

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Riset diselenggarakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, yang beralamat di Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220. Waktu riset ini akan dilaksanakan dengan jangka waktu tiga bulan, terhitung sejak bulan April sampai dengan Juni 2023.

3.2 Desain Penelitian

Riset ini masuk kedalam jenis riset komparatif kausal. Riset komparatif kausal ialah jenis riset yang fokus pada korelasi sebab-akibat diantara 2 variabel ataupun lebih. Peneliti menggunakan metode ini dengan tujuan untuk mengidentifikasi apakah ekspektasi pendapatan, pengetahuan kewirausahaan, serta pemanfaatan media sosial mempunyai pengaruh terhadap minat berwirausaha atau tidak. Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti melalui penggunaan metode survei yang disebarakan dengan cara daring memakai *Google Form* guna mendapatkan data primer. Pada riset ini, pendekatan yang diterapkan ialah pendekatan kuantitatif dikarenakan data yang dianalisis memiliki keterkaitan terhadap angka. Tujuan dari riset ini adalah guna melakukan pengujian dampak dari variabel independen, seperti ekspektasi pendapatan, pengetahuan kewirausahaan, dan penggunaan media sosial, terhadap variabel dependen, yakni minat berwirausaha.

3.2.1 Populasi

Populasi yang menjadi subjek riset ini mencakup atas mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang sedang menjalani masa studi mereka dan memiliki rencana untuk memilih karir setelah menyelesaikan kuliah. Fokus penelitian ini terutama pada minat mereka untuk menjadi seorang wirausaha. Keseluruhan populasi mampu diamati dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2019

Program Studi	Jumlah Mahasiswa
S1 Akuntansi	84
S1 Manajemen	81
S1 Pendidikan Adm. Perkantoran	75
S1 Pendidikan Bisnis	78
S1 Pendidikan Ekonomi	112
Total Populasi	430

Sumber : Data diolah peneliti

3.2.2 Sampel

Pada riset ini, peneliti memilih memakai metode pengambilan sampel *non-probability*, yang mana ialah teknik pengambilan sampel yang tak memberikan kesempatan yang serupa untuk tiap-tiap elemen ataupun anggota populasi guna berperan sebagai sampel. Metode yang dipakai ialah *purposive sampling*, yang menjadi teknik penentuan sampel melalui mempertimbangkan faktor-faktor khusus (Sugiyono, 2013).

Target peneliti akan mengambil sampel yang merupakan mahasiswa akhir dari berbagai program studi yang terdapat dalam Fakultas Ekonomi. Berikut program studi yang akan menjadi responden pada penelitian ini :

1. Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi
2. Program Studi S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran
3. Program Studi S1 Pendidikan Bisnis
4. Program Studi S1 Akuntansi
5. Program Studi S1 Manajemen

Sampel penelitian yang dipakai pada penelitian harus mempunyai kriteria seperti dibawah ini :

1. Merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 (semester 8)
2. Memiliki minat dalam berwirausaha
3. Aktif menggunakan media sosial setiap hari (*Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter*)

3.3 Pengembangan Instrumen

Riset ini memiliki 4 variabel yang mencakup atas 3 variabel independen, yakni ekspektasi pendapatan (X_1), pengetahuan kewirausahaan (X_2), dan penggunaan media sosial (X_3), dan 1 variable dependen yakni minat berwirausaha (Y). Adapun definisi operasional variabel diberikan penjelasan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Sumber	Pengukuran
Minat Berwirausaha	1) Perasaan senang 2) Perhatian 3) Kesadaran 4) Kemauan	(Mualifah & Prasetyoningrum, 2020)	Skala Likert.
Ekspektasi Pendapatan	1) Pendapatan yang tinggi 2) Pendapatan tidak terbatas 3) Motivasi 4) Perencanaan anggaran	(Rudy & Sutan, 2020), (Ikramullah et al., 2020) dan (Afifah & Swih, 2022)	Skala Likert.
Pengetahuan Kewirausahaan	1) Tanggung jawab 2) Memahami aktivitas usaha 3) Komitmen 4) Sikap dan perilaku wirausaha (kreatif, inovatif, mandiri, realistik, komunikatif) 5) Menganalisis peluang usaha	(Suryana, 2013), (Aqmalia et al., 2020), (Suryaningsih & Agustin, 2020), dan (Handayani, 2016)	Skala Likert.
Penggunaan Media Sosial	1) Komunikasi 2) Peluang Bisnis 3) Kemudahan 4) Saling terhubung 5) Partisipasi	(Prasetyo, 2020), (Sumerta et al., 2020), (Widyawati et al., 2022), dan (Aisyah et al., 2023)	Skala Likert.

