

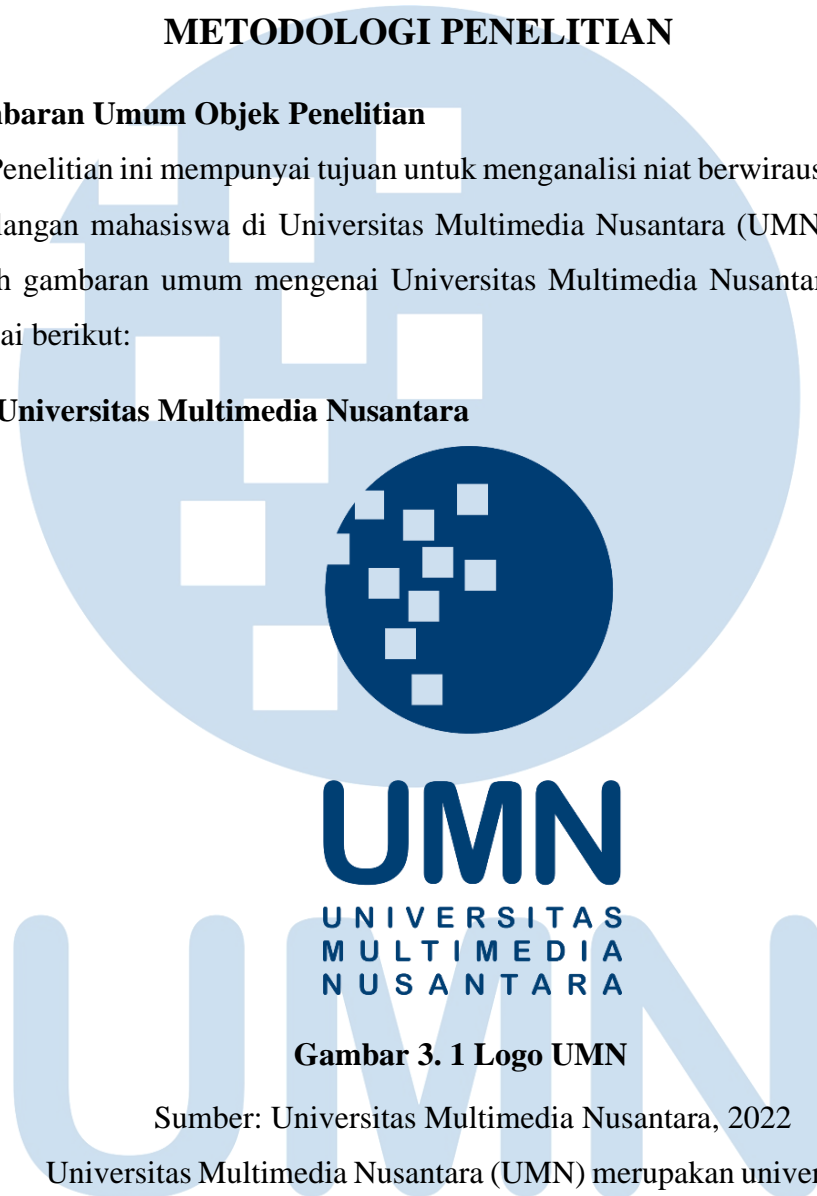
## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis niat berwirausaha sosial di kalangan mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Berikut adalah gambaran umum mengenai Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai berikut:

##### 3.1.1 Universitas Multimedia Nusantara



**Gambar 3. 1 Logo UMN**

Sumber: Universitas Multimedia Nusantara, 2022

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan universitas yang berada dibawah naungan Yayasan Multimedia Nusantara yang didirikan oleh Kompas Gramedia. UMN mendapatkan izin dari Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia untuk beroperasi pada tanggal 25 November 2005. Pada 20 November 2006 UMN diumumkan secara resmi di Hotel Santika oleh Dr. Ir. Dodi Nandika (Sekretaris Jenderal Kementerian Pendidikan Nasional). Di tahun 2007 UMN melakukan kuliah perdana angkatan pertama mereka yang dilaksanakan pada 3 September 2007

dengan tema “Pengembangan Sumber Daya Manusia Menyongsong Era ICT”. Letak kampus UMN berada di daerah Kelapa Dua Summarecon Serpong, Kabupaten Tangerang lebih tepatnya berada di Jl. Scientia Boulevard, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810 (Universitas Multimedia Nusantara, 2022).

