



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pemerintah mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria aset dan omzet. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih maksimal Rp50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, memiliki omzet tahunan maksimal Rp300 juta. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha. Usaha bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung dan tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.

Kriteria usaha kecil adalah kekayaan bersih berkisar lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Selain itu, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan paling banyak Rp 2,5 miliar. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan

bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan tertentu. Adapun, kriteria jumlah kekayaan bersih harus lebih dari Rp 500 juta hingga paling banyak Rp 10 Miliar. Selain itu, penjualan tahunan lebih dari Rp 2,5 miliar sampai paling banyak Rp 50 miliar. Berdasarkan peraturan UU UMKM tersebut, pemerintah berasumsi bahwa penjualan tahunan rata-rata suatu bidang usaha adalah lima kali dari kekayaan bersih usaha tersebut.

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%.

Dari data di atas, Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Pemerintah dan pelaku usaha harus menaikkan 'kelas' usaha mikro menjadi usaha menengah. Basis usaha ini juga terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi. Usaha mikro juga mempunyai perputaran transaksi yang cepat, menggunakan produksi domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat. Pemerintah menyadari akan potensi UMKM

tersebut, oleh sebab itu, beberapa tahun terakhir ini, Pemerintah mengambil kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat naik kelas menjadi usaha menengah.”

Salah satu sasaran program PEN adalah menggerakkan UMKM. Untuk itu, Pemerintah mengambil beberapa kebijakan antara lain subsidi bunga pinjaman, restrukturisasi kredit, pemberian jaminan modal kerja dan insentif perpajakan. Adapun dana yang dialokasikan untuk skema tersebut adalah sebesar Rp123,46 triliun. Subsidi bunga diberikan untuk memperkuat modal UMKM melalui Kredit Usaha Rakyat/KUR (disalurkan oleh perbankan), kredit Ultra Mikro/UMi (disalurkan oleh lembaga keuangan bukan bank) dan penyaluran dana bergulir yang dilaksanakan oleh Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB), Kementerian KUKM. Pemerintah juga menempatkan dana di perbankan nasional untuk tujuan restrukturisasi kredit UMKM dengan mengalokasikan dana sekitar Rp78,78 triliun. Untuk meningkatkan likuiditas UMKM dalam berusaha, Pemerintah juga melakukan penjaminan modal kerja UMKM sampai Rp10 miliar melalui PT. (Persero) Jamkrindo dan Askrindo. Sementara itu, Pemerintah juga memberikan insentif perpajakan untuk mengurangi beban karyawan UMKM dengan insentif Pajak Penghasilan (PPh Pasal 21) Ditanggung Pemerintah. Untuk pelaku UMKM, diberikan insentif PPh final 0,5% Ditanggung Pemerintah. Wajib pajak UMKM tidak perlu melakukan setoran pajak atas usahanya, dan tidak dilakukan pemotongan atau pemungutan pajak pada saat melakukan pembayaran kepada pelaku UMKM. UMKM juga diberikan insentif PPh pasal 22 Impor.

UMKM di Jakarta berkembang pesat yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 3.1. Perkembangan Jumlah UMKM



Sumber: Kemenkop dan UKM

Pemerintah juga menggalakkan kredit UMKM Untuk meningkatkan omzet UMKM di Jakarta:

Gambar 3.2. Kredit UMKM yang diberikan Bank Pemerintah



3.2. Desain Penelitian

Menurut Malhotra et al (2017) terdapat dua jenis desain penelitian yaitu *exploratory research design* dan *Conclusive Research Design* dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Exploratory Research Design*

Desain penelitian ini bertujuan untuk memberikan suatu penjelasan dan pemahaman mengenai suatu fenomena yang sedang terjadi. Desain penelitian ini digunakan ketika subjek dalam penelitian sulit untuk diukur. Desain penelitian ini memiliki sifat yang fleksibel, tidak memiliki struktur yang pasti namun desain penelitian ini dapat berkembang.

