan seseorang melalui media *online* yang dapat diakses siapa saja. Memanfaatkan media sosial yang tepat dalam berwirausaha dapat mempermudah kegiatan jual-beli, menemukan konsumen serta mampu membantu penyebaran informasi mengenai produk secara cepat kepada seluruh masyarakat

##### **b. Definisi Operasional**

Variabel pemanfaatan media sosial dalam penelitian ini akan diukur menggunakan tujuh indikator adaptasi dari penelitian Turan & Kara (2018), yaitu: (1) media sosial memiliki pengaruh yang penting dalam perkembangan usaha; (2) dalam mendirikan usaha/bisnis, saya akan menggunakan fitur pada media sosial; (3) saya memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengakses fitur pada media sosial; (4) Dengan memanfaatkan fitur pada media sosial, saya dapat dengan mudah

menemukan apa yang saya inginkan; (5) saya mahir memanfaatkan fitur media sosial; (6) fitur pada media sosial sangat mudah dimanfaatkan dalam kegiatan usaha; (7) saya berencana memanfaatkan fitur media sosial untuk kelangsungan bisnis.

### c. Kisi-kisi Instrumen Pemanfaatan Media Sosial

Dengan adanya instrumen penelitian ini adalah untuk memberikan keterangan terkait butir-butir pernyataan yang akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen dari variabel pemanfaatan media sosial dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 1 Instrumen Pemanfaatan Media Sosial**

Variabel	Pernyataan Asli	Pernyataan Adaptasi	Sumber
Pemanfaatan Media Sosial	<i>Social media is important to our business</i>	Media sosial memiliki pengaruh yang penting dalam perkembangan usaha	(Turan & Kara, 2018)
	<i>I intend to use online social networks in setting up a business</i>	Dalam mendirikan usaha, saya akan menggunakan fitur pada media sosial	
	<i>I have the knowledge necessary to use online social networks</i>	Saya memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengakses fitur pada media sosial	
	<i>I find it easy to get online social networks to do what I want it to do</i>	Dengan memanfaatkan fitur pada media sosial saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya inginkan	
	<i>I am skillful at using online social media</i>	Saya mahir memanfaatkan fitur media sosial	
	<i>It is easy to try online social media</i>	Fitur pada media sosial sangat mudah dimanfaatkan dalam kegiatan usaha	

<i>I plan to use online social media in my business more in the future</i>	Saya berencana memanfaatkan fitur media sosial untuk kelangsungan bisnis
--	--

Sumber: Data di olah Peneliti (2022)

### 3.4.2 Kreativitas (X2)

#### a. Definisi Konseptual

Kreativitas adalah hasil dari kemampuan seseorang dalam melihat peluang sehingga menghasilkan sebuah gagasan dan ide baru yang dapat membuat perubahan diri dan lingkungannya. Hubungan kreativitas dalam dunia wirausahawan adalah sebagai modal utama wirausahawan salah satunya adalah mampu berpikir secara kreatif agar dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan sebuah peluang untuk memulai sebuah usaha.

#### b. Definisi Operasional

Variabel kreativitas dalam penelitian ini akan di ukur menggunakan enam indikator adaptasi dari tiga penelitian Chang & Chen (2020) , Nguyen et al (2019) dan Shahab et al (2019) , yaitu: (1) saya selalu mencari inspirasi untuk digunakan kedalam ide usaha/bisnis yang akan saya buat; (2) saya memiliki beragam ide kreatif baru sebagai solusi dalam memecahkan permasalahan usaha/bisnis; (3) saya selalu menggunakan cara dan ide terbaru dalam mencapai tujuan usaha/bisnis; (4) saya memiliki beragam ide kreatif untuk berwirausaha; (5) saya merasa puas apabila mendapatkan inovasi dan ide baru dalam melakukan suatu pekerjaan; (6) saya suka berkreasi mencari ide dengan menggunakan banyak cara.

#### c. Kisi-kisi Intrumen Kreativitas

Dengan adanya intrumen penelitian ini adalah untuk memberikan keterangan terkait butir-butir pernyataan yang akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen dari variabel kreativitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2 Intrumen Kreativitas

Variabel	Pernyataan Asli	Pernyataan Adaptasi	Sumber
Kreativitas	<i>I usually search out new creative elements and inspiration, and the utilize those ideas in my creative business</i>	Saya selalu mencari inspirasi untuk digunakan kedalam ide usaha/bisnis yang akan saya buat	
	<i>I often have a fresh approach to problems.</i>	Saya memiliki beragam ide kreatif baru sebagai solusi dalam memecahkan permasalahan usaha/bisnis	(Chang & Chen, 2020)
	<i>I usually suggest new ways to achieve goals and objectives</i>	Saya selalu menggunakan cara dan ide terbaru dalam mencapai tujuan usaha	
	<i>I have plenty of ideas</i>	Saya memiliki beragam ide kreatif untuk berwirausaha	(Shahab et al., 2019)
	<i>I often satisfied when I get the job skills/expertise when I come up with a new idea</i>	Saya merasa puas ketika mendapatkan inovasi dan ide baru dalam melakukan suatu pekerjaan	(Nguyen et al., 2019)
	<i>I like experimenting with different ways of doing things than just doing it in a single way</i>	Saya suka berkreasi mencari ide dengan menggunakan banyak cara.	