Universitas Multimedia Nusantara mempunyai fokus pendidikan pada bidang *Information and Communication Technology* (ICT) sehingga UMN mengimplementasikan kurikulum program studi mereka dengan berlandaskan ICT. Dengan mempunyai fokus pendidikan ICT maka UMN memberikan sebuah wawasan dan orientasi perkembangan ICT kepada mahasiswa, sehingga mahasiswa UMN dapat menghadapi perubahan atau dapat mampu menciptakan perubahan (Universitas Multimedia Nusantara, 2022).

Universitas Multimedia Nusantara mempunyai visi yaitu menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, baik di tingkat nasional maupun internasional, yang menghasilkan lulusan berwawasan internasional dan berkompentensi tinggi di bidangnya (berkeahlian) yang disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur. Untuk misi dari UMN adalah turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui upaya penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat), untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

Dengan mempunyai visi tersebut maka UMN pun menyediakan wadah agar mahasiswanya memiliki jiwa wirausaha. Sehingga pada 12 Desember 2013 UMN mempunyai inkubator bisnis yaitu *Skystar Ventures*. Dengan lahirnya inkubator bisnis ini diharapkan UMN dapat mencapai visi mereka yaitu membina atau melahirkan mahasiswa dengan jiwa *entrepreneur* yang berbasis teknologi (*technopreneur*). Selain terdapatnya inkubator bisnis UMN juga memiliki mata kuliah yang berkaitan dengan kewirausahaan

diantaranya ada *New Venture Business*, *Business Plan*, *Sociopreneur*, *Technopreneur*, *Introduction to Marketing*, *Introduction to Creative Business*, *Fundamental Business* dan *Managing Lean Start-up*. Dengan adanya mata kuliah yang berkaitan dengan kewirausahaan ini mahasiswa dapat memahami untuk memulai usaha. Dari beberapa mata kuliah ini mahasiswa diberikan tugas yang berkaitan dengan pembelajaran mata kuliah tersebut, misal dalam mata kuliah *sociopreneur* mahasiswa mendapatkan tugas untuk membuat konsep bisnis yang berkaitan dengan wirausaha sosial dengan tujuan agar mahasiswa dapat memahami *social entrepreneurship*.

UMN telah menggunakan konsep “Merdeka Belajar” yang dimana konsep ini sangat mengedepankan kepedulian terhadap berwirausaha sosial, UMN juga sudah terdapat mata kuliah *social entrepreneurship*. Dengan konsep dari “Merdeka Belajar” ini diharapkan bisa menciptakan minat yang tinggi pada mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha sosial. Selain dari konsep “Merdeka Belajar” mahasiswa juga bisa mendapatkan kepedulian sosial melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Mahasiswa perlu untuk mengikuti berbagai macam kegiatan yang ada di kampus untuk mendapatkan poin Satuan Kredit Kegiatan Mahasiswa (SKKM) dengan cara mengikuti berbagai macam kegiatan yang ada di kampus. Poin SKKM dibagi menjadi beberapa macam, yaitu Ilmiah dan Penalaran, Bakat dan Minat, Organisasi dan Pengembangan Kepribadian, serta Pengabdian Masyarakat. Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) harus memenuhi poin SKKM sebagai syarat kelulusan. Untuk memenuhi poin SKKM ini mahasiswa perlu mengumpulkan sebesar 20 poin dengan bobot 30% untuk Ilmiah dan Penalaran, 20% untuk Bakat dan Minat, 30% untuk Organisasi dan Pengembangan Kepribadian dan sebesar 20% untuk Pengabdian Masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menjadi salah satu poin yang penting untuk dikumpulkan di UMN, dikarenakan pengabdian masyarakat ini menjadi salah satu poin

SKKM yang harus dikumpulkan oleh mahasiswa, sehingga mahasiswa perlu untuk mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat yang disediakan oleh kampus untuk mendapatkan poin SKKM pengabdian masyarakat.

Universitas Multimedia Nusantara mempunyai beberapa jurusan diantaranya ada Desain Komunikasi Visual (DKV), Arsitektur dan Film & Komunikasi yang termasuk kedalam Fakultas Seni dan Desain. Selanjutnya untuk Fakultas Ilmu Komunikasi terdapat jurusan Komunikasi Strategis, Komunikasi Strategis-PJJ dan Digital Jurnalistik. Fakultas Bisnis terdapat jurusan Manajemen, Akuntansi dan Perhotelan (D3). Selanjutnya Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi terdapat 5 program studi antara lain Sistem Informasi, Teknik Informatika, Sistem Komputer, Teknik Fisika, Teknik Elektro dan *Joint Degree – Informatics Program*.