2. *Conclusive Research Design*

Desain penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk meneliti suatu fenomena melalui uji hipotesis dan mencari jawaban dari setiap hubungan antar variabel penelitian yang ada. Desain penelitian ini memiliki proses penelitian yang bersifat formal dan memiliki struktur penelitian yang pasti dan jelas. *Conclusive Research Design* ini memiliki dua tipe penelitian, yaitu:

1. *Descriptive Research*

Tipe penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan suatu karakteristik dari fungsi pasar dan pasar itu sendiri. Tipe penelitian ini menentukan metode sendiri dalam memilih sumber informasi yang digunakan untuk mendapatkan serta mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Dalam tipe penelitian ini, terbagi lagi menjadi dua jenis berdasarkan dimensi waktu, yaitu: *cross-sectional design* dimana pengambilan data hanya dilakukan satu kali dalam

satu periode dan longitudinal design dimana pengambilan data yang dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu dalam kelompok responden.

2. *Casual Research*

Tipe penelitian ini digunakan untuk mendapatkan bukti sebab-akibat dari suatu hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Tipe penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat dan memahami variabel mana saja yang menjadi suatu penyebab atas suatu fenomena (variabel bebas) dan variabel mana saja yang menjadi pengaruh atas suatu fenomena (variabel terikat) agar dapat melakukan pengujian hipotesis dan menentukan sifat dari suatu hubungan antar variabel penelitian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menggunakan jenis *Conclusive Research Design* dengan tipe penelitian *descriptive research* untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *entrepreneurial passion, attitudes toward entrepreneurship, subjective norms* dan *perceived behavioral control* terhadap niat seorang mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *cross-sectional design* dalam melakukan survey yaitu menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* sebanyak satu kali kepada mahasiswa-mahasiswi yang sedang menjalankan studi di universitas sekitar Tangerang Selatan. Penulis menggunakan 5-point likert dalam survey yang disebarkan dari pernyataan yang sangat tidak setuju dan sangat setuju mengenai suatu pertanyaan untuk mengukur setiap jawaban dari responden yang didapatkan. Desain penelitian dapat diartikan sebagai suatu rencana kerja yang terstruktur dalam hal hubungan-hubungan antara variabel secara komprehensif sedemikian

rupa agar hasil risetnya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan riset. Rencana tersebut mencakup hal-hal yang akan dilakukan priset, mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai analisis akhir. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena penelitian ini menggambarkan masalah yang sedang berlangsung memiliki tujuan agar dapat mendeskripsikan apa yang terjadi sesuai dengan sebagaimana mestinya saat penelitian dilakukan.

3.2.1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) jenis data ada 2, yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat atau gambar. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau scoring. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kualitatif yang berbentuk informasi seperti gambaran umum perusahaan dan informasi lain yang digunakan untuk membahas rumusan masalah.

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2013) mengenai metode penelitian deskriptif yaitu: “Penelitian adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antar satu

variabel dengan variabel lain.” Selain dari pada itu peneliti menggunakan metode deskriptif pendekatan kuantitatif.

3.2.2. Data Penelitian

Menurut Arikunto (2013) sumber data adalah subyek dimana data diperoleh, sumber data yang tidak tepat mengakibatkan data yang terkumpul tidak relevan. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari sumbernya. sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait dengan masalah yang akan diteliti (informan).
- b. Data Sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, yang mana diperoleh untuk melihat gambaran umum tentang objek yang akan diteliti melalui profil lembaga, buku referensi, artikel ilmiah dan peraturan perundang-undangan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer yang diperoleh peneliti dengan menggunakan metode kuesioner yang dikirimkan atau diberikan langsung kepada responden. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri langsung dari sumbernya dan diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah terstruktur. Sumber Data ialah sebuah atau beberapa data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti atau petugasnya dari awal sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah responden penelitian ini.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Target Populasi

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pendapat tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik bisnis UKM di Jakarta.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini belum diketahui, sehingga peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Untuk memahami karakteristik tertentu dari populasi kita tidak perlu mengamati satu persatu anggota populasi karena keterbatasan biaya dan waktu.