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Tabel 3. 3 Pengembangan Instrumen

	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
X1	1) Pendapatan yang tinggi 2) Pendapatan tidak terbatas	1) Dengan menjadi seorang wirausahawan, saya berharap memperoleh	(Sintya, 2019), (Ikramullah et al., 2020), dan (Afifah & Swih, 2022)

	<p>3) Pengaruh besarnya pendapatan yang diterima</p> <p>4) Pendapatan sebagai motivasi berwirausaha</p> <p>5) Pengaruh kenaikan dan penurunan pendapatan yang diterima</p>	<p>pendapatan diatas rata-rata</p> <p>2) Pendapatan yang dihasilkan dengan menjadi seorang wirausahawan lebih besar daripada penghasilan menjadi karyawan</p> <p>3) Saya menjadi seorang wirausahawan karena ingin memperoleh pendapatan sendiri</p> <p>4) Ekspektasi pendapatan yang tinggi menjadi motivasi saya menjadi seorang wirausaha</p> <p>5) Saya menjadi wirausahawan karena pendapatan yang dihasilkan lebih potensial</p>	
X2	<p>1) Memiliki pemahaman terhadap kegiatan seorang pengusaha.</p> <p>2) Memiliki pemahaman tentang operasional bisnis organisasi.</p> <p>3) Mengetahui tentang pelatihan khusus yang disediakan untuk wirausahawan muda.</p>	<p>1) Saya memahami aktivitas seorang pengusaha.</p> <p>2) Saya memahami aktivitas organisasi bisnis yang akan dijalani</p> <p>3) Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang pelatihan khusus dalam memulai suatu bisnis untuk wirausahawan muda</p> <p>4) Saya mendapat informasi dan pengetahuan yang cukup</p>	<p>(Veronika et al., 2021), (Roy et al., 2017), dan (Aqmala et al., 2020)</p>

	<p>4) Memahami peran dan tanggung jawab yang terkait.</p> <p>5) Memiliki pengetahuan yang memadai dalam strategi pemasaran produk atau jasa.</p>	<p>mengenai peran dan tanggung jawab sebagai seorang wirausaha</p> <p>5) Saya mendapat pengetahuan yang cukup dalam memasarkan produk/jasa yang disediakan.</p>	
X3	<p>1) Saya sering menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi dan pengetahuan terkait dengan dunia kewirausahaan.</p> <p>2) Saya selalu menggunakan media sosial untuk menjaga dan memperkuat komunikasi dengan perguruan tinggi dalam konteks berwirausaha.</p> <p>3) Saya mampu mendapatkan banyak pengetahuan dari hubungan dan pelanggan yang berada di media sosial.</p> <p>4) Saya menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pelanggan.</p>	<p>1) Saya menggunakan media sosial untuk mencari dan mendapatkan informasi serta pengetahuan terkait kewirausahaan</p> <p>2) Saya memperoleh banyak pengetahuan dari relasi /pelanggan yang menggunakan media sosial</p> <p>3) Saya dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan maupun calon pelanggan</p> <p>4) Saya yakin menggunakan media sosial dapat menjangkau lebih banyak pelanggan</p> <p>5) Saya dapat menggunakan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan (seperti, menyukai, bagikan, komen, dan tautan)</p>	(Rahmawati et al., 2022)

	<p>5) Saya dapat menjangkau lebih banyak pelanggan melalui penggunaan media sosial.</p> <p>6) Saya meningkatkan interaksi dan keterlibatan pelanggan melalui media sosial, termasuk dalam bentuk <i>like</i>, <i>share</i>, komentar, dan tautan.</p>		
Y	<p>1) Berani mengambil resiko</p> <p>2) Bekerja keras</p> <p>3) Perasaan tertarik terhadap wirausaha</p> <p>4) Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup</p> <p>5) Berusaha mencoba untuk mendapat penghasilan sendiri</p>	<p>1) Saya memiliki tekad untuk membuat suatu usaha dimasa depan</p> <p>2) Saya siap melakukan hal apapun dengan kemampuan berwirausaha yang dimiliki demi keberlangsungan bisnis/usaha</p> <p>3) Berkarir menjadi seorang wirausahawan menarik bagi saya</p> <p>4) Saya bersedia melakukan apa saja untuk menjadi seorang wirausahawan</p> <p>5) Menjadi seorang wirausahawan banyak mendapat keuntungan daripada kerugian</p>	<p>(Basalamah, 2021), (Vebrina, 2021), dan (Yadewani & Wijaya, 2017)</p>