### **3.2 Desain Penelitian**

Desain penelitian (*research design*) merupakan sebuah rencana penelitian untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data yang dibuat untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Desain penelitian harus dibuat mengenai metode pengumpulan data yang akan digunakan, jenis sampel (*sampling design*), bagaimana variabel akan diukur (*measurement*), dan bagaimana caranya untuk menganalisa untuk menguji hipotesis penelitian (*data analysis*) (Bougie & Sekaran, 2016).

#### **3.2.1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan Bougie & Sekaran (2016) dalam bukunya terdapat 3 jenis utama dalam desain penelitian yaitu *exploratory research*, *descriptive research* dan *causal research* yang dapat digunakan dalam penelitian yaitu:

##### **1. *Exploratory Research***

Penggunaan jenis penelitian ini biasanya terjadi ketika tidak banyak yang diketahui tentang fenomena tertentu, hasil penelitian yang ada tidak jelas atau mengalami keterbatasan, topik pada penelitian yang dilakukan sangat kompleks dan tidak

terdapat teori yang cukup tersedia untuk memandu pengembangan kerangka teoritis penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Jenis penelitian bersifat fleksibel dan mempunyai tujuan yaitu untuk memberikan sebuah informasi tentang masalah yang sedang diteliti. *Exploratory Research* biasanya menggunakan pendekatan kualitatif untuk melakukan pengumpulan pada data seperti diskusi informal, wawancara dan studi kasus (Bougie & Sekaran, 2016).

## 2. *Descriptive Research*

Penelitian deskriptif (*descriptive research*) dapat bersifat kuantitatif atau kualitatif. *Descriptive research* merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang menggambarkan topik yang diminati peneliti. Penelitian deskriptif ini dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik sebuah objek, peristiwa atau situasi. Penggunaan penelitian ini dalam data kuantitatif biasanya digunakan untuk pengambilan keputusan. Pengumpulan data kuantitatif pada penelitian ini dapat seperti peringkat kepuasan, angka produksi, angka penjualan, atau data demografis. Penggunaan desain ini biasa ditujukan untuk mengetahui bahwa terdapat hubungan antara dua variabel (Bougie & Sekaran, 2016).

## 3. *Causal Research*

Penelitian kausal merupakan penelitian yang biasanya digunakan untuk menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak. Pada desain penelitian ini menggambarkan satu atau lebih faktor yang menyebabkan suatu masalah (Bougie & Sekaran, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif (*descriptive research*) untuk menganalisis hubungan antar variabel yang

digunakan dalam penelitian ini. Sehingga dapat melihat apakah pengaruh variabel independen dari penelitian ini yaitu *social entrepreneurship intention*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu *social entrepreneurial intention*. Untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden (mahasiswa UMN) dengan menggunakan *platform* Google Form. Adapun responden nantinya akan diminta untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dengan menggunakan skala *likert 7* yaitu memberikan nilai antara dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 7 (sangat setuju). Peneliti menggunakan skala *likert 7* karena pemilihan kategori lebih spesifik, sehingga dapat membuat responden untuk memilih keinginan mereka secara spesifik. Selain itu, karena peneliti mengikuti penelitian jurnal utam yang menggunakan skala *likert 7*.

### 3.2.2. Data Penelitian

Menurut Jilcha (2019) terdapat 2 jenis data penelitian yaitu:

1. *Primary Data*

Data primer (*primary data*) merupakan sebuah data yang diperoleh dari informasi secara langsung (*original source*). Sehingga data primer ini lebih dapat diandalkan dan memiliki tingkat kepercayaan pengambilan keputusan yang lebih, karena analisis tepercaya yang langsung berhubungan dengan terjadinya peristiwa. Teknik pengumpulan data primer ini dapat dilakukan dengan cara *interview*, observasi dan kuesioner.