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

### 3.4.3 Kecerdasan Emosional (X3)

#### a. Definisi Konseptual

Kecerdasan emosional adalah kapabilitas seseorang dalam mengatur segala emosi yang dirasakan sehingga dapat memberikan sebuah solusi yang tepat dalam memecahkan masalah. Sebagai seorang wirausaha sangat

penting untuk memainkan peran emosi, emosi positif dapat meningkatkan produktivitas, kreativitas kewirausahaan hingga pengakuan peluang..

### b. Definisi Operasional

Variabel kecerdasan emosional dalam penelitian ini akan diukur menggunakan enam indikator adaptasi dari penelitian (Chen & Guo, 2020), yaitu: (1) saya mampu menyelesaikan permasalahan usaha dengan mengelola emosi dan pikiran yang jernih; (2) saya dapat memahami segala bentuk emosi yang saya rasakan; (3) saya dapat merasakan dan mengerti keadaan suasana serta emosi dimanapun saya berada; (4) saya bermotivasi menjadi seorang wirausahawan yang sukses; (5) saya pegamat yang baik dalam membina hubungan dan mampu memahami keadaan emosi pelanggan; (6) saya dapat mengetahui keadaan emosi rekan bisnis melalui perilakunya.

### c. Kisi-kisi Instrumen Kecerdasan Emosional

Dengan adanya instrumen penelitian ini adalah untuk memberikan keterangan terkait butir-butir pernyataan yang akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen dari variabel kecerdasan emosional dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 3 Instrumen Kecerdasan Emosional**

Variabel	Pernyataan Asli	Pernyataan Adaptasi	Sumber
	<i>I am quite capable of controlling my own emotions</i>	Saya mampu menyelesaikan permasalahan usaha dengan mengelola emosi dan pikiran yang jernih	
Kecerdasan Emosional	<i>I have a good sense of why I have certain feelings most of the time</i>	Saya dapat memahami segala bentuk emosi yang saya rasakan	(Chen & Guo, 2020)
	<i>I am sensitive to the feelings and emotions of others</i>	Saya dapat merasakan dan mengerti keadaan suasana serta emosi dimanapun saya berada	

<i>I am a self-motivated person</i>	Saya bermotivasi menjadi wirausahawan yang sukses
<i>I am a good observer of others' emotions</i>	Saya pengamat yang baik dalam membina hubungan dengan pelanggan dan mampu memahami keadaan emosinya
<i>I always know the emotions of the people around me from their behavior</i>	Saya dapat mengetahui keadaan rekan bisnis melalui perilakunya

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

### 3.4.4 Minat Berwirausaha (Y)

#### a. Definisi Konseptual

Minat berwirausaha adalah munculnya dorongan atas ketertarikan seseorang terhadap kegiatan wirausaha, dengan tujuan untuk melakukan sebuah perubahan kualitas hidupnya diikuti oleh kemampuan mengemas ide kreatif dengan menciptakan sebuah peluang usaha.

#### b. Definisi Operasional

Variabel minat berwirausaha dalam penelitian ini akan diukur menggunakan enam indikator adaptasi dari dua penelitian (Wu et al., 2019) dan (Jena, 2020), yaitu: (1) saya memiliki tekad untuk membuat sebuah usaha di masa depan; (2) berkarir sebagai wirausahawan menarik bagi saya; (3) saya mempunyai minat yang kuat untuk berwirausaha suatu hari nanti; (4) menjadi wirausahawan memiliki banyak keuntungan daripada kerugian; (5) saya siap melakukan hal apapun dengan kemampuan berwirausaha yang saya miliki demi keberlangsungan usaha/bisnis; (6) saya bertekad untuk menjadi seorang wirausahawan yang memiliki jiwa sosial dengan membuka lapangan pekerjaan.

#### c. Kisi-kisi Instrumen Minat Berwirausaha

Dengan adanya instrumen penelitian ini adalah untuk memberikan keterangan terkait butir-butir pertanyaan yang akan dilakukan uji validitas

dan uji reliabilitas. Instrumen dari minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 4 Intrumen Minat Berwirausaha**

