

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pelaku UMKM merupakan objek dari penelitian ini dikarenakan berdasarkan fenomena mengatakan bahwa tingkat pertumbuhan UMKM mengalami penurunan. Para pelaku UMKM ini nantinya akan diteliti lebih lanjut terhadap faktor identitas sosial kewirausahaan sehingga peneliti akan mengetahui apakah dalam faktor perilaku kewirausahaan ada pengaruh dari faktor identitas sosial kewirausahaan juga, kriteria UMKM yang menjadi responden pada penelitian ini diantaranya merupakan para pelaku UMKM dengan rentang usia 17 – 50 Tahun keatas dan usahanya yang berumur di bawah 1 tahun hingga diatas 5 tahun di wilayah Kabupaten Tangerang.

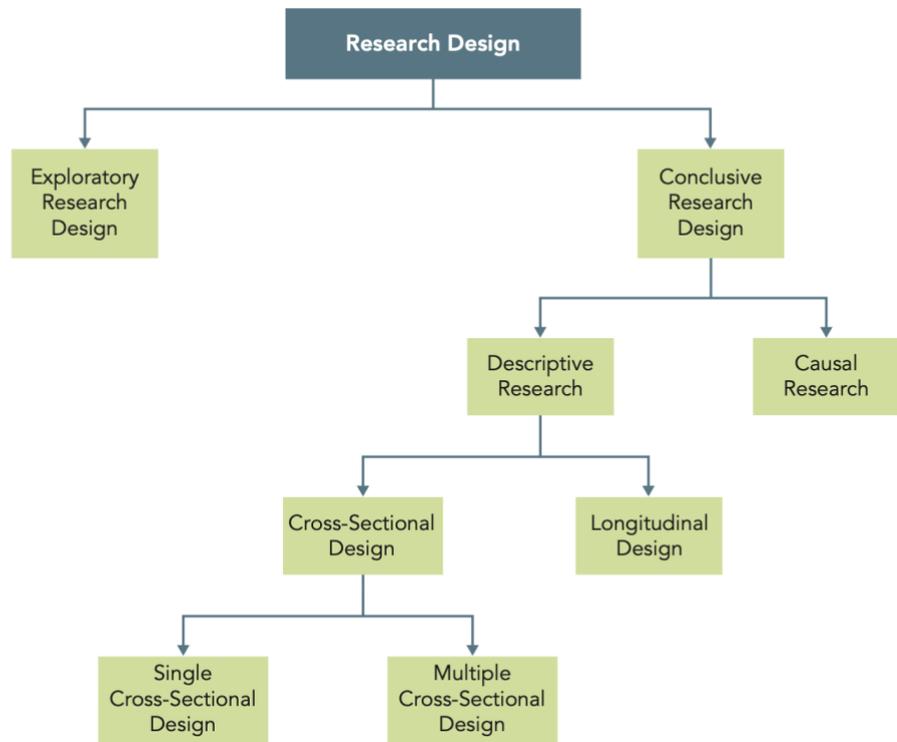
3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah kerangka kerja (*framework*) ataupun rencana untuk melakukan suatu riset demi mendapatkan suatu informasi yang berguna untuk menjawab permasalahan dalam suatu riset (Malhotra et al., 2017). Pada desain penelitian lagi dapat dijabarkan menjadi *Exploratory Research* dan *Conclusive Research*. *Exploratory Research* sendiri bertujuan untuk memberikan informasi berupa wawasan dan pemahaman terkait suatu fenomena dari sang peneliti yang dimana biasanya digunakan ketika subjek penelitian sulit untuk diukur.

3.2.1 Jenis Penelitian

Pada desain penelitian menurut Malhotra, dapat dijabarkan lagi menjadi dua seperti gambar 11 berikut, diantaranya:

FIGURE 3.1
A Classification of
Marketing Research
Designs



Gambar 3. 1 Bagan Desain Penelitian

Sumber: Malhotra (2020)

1. *Exploratory Research*

Exploratory Research sendiri bertujuan untuk memberikan informasi berupa wawasan dan pemahaman terkait suatu fenomena dari sang peneliti yang dimana biasanya digunakan ketika subjek penelitian sulit untuk diukur. Sehingga pada intinya *exploratory research* ini jarang sekali menggunakan sebuah kuesioner terstruktur maupun sampel probabilitas.