2. *Secondary Data*

Data sekunder (*secondary data*) merupakan sebuah data yang diperoleh dari sumber lain (tidak secara langsung). Sumber dari data sekunder ini didapatkan dari jurnal, buku, artikel, majalah, situs *website* dan sumber lainnya yang berputasi.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menggunakan kedua data baik itu data primer maupun data sekunder untuk mendukung kegiatan penelitian yang dilakukan peneliti. Peneliti mengumpulkan data primer dari responden dengan secara langsung. Untuk mengumpulkan data primer peneliti melakukannya dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *platform* Google Form. Pengumpulan data melalui Google Form ini dilakukan akibat adanya pandemi *COVID-19*.

Selain itu, peneliti juga menggunakan data sekunder yang diperoleh untuk mendukung penelitian. Penggunaan data sekunder digunakan oleh peneliti untuk membuat latar belakang penelitian dan menemukan topik penelitian Data sekunder yang didapat peneliti diperoleh dari artikel, jurnal, *website*, dan buku yang didapat secara *online* (*e-book*). Data sekunder ini ditujukan untuk mendukung penelitian agar menjadi sistematis, ilmiah dan terstruktur.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Target Populasi**

Menurut Gregory *et al.*, (2018) target populasi merupakan kelompok individu untuk dilakukannya sebuah penelitian dan menarik kesimpulan dari penelitian tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, target populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i di Universitas Multimedia Nusantara angkatan tahun 2018-2021 terutama pada Fakultas Bisnis, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Fakultas Seni & Desain.

#### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang diperoleh dari populasi yang nantinya akan diteliti. Berdasarkan penjelasan dari pengertian tersebut, sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa/i di Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti melakukan pengambilan sampel harus dapat memenuhi kriteria

seperti mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara angkatan tahun 2018 sampai 2021 yang telah mengikuti kegiatan sosial/pengabdian masyarakat dan telah mendapatkan mata kuliah yang berkaitan dengan *entrepreneurship* seperti *Technopreneurship*, *Sociopreneurship*, *Business Principle*, *Introduction to Marketing*, *Introduction to Business*, *Introduction to Creative Business*, *Managing Lean Startup*, *New Venture* dan *Business Plan*.

### 3.3.3 Teknik Sampel Penelitian

Menurut Bougie & Sekaran (2016) terdapat 2 (dua) jenis teknik sampel penelitian yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Berikut penjelasan dari dua teknik sampel tersebut

#### 1. *Probability Sampling*

Sampel probabilitas (*probability sampling*) merupakan teknik sampel penelitian yang elemen dalam populasi memiliki peluang yang diketahui dan bukan nol untuk dipilih sebagai subjek dalam sampel penelitian. Teknik ini menggunakan desain pengambilan sampel probabilitas. Teknik pengambilan sampel ini dapat berupa tidak terbatas (*simple random sampling*) atau dapat dibatasi (*complex probability sampling*), berikut pengertian dari 2 desain pengambilan sampel probabilitas, yaitu:

- a. *Simple random sampling* merupakan elemen dalam populasi yang memiliki peluang kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai subjek.
- b. *Complex probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang menawarkan alternatif yang lebih layak dan lebih efisien. Terdapat 5 jenis desain *Complex probability sampling* yaitu:



- i. *Systematic sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dipilih dengan secara acak yang kemudian dipilih dan dimasukkan kedalam kerangka sampel.
- ii. *Stratified sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara acak yang dilakukan secara bertingkat atau melibatkan proses stratifikasi. Proses stratifikasi ini dilakukan untuk membagi populasi kedalam subkelompok.
- iii. *Cluster sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan membentuk beberapa *cluster* dari proses penyeleksian individu yang menjadi bagian dari populasi.
- iv. *Area sampling* merupakan *cluster sampling* yang lebih spesifik. Dalam hal ini, *cluster* terdiri dari wilayah geografis seperti kabupaten, blok kota, atau batas-batas tertentu dalam suatu lokalitas
- v. *Double sampling* merupakan desain pengambilan sampel yang pada awalnya sampel digunakan untuk mengumpulkan beberapa informasi awal yang kemudian subsampel dari sampel utama ini digunakan untuk memeriksa masalah secara lebih rinci

## 2. *Non-probability Sampling*

Sampel non probabilitas (*non-probability sampling*) merupakan sebuah elemen-elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat untuk dipilih sebagai subjek sampel. Terdapat 2 jenis desain dari *non-probability sampling* yaitu:

- a. *Convenience Sampling* merupakan teknik sampel yang pengumpulan informasinya dari anggota populasi yang berdasarkan sesuai dari keinginan dan kenyamanan peneliti. Sehingga teknik ini merupakan cara terbaik untuk mendapatkan beberapa informasi dasar dengan cepat dan efisien.
- b. *Purposive Sampling* adalah teknik sampel yang memperoleh informasi dari mereka yang siap atau sudah tersedia, kadang-kadang mungkin perlu untuk memperoleh informasi dari kelompok sasaran tertentu. Pengambilan sampel pada teknik ini terbatas pada tipe tertentu baik itu karena sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Terdapat dua jenis utama pada *purposive sampling* yaitu:
  - i. *Judgment Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan ketika populasi yang dikategorikan sesuai dengan kriteria yang dicari oleh peneliti.
  - ii. *Quota Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang sebelumnya telah ditentukan karakteristik untuk pengambilan sampel oleh peneliti.

Berdasarkan uraian hal diatas, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* jenis *judgment sampling*. Penggunaan metode tersebut karena peneliti menggunakan kriteria yakni mahasiswa/i di Universitas Multimedia Nusantara yang telah mengikuti kegiatan

pengabdian masyarakat, telah mengambil mata kuliah yang berkaitan dengan *entrepreneurship* dan belum memiliki usaha sendiri.

### 3.3.4 *Sampling Size*

Menurut Hamed Taherdoost (2017) *sampling size* adalah fitur yang penting pada sebuah studi empiris di mana tujuannya adalah untuk membuat kesimpulan tentang populasi dari sampel. Hair *et al.*, (2017) menjelaskan metode untuk perhitungan penelitian adalah 5 (lima) kali dari jumlah indikator pertanyaan dalam penelitian, sehingga dapat diasumsikan  $n \times 5$  *observation*. Maka minimal jumlah sampel yang diperlukan peneliti adalah  $15 \times 5$  atau sebanyak 75 responden.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data untuk penelitian ini dari data primer dan data sekunder. Untuk mengumpulkan data primer peneliti melakukannya dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *platform* Google Form dan berikut link dari kuesioner. Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder untuk mendukung penelitian agar sistematis dan terstruktur. Data sekunder yang didapat peneliti diperoleh dari artikel, jurnal, *website*, dan buku yang didapat secara *online* (*e-book*).

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini peneliti memiliki 4 variabel diantaranya adalah *social entrepreneurship attitude*, *subjective norms*, *perceived behavior control* dan *social entrepreneurial intention*. Skala penelitian yang digunakan peneliti untuk masing-masing indikator adalah *likert scale 7* (tujuh) poin dengan angka 1 (satu) yang menunjukkan responden sangat tidak setuju hingga angka 7 (tujuh) yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju

**Tabel 3. 1 Operasional Penelitian**

No	Variabel	Jurnal	Definisi Operasional	Kode Penelitian	Indikator	Pertanyaan Penelitian	Skala
1.	<i>Social Entrepreneurship Attitude (SEA)</i>	Inés Ruiz-Rosa et al., <i>Sustainability</i> , 2020, Vol. 12, Issue 17	<i>Social entrepreneurship attitude</i> merupakan seseorang atau kelompok yang mempunyai sikap mengambil resiko dan melakukan usaha untuk menciptakan perubahan positif di masyarakat melalui	SEA1	Wirausahawan sosial memiliki lebih banyak keuntungan daripada kerugian	Menjadi seorang wirausaha sosial memiliki lebih banyak keuntungan daripada kerugian bagi diri saya.	<i>Likert</i> 1-7
				SEA2	Berkarir sebagai wirausawan sosial menarik bagi saya	Saya lebih menyukai berkarir menjadi seorang wirausahawan sosial	

			ide-ide inovatifnya yang berpotensi memecahkan masalah masyarakat, sosial dan <i>sustainability</i> (Isa, 2019)	SEA3	Mempromosikan bisnis sosial akan menjadi kepuasan besar bagi saya	Mempromosikan sebuah bisnis yang bergerak dibidang sosial akan menjadi kepuasan besar bagi saya	
2.	<i>Subjective Norms</i> (SN)	Inés Ruiz-Rosa et al., <i>Sustainability</i> , 2020, Vol. 12, Issue 17	<i>Subjective norms</i> menurut Calvin Wan (2017) adalah sebuah persepsi tekanan sosial dari seseorang yang dianggap penting. Tekanan yang dirasakan dari orang lain ini yang dianggap penting	SN1	Menjadi wirausahawan sosial didukung keluarga	Keputusan saya untuk menjadi wirausahawan sosial didukung oleh keluarga saya	<i>Likert</i> 1-7
				SN2	Menjadi wirausahawan sosial didukung teman dekat	Keputusan saya untuk menjadi wirausahawan sosial	