Sumber : Diolah oleh Peneliti

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menyebarkan angket (kuesioner) secara daring melalui *Google Form* sehingga akan menghasilkan data primer. Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data yang melibatkan penyajian atau pengajuan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada masing-masing responden (Herliana, 2019). Untuk mengukur setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang telah dikirim kepada responden, peneliti menggunakan alat ukur berupa skala likert. Model skala likert yang digunakan ada lima kriteria yang akan dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 3. 4 Skala *Likert*

Keterangan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Pengujian Instrumen

Instrumen yang memiliki validitas dan reliabilitas yang baik adalah prasyarat untuk memastikan keabsahan dan keandalan hasil penelitian. Uji coba instrumen menjadi penting karena keakuratan data yang terkumpul akan mempengaruhi kualitas keseluruhan penelitian. Subjek yang menjadi fokus penelitian juga bisa digunakan sebagai subjek uji coba serta subjek penelitian itu sendiri. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menerapkan metode analisis

Partial Least Square (PLS) menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* untuk menguji relasi antara variabel dan mengevaluasi apakah ada pengaruh yang signifikan di antara variabel-variabel tersebut (Ashoer et al., 2019). Penerapan metode SEM PLS dalam penelitian bertujuan untuk mengembangkan teori, menghasilkan prediksi, serta memberikan penjelasan terhadap variabel laten. (Indahyanti et al., 2021).

Menurut Fitriani et al. (2013), Partial Least Squares (PLS) adalah metode analisis multivariat yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan linear antara variabel-variabel yang diamati. PLS bertujuan untuk menguji teori-teori yang memiliki dasar yang lemah dan data yang terbatas, seperti contohnya jumlah sampel yang terbatas atau adanya masalah dengan distribusi normalitas data.

Menurut penelitian oleh Mislihudin dan Ilmaniati (2017) terdapat beberapa langkah-langkah yang dilakukan dalam menguji hipotesis menggunakan teknik *Partial Least Square* (PLS) sebagai berikut :

1. Outer Model

Pada Analisis pengukuran model (outer model) memiliki fungsi dalam menilai variabel pembentuk yang akan diuji, reabilitas, serta kebenaran (validitas) pada suatu variabel yang akan diteliti. Untuk mengukur setiap indikator dari setiap variabel pembentuk dalam melihat apakah indikator tersebut valid atau tidak dapat diketahui melalui nilai outer loading yang nilainya > 0.4 . Apabila indikator > 0.4 maka dapat dikatakan indikator tersebut benar atau valid. Apabila terdapat hasil validitas konvergen yang

menyebutkan ketika nilai outer loading yang berasal dari setiap indikator melebihi 0.4 maka dapat dikatakan semua indikator yang diuji adalah benar atau valid.

2. Validitas Diskriminan

Pengujian validitas bertujuan untuk memeriksa apakah setiap indikator (item pernyataan) valid dalam mengukur variabel laten yang sedang diukur. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan dua metode, yaitu *output cross loading* dan *average variance extracted (AVE)*. Metode ini melibatkan analisis nilai akar kuadrat dari AVE bersamaan dengan nilai korelasi terbesar antara satu variabel dengan variabel lainnya. Jika nilai akar kuadrat dari AVE lebih besar daripada korelasi dengan semua variabel lainnya, maka validitas diskriminan dianggap baik. Disarankan bahwa nilai pengukuran lebih dari 0,50. Selain itu, untuk mengukur reliabilitas komposit sebuah variabel, digunakan *composite reliability*, di mana nilai $\geq 0,7$ dianggap sebagai indikasi reliabilitas komposit yang baik.

3. Analisis Konsistensi Internal

Dalam tahap ini dari percobaan mengenai konsistensi internal, peneliti dapat menggunakan nilai reliabilitas komposit sebagai standar. Ketika salah satu variabel memiliki nilai reliabilitas di atas 0,60, variabel tersebut dianggap memiliki reliabilitas yang baik. Sebaliknya, jika nilai reliabilitas komposit kurang dari 0,60, variabel tersebut dianggap kurang reliabel dalam konteks desain penelitian. (Siagian & Khair, 2018).

4. Analisis Model Struktural (Inner Model)

Pada tahap ini memiliki peran penting dalam menguji hipotesis dalam konteks penelitian. Pada tahap ini, aspek yang perlu dianalisis dalam model struktural meliputi koefisien determinasi (*R-Square*) dan pengujian hipotesis. Koefisien determinasi (*R-Square*) memiliki fungsi untuk mengevaluasi sejauh mana akurasi prediksi suatu model tertentu. Dengan kata lain, hal ini membantu dalam mengukur seberapa besar variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas dalam suatu model jalur.