2. *Conclusive Research*

Conclusive Research sendiri bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena yang spesifik, menguji hipotesis serta hubungan-hubungan spesifik sehingga informasi yang dicari ataupun yang didapat harus secara rinci dan jelas. Biasanya *Conclusive Research* ini lebih formal dan terstruktur dibandingkan *Exploratory Research* karena pada *Conclusive Research* sendiri informasi dan data diperoleh melalui metode kuantitatif. *Conclusive Research* sendiri dapat berupa *Descriptive Research* dan *Causal Research*.

- *Descriptive Research* sendiri sesuai namanya berarti untuk mendeskripsikan sesuatu. *Descriptive research* ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan serta hipotesis untuk penelitiannya sehingga hasil dari *descriptive research* ini pun lebih terstruktur.

- *Causal Research* digunakan untuk memperoleh sebuah bukti terhadap suatu korelasi sebab-akibat. Sifatnya peneliti membuat sebuah keputusan berdasarkan asumsi yang dimana asumsi tersebut tidak dapat dikatakan benar maupun salah karena itu semua sesuai dengan variabel dan fenomena yang diteliti oleh peneliti.

Descriptive Research sendiri terbagi menjadi dua (2), diantaranya:

- *Cross-Sectional Design* adalah pengumpulan data yang hanya dilakukan sekali.

- *Longitudinal Design* adalah pengumpulan data yang dilakukan secara berulang kali dengan responden maupun skala ukur yang sama, tujuannya untuk mengetahui perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu.

Kemudian, *Cross-Sectional Design* dapat dijabarkan kembali menjadi dua (2) jenis, diantaranya:

- *Single Cross-Sectional Design* adalah pengumpulan data berdasarkan satu sampel responden yang akan menghasilkan informasi dari sampel tersebut satu kali saja.
- *Multiple Cross-Sectional Design* adalah pengumpulan data dari dua atau lebih atas sampel responden dan memperoleh informasi secara sekali dari setiap sampel.

Pada penelitian ini, peneliti akan menerapkan teori *Conclusive Research* karena bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena yang memiliki beberapa hipotesis untuk diuji untuk mendapatkan hasil berupa kesimpulan. Karena peneliti akan meneliti secara kuantitatif melalui pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner maka peneliti akan menggunakan tipe *Descriptive Research* karena akan mendeskripsikan atau menggambarkan sesuatu berdasarkan pertanyaan-pertanyaan dan hipotesis untuk mendapatkan hasil penelitian dan dengan *Cross-Sectional Design* dan *Single-Cross-Sectional* karena pengumpulan data hanya dilakukan sekali saja.

3.2.2 Jenis Metode Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian kita harus menentukan jenis metode apa yang akan kita gunakan untuk suatu penelitian tersebut, metode penelitian sendiri terbagi menjadi dua, yaitu:

- Metode Kualitatif
Suatu metode penelitian yang bersifat deskriptif dan kecenderungan kepada analisis dan menitik beratkan kepada penalaran, situasi, dan definisi pada kondisi-kondisi tertentu (Sena Wahyu, 2022).
- Metode Kuantitatif
Suatu jenis penelitian untuk menemukan informasi, menyelidiki masalah berdasarkan teori, hipotesis dan subjek penelitian. Metode ini akan mengukur suatu informasi berupa data dalam bentuk angka serta mengukur suatu variabel dengan populasi atau sampel (Sena Wahyu, 2022).

Kemudian peneliti juga akan menggunakan metode Kuantitatif dalam mengelola teori maupun hipotesis penelitian yang nantinya akan mendapatkan data informasi berupa angka. Untuk pertanyaan-pertanyaan kuesioner nantinya peneliti akan menggunakan platform *Google Form* dengan bentuk *5-points likert* yang nantinya akan disebar kepada para responden secara *online* dan *offline*.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam pengambilan populasi dan sampel penelitian, peneliti akan mengarah kepada pengambilan dan penentuan sampel yang terdiri atas:

3.3.1 Populasi

Target populasi sendiri didefinisikan oleh Malhorta (2017) sebagai sekumpulan elemen atau objek yang terdapat informasi yang peneliti butuhkan atau cari sehingga akan membentuk kesimpulan. Populasi sendiri dapat didefinisikan berdasarkan elemen-elemen berikut:

- *Element*

Menurut Malhorta (2017) *element* merupakan suatu objek yang berisikan informasi maupun darimana asal informasi tersebut, jika pada penelitian survei biasanya elemen ini berupa responden kita dalam suatu penelitian. Tentunya pada penelitian ini *element*-nya merupakan para responden.