3.3.3. Teknik Sampel

Sugiyono (2017) mengemukakan teknik sampling sebagai berikut : "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan." Menurut Sugiyono (2017), *Probability Sampling* dapat didefinisikan sebagai berikut: "*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Jenis-jenis *probability sampling*:

1. *Simple Random sampling*: adalah jenis pengambilan sampel probabilitas di mana setiap orang di seluruh populasi target memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel dipilih secara acak yang dimaksudkan sebagai representasi yang tidak bias dari total populasi. Random sampling adalah metode paling dekat dengan definisi probability sampling. Pengambilan sampel dari populasi secara acak berdasarkan frekuensi probabilitas semua anggota populasi.
2. *Systematic Random Sampling*: Pengambilan sampel yang melibatkan aturan populasi dalam urutan sistematis tertentu. Probabilitas pengambilan sampel tidak sama terlepas dari kesamaan frekuensi setiap anggota populasi.
3. *Stratified Sampling*: Populasi dibagi ke dalam kelompok strata dan kemudian mengambil sampel dari tiap kelompok tergantung kriteria yang ditetapkan.
4. *Cluster Sampling*: Populasi dibagi ke dalam kelompok kewilayahan kemudian memilih wakil tiap-tiap kelompok.
5. *Multistage Sampling*: Pengambilan sampel menggunakan lebih dari satu teknik probability sampling. Misalnya, menggunakan metode stratified sampling pada tahap pertama kemudian metode simple random sampling di tahap kedua dan seterusnya sampai mencapai sampel yang diinginkan.

Sedangkan *Non-Probability Sampling* menurut Sugiyono (2017) adalah sebagai berikut: "*Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel."

Jenis-jenis *non-probability sampling*:

1. Sampling Kuota (*Quota Sampling*): Mirip stratified sampling yaitu berdasarkan proporsi ciri-ciri tertentu untuk menghindari bias. Misalnya, jumlah sampel laki-laki 50 orang maka sampel perempuan juga 50 orang.
2. Sampling Kebetulan (*Accidental Sampling*): Pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul. Misalnya, populasi adalah setiap pengguna jalan tol, maka peneliti mengambil sampel dari orang-orang yang kebetulan melintas di jalan tersebut pada waktu pengamatan.“
3. Sampling Purposive (*Purposive or Judgemental Sampling*): Pengambilan sampel berdasarkan seleksi khusus. Peneliti membuat kriteria tertentu siapa yang dijadikan sebagai informan. Misalnya, Anda meneliti kriminalitas di Kota Semarang, maka Anda mengambil informan yaitu Kapolresta Semarang, seorang pelaku kriminal dan seorang korban kriminal.“
4. Sampling Sukarela (*Voluntary Sampling*): Pengambilan sampel berdasarkan kerelaan untuk berpartisipasi dalam penelitian. Metode ini paling umum digunakan dalam jajak pendapat.
5. Sampling Snowball (*Snowball Sampling*): Pengambilan sampel berdasarkan penelusuran sampel sebelumnya. Misalnya, penelitian tentang korupsi bahwa sumber informan pertama mengarah kepada informan kedua lalu informan ke tiga dan seterusnya.

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah didasarkan pada metode *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan menggunakan pendekatan purposive sampling.

Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah sebagai berikut: "*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemilik bisnis UKM di Jakarta.
2. Bersedia berpartisipasi mengisi kuesioner
3. Minimal telah mendirikan UKM selama 1 tahun.
4. Menggunakan sosial media untuk berbisnis

3.3.4. Sampling Size

Menurut Hair et al. (2014) jumlah minimum elemen yang digunakan dalam penelitian adalah lima pengukuran terhadap setiap variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini, ada 5 variabel yang diteliti dengan jumlah sebanyak 22 pertanyaan, maka jumlah sampel minimum dalam penelitian ini sebanyak 22×5 , yaitu 110 responden. Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh 145 responden.

3.4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2011). Penelitian ini menggunakan

metode penyebaran kuesioner melalui *google form* yang dibagikan kepada responden. Hal ini dikarenakan metode ini memudahkan pengambilan data, serta efisiensi waktu dan biaya. Setelah itu, hasil dari kuesioner tersebut nantinya akan dikumpulkan dan digunakan untuk pembuktian hipotesis selanjutnya. Alasan memilih metode kuesioner karena cara ini mudah bagi penelitian ini untuk mendapatkan data primer dan datanya dapat langsung diolah. Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan *google form*.

3.5. Operasionalisasi Variabel

Variabel operasional dalam penelitian ini terdiri dari indikator pertanyaan yang diperoleh peneliti dari jurnal utama (Farooq et al., 2018). Skala penelitian yang digunakan untuk masing-masing indikator menggunakan *likert scale 5* (lima) poin dengan angka satu yang menunjukkan bahwa sangat tidak disetujui hingga angka lima menunjukkan sangat setuju.