			sehingga nantinya dapat mempengaruhi niat perilaku orang tersebut.			didukung oleh teman terdekat saya	
				SN3	Menjadi wirausahawan sosial didukung rekan-rekan kerja	Keputusan saya untuk menjadi wirausahawan sosial didukung oleh rekan-rekan kerja saya (mahasiswa, teman kerja, teman organisasi)	
3.	<i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i>	Inés Ruiz-Rosa et al., <i>Sustainability</i> , 2020, Vol. 12, Issue 17	<i>Perceived behavioral control</i> didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang kesulitan untuk	PBC1	Identifikasi peluang baru di bisnis sosial	Saya dapat mengidentifikasi peluang baru pada bisnis yang memiliki dampak sosial ( <i>social entrepreneur</i> )	<i>Likert</i> 1-7

		<p>melakukan suatu perilaku (Christopher, 2019). Dengan kata lain kontrol perilaku ini mengacu pada persepsi seseorang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang diinginkan (Ruiz-Rosa et al., 2020).</p>	PBC2	Membuat produk dan layanan baru pada bisnis sosial	Saya memiliki kemampuan untuk dapat mengelola produk dan layanan baru pada bisnis yang bergerak dibidang sosial
	PBC3		Menerapkan kreativitas pada bisnis sosial	Saya siap untuk menerapkan kreativitas yang saya miliki untuk memulai sebuah bisnis yang bergerak dibidang sosial	
	PBC4		Saya dapat menjadi pemimpin dan komunikator	Saya siap untuk menjadi seorang pemimpin dan komunikator di bidang usaha sosial	

				PBC5	Dapat membuat jaringan ( <i>network</i> ) kontak profesional	Saya mampu membuat jaringan ( <i>network</i> ) profesional pada bisnis yang bergerak dibidang sosial	
				PBC6	Berhasil mengelola/mengelola bisnis sosial	Saya yakin dapat berhasil dalam mengelola bisnis yang bergerak dibidang sosial yang saya bentuk	
4.	<i>Social Entrepreneurial Intention (SEI)</i>	Inés Ruiz-Rosa <i>et al.</i> , <i>Sustainability</i> ,	<i>Social entrepreneurial intention</i> merupakan keinginan seseorang, keyakinan, tekad,	SEI1	Bersedia melakukan apa saja memulai bisnis sosial	Saya bersedia melakukan apa saja untuk memulai bisnis yang memiliki dampak sosial.	<i>Likert</i> 1-7



		2020, Vol. 12, Issue 17	komitmen, dan kesiapan untuk melakukan kegiatan sosial yang inovatif melalui penciptaan bisnis sosial baru	SEI2	Tujuan saya adalah menciptakan bisnis sosial	Tujuan saya adalah untuk menciptakan bisnis yang memiliki dampak sosial	
				SEI3	Saya mempunyai tekad untuk membuat bisnis sosial di masa depan	Saya bertekad untuk membuat bisnis yang memiliki dampak sosial di masa depan	

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

### 3.6 Teknik Analisis Data *Pre-test*

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner untuk uji *main test*, penulis melakukan *pilot test* yang ditujukan untuk menguji reliabilitas dan validitas instrumen penelitian. Sebelum kuesioner disebarikan pada responden sesungguhnya, maka kuesioner di uji coba terlebih dahulu pada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. *Pilot test* yang dilakukan peneliti menggunakan progam komputer IBM SPSS versi 26.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator pada pertanyaan di kuesioner. Uji validitas ditujukan untuk melihat konsistensi pada pengukuran variabel yang dilakukan, semakin tinggi nilai validitas maka akan menunjukkan bahwa tidak ada kesalahan pada pengukuran (Malhotra *et al.*, 2017). Pengukuran uji validitas dapat dinyatakan valid apabila dapat memenuhi ketentuan berikut:

**Tabel 3. 2 Faktor Pengukuran Uji Validitas**

No	Ukuran Validitas	Ketentuan Nilai
1.	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO)</i> <i>Measure of Sampling Adequacy</i>	$KMO \geq 0,5$
2.	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	$Sig. < 0,05$
3.	<i>Anti-image Correlation Matrices</i>	$MSA \geq 0,5$
4.	<i>Factor Loading of Component</i> <i>Matrix</i>	$Factors Loading > 0,5$

Sumber: Malhotra *et al.*, (2017)

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan penjelasan dari Ghazali (2018) reliabilitas merupakan sebuah alat untuk mengukur konsistensi dari indikator. Suatu variabel dapat dikatakan *reliable* jika *cronbach's alpha*  $> 0,7$  atau lebih besar dari 0,7 (Hair *et al.*, 2017).