Variabel	Pernyataan Asli	Pernyataan Adaptasi	Sumber
Minat Berwirausaha	<i>I am determinde to create a firm in the future</i>	Saya memiliki tekad untuk membuat sebuah usaha di masa depan	(Wu et al., 2019)
	<i>A career as an entrepreneur is attractive to me</i>	Berkarir sebagai wirausahawan menarik bagi saya	
	<i>I have the firm intention to start a social enterprise some day</i>	Saya mempunyai minat yang kuat untuk berwirausaha suatu hari nanti	
	<i>Being an entrepreneur implies more advantages than disadvantage to me</i>	Menjadi wirausahawan memiliki banyak keuntungan daripada kerugian	(Jena, 2020)
	<i>I am ready to do anything to apply my business skills to have a significant impact in reducing social inequities</i>	Saya siap melakukan hal apapun dengan kemampuan berwirausaha yang saya miliki demi keberlangsungan usaha/bisnis	
	<i>I am determiden to have a significant impact through my work in future</i>	Saya bertekad untuk menjadi seorang wirausahawan yang memiliki jiwa sosial dengan membuka lapangan pekerjaan	

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan adalah data primer. Data primer dihimpun dari kuesioner yang telah disebarakan secara daring kepada para responden yang termasuk ke dalam sampel penelitian yang berisikan pernyataan-pernyataan yang bertujuan untuk mengukur pengaruh pemanfaatan

media sosial, kreativitas, dan kecerdasan emosional terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta. Peneliti juga menggunakan data sekunder yaitu data hasil penelitian terdahulu yang termuat di dalam jurnal, buku, publikasi pemerintah dan situs lain yang mendukung penelitian.

Penelitian ini memakai alat ukur skala *likert* untuk mengukur sikap dan pendapat responden terhadap kuesioner yang disajikan. Skala *Likert* adalah skala yang menilai seberapa besar seseorang setuju atau tidak setuju dengan sekelompok pernyataan mengenai pikiran atau tindakan mereka mengenai suatu objek tertentu. Pilihan jawaban terdiri dari lima pilihan skala seperti: Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak setuju, dan Sangat Tidak Setuju (Raharja et al., 2018).

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian untuk menganalisis data memakai analisis regresi linier berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 25. SPSS kepanjangan dari *Statistical Package for The Social Sciences* memiliki tampilan yang mudah digunakan, dengan cara penggunaan yang mudah dan dapat digunakan untuk pengolahan data serta menganalisis data yang memiliki kemampuan analisis statistik dengan tampilan grafis. Software ini digunakan untuk ilmu sosial saja, namun seiring perkembangan zaman digunakan untuk berbagai disiplin ilmu (Purwanto et al., 2021).

#### **3.6.1 Uji Instrumen**

##### **a. Uji Validitas**

Uji Validitas wajib dilaksanakan dalam penelitian ilmiah agar hasil penelitian tersebut dapat dikatakan ilmiah. Hasil dari penelitian ini akan dibuktikan dari data dan alat perolehan data. Pada penelitian ini yang akan diuji validitasnya adalah alat pengumpul data (kuesioner).

Teknik pengujian yang dilakukan menggunakan *Product Moment - Pearson Correlation*. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah  $< 0,05$ .

Menurut Sugiyono (2019) kriteria dalam pengujian ini dikatakan valid apabila  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui suatu pengukuran dapat dipercaya karena keajegannya. Instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*  $> 0,6$  (Amanda et al., 2019). Perhitungan tersebut diperoleh melalui statistik dengan menggunakan SPSS versi 25.

### **3.6.2 Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Pengujian bertujuan untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (Mardiatmoko, 2020). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Assymp sig 2 tailed  $\geq 0,05$  maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi (Assymp sig 2 tailed  $\leq 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

#### **b. Uji Linearitas**

Pengujian bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebuah variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang dikatakan linear jika besar signifikansi *linearity*  $< 0,05$  maka dapat dikatakan tidak ada hubungan yang linear antar variabel (Albania et al., 2020).

### **3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda dipakai dalam penelitian ini untuk melihat korelasi dan hubungan antar variabel yang diteliti. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Digunakan untuk menguji hipotesis yaitu pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas dan kecerdasan emosional

terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta. Adapun rumus persamaan regresi berganda yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Minat Berwirausaha)

$\alpha$  = Konstanta (Nilai Y apabila  $X_1, X_2, X_3 \dots X_n = 0$ )

$X_1$  = Variabel Bebas Pertama (Pemanfaatan Media Sosial)

$X_2$  = Variabel Bebas Kedua (Kreativitas)

$X_3$  = Variabel Bebas Ketiga (Kecerdasan Emosional)

$b_1$  = Koefisien Regresi Variabel Bebas Pertama  $X_1$  (Pemanfaatan Media Sosial)

$b_2$  = Koefisien Regresi Variabel Bebas Kedua  $X_2$  (Kreativitas)

$b_3$  = Koefisien Regresi Variabel Bebas Ketiga  $X_3$  (Kecerdasan Emosional)

### 3.6.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial Uji T

Dalam pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen. Signifikansi terlihat apabila data dengan nilai  $< 0,05$ . Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$
- 2)  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

#### b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besar presentase sumbangan pengaruh variabel independent secara serentak terhadap variabel dependen. Dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien

$r^2$  = Koefisien korelasi