Tabel 3.1. Operasional Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Pertanyaan Penelitian	Jurnal Referensi	Skala
1	<i>Perceived of usefulness</i>	Davis et al.(1989) mendefinisikan <i>perceived ease usefulness</i> sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan	Media sosial berguna untuk bisnis	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	<i>Likert</i> 1-5
			Media sosial adalah alat yang berharga untuk pemasaran	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Media sosial meningkatkan produktivitas bisnis	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Media sosial membantu manajemen pencarian (search	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar	

		meningkatkan performa mereka dalam bekerja	engine) yang lebih baik	Kar (2020)	
			Media sosial membantu meningkatkan kepuasan pelanggan	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
2	<i>Perceived ease of use</i>	Davis et al (1989) mendefinisikan <i>perceived ease of use</i> sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah	Secara keseluruhan, mudah untuk mempelajari pemasaran melalui media sosial (<i>social media marketing</i>)	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	<i>Likert 1-5</i>
			Sangat mudah untuk mengidentifikasi pelanggan baru menggunakan media sosial	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Sangat mudah untuk mengidentifikasi permintaan pelanggan menggunakan media sosial	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Pengambilan informasi tentang pelanggan mudah digunakan media sosial	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Mudah untuk mengiklankan produk dan layanan di platformnya media sosial	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
3	<i>Adopsi teknologi internet</i>	Adopsi inovasi oleh UKM dikaitkan dengan berbagai faktor, terutama organisasi, lingkungan, dan teknologi (Ifinedo, 2011).	Perusahaan ini sangat sering menggunakan adopsi teknologi internet (misalnya membuka toko di market place, mempunyai website, dll)	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	<i>Likert 1-5</i>
			Perusahaan ini selalu menggunakan <i>e-commerce le-payment</i> melalui internet untuk transaksi bisnis.	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Perusahaan ini menggunakan adopsi teknologi internet untuk aktivitas operasional yang penting (misalnya, pemasaran, penjualan, pembayaran, dll)	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Jumlah aktivitas operasional bisnis di perusahaan ini banyak membutuhkan adopsi teknologi internet yang tinggi	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
4	<i>Sosial Media Marketing</i>	SMM dapat dikatakan sebagai bagian baru dan praktik bisnis yang bergerak	pemasangan iklan di media sosial sangat membantu peningkatan penjualan bisnis saya	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	<i>Likert 1-5</i>
			Saya menggunakan media	Sheshadri Chatterjee	

		dengan hal-hal promosi, layanan, dan ide melalui media sosial terbaru (Dwivedi et al., 2020).	sosial untuk pemasarannya produk/jasa bisnis saya karena pesaing saya pun melakukan hal yang sama	dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			pemanfaatan pemasaran melalui media sosial baik untuk bisnis saya	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
5	Keberlanjutan Bisnis UKM	Kemampuan UMKM dalam mempertahankan bisnisnya	Kinerja bisnis ini telah meningkat selama menggunakan platform media sosial	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	Likert 1- 5
			Penjualan perusahaan ini di atas rata-rata dibandingkan dengan perusahaan lain yang juga menggunakan platform media sosial	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Pelanggan perusahaan ini merasa lebih terhubung dengan bisnis saya setelah menggunakan media sosial	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Efisiensi bisnis perusahaan ini digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan ditingkatkan menggunakan media sosial secara berkelanjutan	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	
			Kreativitas karyawan perusahaan ini telah ditingkatkan melalui penggunaan media sosial secara berkelanjutan	Sheshadri Chatterjee dan Arpan Kumar Kar (2020)	

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Pre test

Menurut Ghozali (2009) dalam Wahyuni (2014) menyatakan bahwa uji validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur dan menilai suatu kuesioner untuk mengetahui valid atau tidak valid kuesioner tersebut. Suatu kuesioner akan dinyatakan valid jika setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan suatu hal yang diukur. Pengukuran yang valid bisa dilihat dari syarat berikut:

Tabel 3.2 Tabel Pengukuran Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
1.	<i>Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO)</i>	Menurut Malhotra et al (2017), KMO merupakan alat pengukuran untuk mengukur sampling adequacy yang bertujuan untuk menilai kesesuaian faktor yang dianalisis.	Jika nilai KMO > 0,5 maka pengukuran dinyatakan VALID. Jika nilai KMO < 0,5 maka pengukuran dinyatakan TIDAK VALID.
2.	<i>Anti-image Correlation Matrcis</i>	Menurut Malhotra et al (2017), <i>anti-image correlation matrcis</i> merupakan alat pengukur yang digunakan untuk menyaring setiap variabel yang digunakan untuk menilai apakah variabel tersebut telah memenuhi syarat yang telah ditentukan.	Jika nilai MSA > 0,5 maka pengukuran dinyatakan VALID. Jika nilai MSA < 0,5 maka pengukuran dinyatakan TIDAK VALID.
3.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	Menurut Malhotra et al (2017), <i>component matrix</i> merupakan alat pengukuran untuk menilai suatu korelasi sederhana antara variabel dan faktor yang ada.	Jika nilai <i>component matrix</i> > 0,5 maka pengukuran dinyatakan VALID. Jika nilai <i>component matrix</i> < 0,5 maka pengukuran dinyatakan TIDAK

			VALID.
4.	Barlett's Test of Sphericity	Menurut Malhotra et al (2017), <i>barlett's test of sphericity</i> merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur serta menguji suatu hipotesis dan memberikan pernyataan mengenai variabel yang tidak berkorelasi terhadap suatu populasi.	Jika nilai uji data tersebut signifikan < 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2009) dalam Wahyuni (2014) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur dan menilai suatu kuesioner yang merupakan suatu indikator dari suatu konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban dari setiap responden terhadap pernyataan survei konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran dalam uji reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach dikarenakan instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat (5-point likert). Tingkat reliabel suatu pengukuran bisa dimaknai dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Jika nilai alpha bernilai 0,70 – 0,90 maka pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas tinggi.
2. Jika nilai alpha bernilai 0,50 – 0,70 maka pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas sedang.
3. Jika nilai alpha bernilai kurang dari 0,50 maka pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas rendah atau tidak reliabel. Setelah data diuji reliabilitasnya,

data juga harus diuji validitasnya.

3.6.2. Analisis Data Penelitian

SEM adalah teknik multivariat yang menggabungkan aspek analisis faktor dan regresi. Dengan menggunakan SEM, peneliti dapat menguji hubungan antara variabel yang diukur dan variabel laten, di samping antara variabel laten (Hair et al., 2014). Ada banyak pendekatan untuk melakukan SEM, tetapi metode yang paling banyak diterapkan tentu saja adalah SEM berbasis kovarians.

Dalam penelitian, LISREL dan AMOS sangat terkenal, dan sering digunakan karena memungkinkan para peneliti untuk melakukan analisis *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* (Hair et al., 2014). Juga, ada teknik alternatif untuk SEM, yang disebut Partial Least Squares SEM (PLS-SEM), yang merupakan metode yang dipilih untuk penelitian ini untuk menganalisis data. Alasan mengapa Smartpls dipilih adalah karena penelitian ini tidak bertujuan untuk membuktikan teori, melainkan untuk menjelaskan dan memprediksi variabel laten.

Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM) lebih cocok untuk kasus ini karena lebih siap dalam menghasilkan data yang dapat diandalkan ketika hubungan antara variabel dan teori pendukung tidak terlalu kuat. Alasan kedua mengapa kami memilih *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* adalah karena jumlah sampel dalam penelitian ini relatif kecil, maka akan lebih baik untuk menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* daripada perangkat lunak SEM berbasis kovarian (CB-SEM) seperti AMOS. Alasan ketiga mengapa *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* dipilih untuk mengantisipasi jika distribusi data tidak normal, maka lebih baik menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS*

SEM) karena ketentuannya lebih fleksibel dibandingkan dengan CB-SEM ketika menyangkut distribusi data yang tidak teratur (Hair et al., 2014).