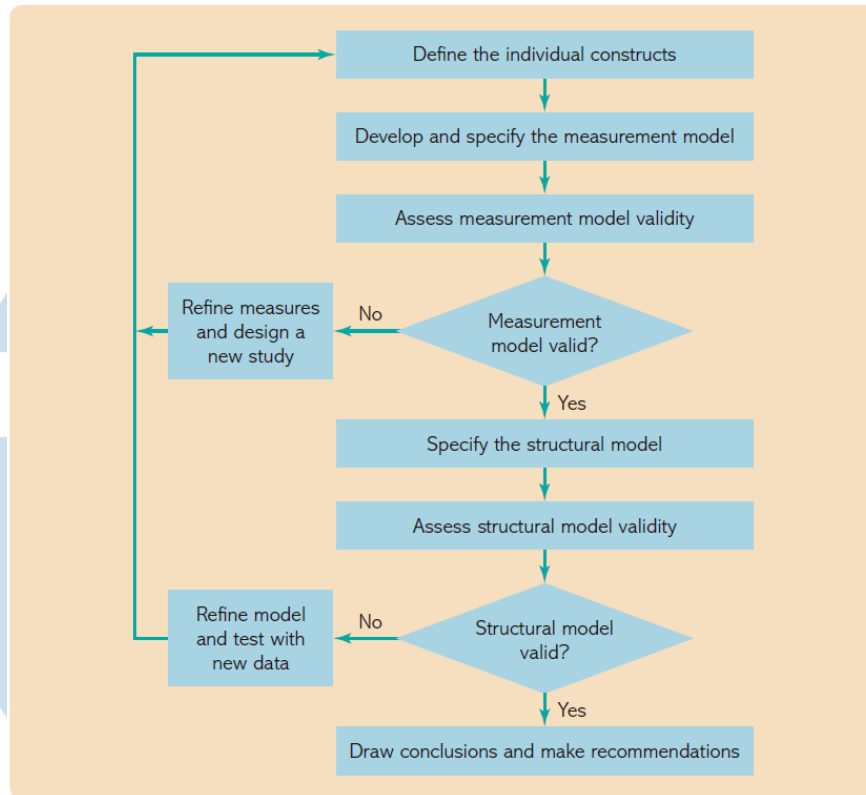
### 3.7 Teknik Analisis Data *Main-Test* dengan *Structural Equation Modelling*

Menurut Hair *et al.*, (2021) dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dapat memudahkan peneliti karena memungkinkan peneliti untuk menguji secara bersamaan model dan memperkirakan hubungan yang kompleks antara beberapa variabel dependen dan independen. Dengan menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dapat memperhitungkan kesalahan pengukuran dalam variabel yang diamati. Sehingga dengan menggunakan metode ini dapat memperoleh hasil yang lebih tepat (Preacher, 2014).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode SEM melalui *software* SmartPLS untuk menguji variabel yang terdapat pada penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui hubungan antar variabel yakni *social entrepreneurship attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioural control* dan *social entrepreneurial intention*.

#### 3.7.1 Langkah-langkah dalam Analisis *Structural Equation Model*





**Gambar 3. 2 Tahapan Structural Equation Model**

Sumber: Malhotra *et al.*, 2017

Dalam gambar 3.2 menunjukkan langkah-langkah dalam *structural equation model*. Langkah (1) peneliti perlu untuk mendefinisikan konstruksi individu; (2) mengembangkan dan menentukan model pengukuran yang akan dilakukan pada penelitian; (3) menilai pengukuran reliabilitas dan validitas pada penelitian; (4) menentukan model struktural apabila model pengukuran dinyatakan valid; (5) menilai model struktural (*inner model*) apakah valid atau tidak; (6) apabila langkah sebelumnya dinyatakan valid maka peneliti dapat menarik kesimpulan dan membuat rekomendasi dari penelitian.

### 3.7.2 Uji Outer Model

Uji *outer model* ini perlu memperhatikan nilai dari *convergent validity*, *discriminant validity* dan *internal consistency reliability*

(*composite reliability*, *reliability coefficient* ( $\rho_A$ ) dan *cronbach's alpha*).

### 1. Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk melihat konsistensi pada pengukuran variabel yang dilakukan, semakin tinggi nilai validitas maka akan menunjukkan bahwa tidak ada kesalahan pada pengukuran (Malhotra *et al.*, 2017). Uji validitas pada uji *outer model* ini terbagia menjadi 2 bagian yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*, berikut merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai 2 bagian tersebut:

- a. *Convergent Validity* merupakan pengukuran untuk mengukur sejauh mana validitas setiap hubungan antara indikatornya sehingga dapat mengetahui sejauh mana konstruk yang diukur secara formatif berkorelasi positif dengan ukuran alternatif dari konsep yang sama (Hair *et al.*, 2021). Kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi *convergent validity* adalah *outer loading* (*loading factor*) yang dimana variabel harus memiliki nilai  $\geq 0,708$  dan nilai untuk *average variance extracted* (AVE)  $> 0,5$ .
- b. *Discriminant validity* merupakan sebuah sejauh mana suatu konstruk secara empiris berbeda dari konstruk lain dalam sebuah model (Hair *et al.*, 2021). Kriteria dalam menentukan *discriminant validity* diperlukan untuk melihat *cross loading* dan *fornell-larcker criterion*. Pada *fornell-larcker criterion* perlu memiliki nilai indikator yang  $>$  nilai konstruk lainnya dan untuk *cross loading factor* masing-masing indikator diharapkan konstraknya  $>$  dari pada nilai *cross loading* lainnya. Dengan memenuhi kriteria tersebut maka variabel dapat dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan penjelasan dari Ghozali (2018) reliabilitas merupakan sebuah alat untuk mengukur konsistensi dari indikator. Kriteria untuk menentukan reliabilitas pada *outer model* ini dapat dilihat dari *internal consistency reliability* yang terdapat *cronbach's alpha*, *reliability coefficient* ( $\rho_A$ ) dan *composite reliability*. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari ketiga kriteria tersebut lebih dari 0,7 ( $> 0,7$ )

Berikut merupakan syarat atau kriteria yang harus di penuhi dari uji validitas (*convergent validity* dan *discriminant validity*) dan uji reliabilitas (*internal consistency reliability*):

**Tabel 3. 3 Kriteria Pengujian Outer Model**

Pengukuran	Parameter	Kriteria
<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loadings</i>	$\geq 0,708$
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	$\geq 0,5$
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Fornell-larcker criterion</i>	<i>fornell-larcker criterion</i> perlu memiliki nilai indikator yang $>$ nilai konstruk lainnya
	<i>Cross loading</i>	<i>Cross loading factor</i> $\geq 0,7$ dan masing-masing indikator diharapkan konstruksya $>$ dari pada nilai <i>cross loading</i> lainnya
	<i>cronbach's alpha</i>	$\geq 0,7$

<i>Internal Consistency</i>	<i>reliability coefficient</i>	$\geq 0,7$
<i>Reliability</i>	(rho_A)	
	<i>composite reliability</i>	$\geq 0,7$

Sumber: Hair *et al.*, 2021

### 3.7.3 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Uji *inner model* ini perlu memperhatikan nilai dari *r-square* dan *Path Coefficient* yang terdiri dari *p-value* dan *T-Statistic*. Berikut merupakan penjelasannya

#### 1. R-Square

Menurut Ghozali (2018) uji koefisien determinasi adalah alat uji untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini mempunyai nilai *R-Square* ( $R^2$ ) antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing dapat dianggap kuat, sedang, dan lemah (Hair *et al.*, 2021).

#### 2. Uji *T-Statistic*

Menurut Ghozali (2018) uji t digunakan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini menggunakan *one-tailed* sehingga harus memenuhi kriteria  $> 1,64$ .

- a. Jika nilai uji t  $> 1,64$  maka  $H^0$  ditolak dan  $H^1$  diterima. Sehingga ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai uji t  $< 1,64$  maka  $H^0$  diterima dan  $H^1$  ditolak. Sehingga ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 3. *P-Value*

Hipotesis antar variabel dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai dari *p-value*  $\leq 0,05$ . Hal ini terjadi karena tingkat error berada dibawah 0,05.