3.7 Variabel dalam SEM

Terdapat dua jenis variabel dalam SEM, yang disebut variabel laten dan variabel terukur atau variabel yang diamati. Variabel laten dapat dibagi menjadi dua kategori: variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang muncul sebagai variabel bebas dalam penelitian. Variabel endogen adalah variabel yang berkaitan dengan setidaknya satu persamaan dalam model penelitian (Hair et al., 2017). Dalam penelitian ini, variabel eksogen adalah keberlanjutan bisnis UKM, dan variabel endogen adalah *perceived of usefulness*, *perceived ease of use*, adopsi teknologi internet, dan sosial media *marketing*.

3.7.1 Tahapan dalam Analisis SEM

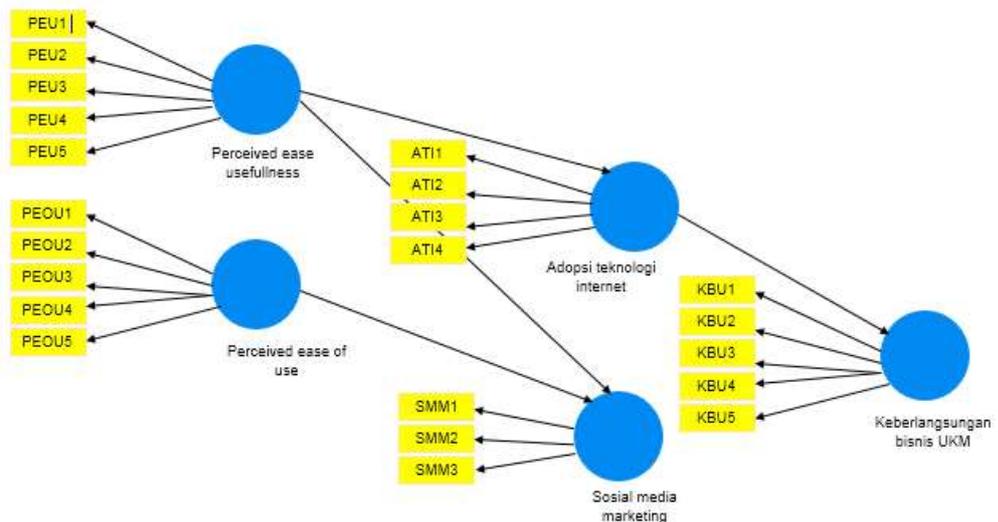
Saat menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)*, program akan menunjukkan hasil yang empiris, dan tentang hubungan antara indikator dan konstruk, juga antara konstruk (Hair et al., 2014). Untuk lebih spesifik, *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* dibangun di atas serangkaian evaluasi non-parametrik berdasarkan hasil evaluasi pengukuran dan model. Proses penerapan kriteria adalah proses dua langkah, dimana langkah pertama adalah tahap 1, di mana tahap pertama melibatkan penilaian terpisah dari model pengukuran, dan langkah kedua, yang merupakan tahap kedua, terlibat dalam menilai model struktural. Terlampir di bawah ini adalah tahap untuk *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* (Hair et al., 2014).

Tabel 3.3. PLS-SEM Tabel

Tahap 1: Evaluasi Model Pengukuran	
Tahap 1a: Model Pengukuran Reflektif	Tahap 1b. Model Pengukuran Formatif
<ul style="list-style-type: none"> * Konsistensi internal (keandalan komposit) * Indikator keandalan * Validitas konvergen (rata-rata varian diekstraksi) * Validitas diskriminatif 	<ul style="list-style-type: none"> * Validitas konvergen * Kolinearitas antar indikator * Signifikansi dan relevansi bobot luar
Tahap 2: Evaluasi model struktural	
<ul style="list-style-type: none"> * Koefisien determinan (R²) * Ukuran dan signifikansi koefisien jalur * <i>P-value</i> * T Statistik 	

Sumber: Hair *et al.*, (2014).

Gambar 3.3 Path Diagram



Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2021

3.7.2 Evaluasi Measurement Model (*Outer Model*)

1. Uji Validitas

Langkah pertama dalam analisis data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* adalah melakukan uji *measurement model* penelitian. Uji *measurement model* dalam *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* dilakukan dengan tujuan melihat tingkat validitas dan reliabilitas variabel-variabel dalam penelitian.

Terdapat dua jenis validitas dalam *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* yakni validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen mempunyai makna bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut (Hair et al., 2015). Validitas konvergen dalam *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM)* dilakukan dengan mengukur AVE (*Average Variance Extracted*). AVE adalah ukuran jumlah varians yang ditangkap oleh konstruk dalam kaitannya dengan jumlah varians karena kesalahan pengukuran (Hair et al., 2015). Agar dapat dinyatakan valid maka hasil AVE di atas 0,50 atau lebih tinggi menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lima puluh persen dari varians dari indikator (Hair et al., 2015).

Berikutnya adalah menetapkan validitas diskriminan. Validitas diskriminan merupakan konsep tambahan yang mempunyai makna bahwa dua konsep berbeda secara konseptual harus menunjukkan keterbedaan yang memadai (Hair et al., 2015). Validitas diskriminan yang diukur dari pemuatan silang indikator, yang nilai konstruk terkait harus lebih besar dibandingkan dengan konstruk lainnya, juga akar

kuadrat dari masing-masing konstruk AVE harus lebih besar daripada korelasi tertinggi dengan konstruk lainnya. (Hair et al., 2015).

2.Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, model dibangun menggunakan pengukuran reflektif, yang akan dievaluasi sesuai tabel. Pengukuran yang dipilih untuk menilai ukuran adalah reliabilitas komposit, yang dapat diartikan sama dengan Cronbach's Alpha. Mirip dengan Cronbach's Alpha, ambang batas untuk reliabilitas komposit di atas 0,60 hingga 0,70 dapat diterima, sementara nanti seiring kemajuan penelitian, nilai 0,70 dan 0,90 dapat dianggap memuaskan (Hair et al., 2015).

Tabel 3.4 Tabel Pengukuran Reflektif

<i>Validity & Reliability</i>	<i>Parameters</i>	<i>Rule of Thumb</i>
<i>Convergent Validity</i>	<i>Indicator's Outer Loadings</i>	> 0,7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,5
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	Nilai <i>cross loading</i> pada suatu konstruk > daripada nilai <i>cross loading</i> pada konstruk lainnya
	AVE dan nilai setiap indikator	Akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten lainnya
<i>Internal Consistency Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0,6
	<i>Composite Reliability</i>	> 0,6

3.7.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dapat menunjukkan hubungan antar *construct* dengan mewakili *construct* Hair et al., (2017). R^2 adalah ukuran yang merujuk pada bagaimana konstruk mampu menjelaskan varians yang disebabkan oleh konstruk lain dalam model. Nilai R^2 berkisar dari 0 hingga 1, di mana 0,70 akan merujuk ke 70% dari varians dalam konstruk disebabkan oleh konstruk lain dalam model, sedangkan

0,30 atau 30% akan datang dari luar model. Sedangkan nilai R² 0,20 dianggap tinggi dalam disiplin ilmu seperti perilaku konsumen, dalam studi driver keberhasilan para peneliti mengharapkan nilai yang jauh lebih tinggi dari 0,75 dan di atas. Nilai R² 0,75 dianggap kuat, 0,50 dianggap moderat dan 0,25 dianggap lemah (Hair et al., 2015). Nilai koefisien jalur dapat diartikan sebagai semakin besar, semakin besar efek pada variabel laten endogen (Hair et al., 2015).

Tabel 3.5 Tabel Structural Model Results

<i>Criterion</i>	<i>Rule of Thumb</i>
<i>R-Square</i>	Nilai <i>R-Square</i> = 0,75 (model penelitian kuat)
	Nilai <i>R-Square</i> = 0,50 (model penelitian moderate)
	Nilai <i>R-Square</i> = 0,25 (model penelitian lemah)
<i>Significance</i>	Nilai <i>t-value</i> 1,65 = 10%
	Nilai <i>t-value</i> 1,96 = 5%
	Nilai <i>t-value</i> 2,58 = 1%

3.8 Uji Hipotesis

Proses Bootstrapping

P-value dan statistik T dapat diartikan tergantung pada hasil, misalnya statistik T hipotesis 1 adalah 1.222 dibandingkan dengan nilai t kritis 1.96 akan berartibahwa hipotesis tidak memiliki pengaruh yang signifikan untuk didukung. *P-value* mengacu pada persentase hasil yang diperoleh yang dimungkinkan oleh perubahan, misalnya, *p-value* dari 0,05 berarti ada peluang 5% bahwa hasil tersebut dicapai melalui peluang.