- *Sampling Unit*

Menurut Malhorta (2017) *sampling unit* merupakan suatu elemen atau unit berupa objek yang ada untuk digunakan pada tahapan proses pengambilan sampel pada penelitian kita. Pada penelitian ini, *sampling unit*-nya merupakan para pelaku UMKM.

- *Extent*

Menurut Malhorta (2017) *extent* merupakan batas luas wilayah penelitian yang hendak dilakukan sehingga suatu penelitian lebih terfokus pada suatu geografis alias tidak terlalu meluas (tidak ada titik fokus). Pada penelitian ini, batas wilayahnya berada di Kabupaten Tangerang.

- *Time*

Menurut Malhorta (2017) *time* merupakan periode dalam pelaksanaan penelitian oleh sang peneliti. Periode peneliti dalam melaksanakan penelitian ini dari Maret 2024 hingga Mei 2024.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2017) *sampel* sendiri berupa petunjuk atau kriteria terhadap sasaran atau target populasi yang berguna untuk peneliti dalam mengidentifikasi target populasi yang akan digunakan pada penelitiannya. Dalam pengambilan *sample* para responden dapat dibedakan berdasarkan faktor-faktor seperti karakteristik, demografis dan karakter lainnya untuk memastikan bahwa para responden tersebut memang sesuai dengan populasi pada penelitian. Kemudian terdapat pula teknik *sampling* dan *sample size* (ukuran sampel), diantaranya:

1. Teknik *sampling*

Dalam penentuan *teknik sampling* para peneliti harus mengetahui akan menggunakan pendekatan yang seperti apa, apakah akan menggunakan *sampel non-probability* atau *probability* dalam suatu penelitian. Untuk sampel *non-probability* itu sulit untuk evaluasi objektif karena tidak ada cara untuk menentukan *probability* atas suatu elemennya sehingga tidak semua elemen berkesempatan menjadi sampel dalam penelitian tersebut, pada sampel *non-probability* ada beberapa teknik, diantaranya:

- *Convenience Sampling*, teknik pengambilan sampel yang memberikan kenyamanan bagi peneliti sehingga

mendapatkan sampel yang sesuai, tak jarang sampel didapatkan berdasarkan waktu dan tempat yang tepat.

- *Judgemental Sampling*, teknik pengambilan sampel yang diambil berdasarkan kriteria penelitiannya. Disini peneliti meyakini kriteria sampel yang tetapkan atau yang dipilih dapat memberikan gambaran serta jawaban atas informasi yang mereka butuhkan.
- *Quota Sampling*, teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara dua tahap. Tahap pertama menentukan banyaknya kuota hingga elemen populasinya seperti gender maupun usia kemudian tahap selanjutnya elemen dari sampel akan ditentukan dari kemudahan (*convenience*) atau penilaian (*judgemental*) asalkan elemen yang dipilih sesuai.
- *Snowball Sampling*, teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mencari sekelompok responden dengan kriteria yang sesuai kemudian pada responden tersebut diminta untuk merekomendasikan kepada orang lain lagi yang sama-sama sesuai dengan kriteria.

Pada sampel probabilitas itu peneliti dapat menentukan dulu para sampelnya yang berpotensi dan setiap elemen memiliki potensi yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian tersebut, pada sampel probabilitas ada beberapa teknik, diantaranya:

- *Simple random sampling*, teknik pengambilan sampel yang dimana setiap elemen dalam sampel memiliki

potensi yang sama dan sampel dilakukan secara mengacak.

- *Systematic sampling*, teknik pengambilan sampel yang dimana pada titik awal sampel akan diambil secara mengacak yang kemudian akan dipilih setiap elemen secara berurutan dari kerangka sampel dengan suatu pola tertentu.
- *Stratified Sampling*, teknik pengambilan sampel secara bertingkat yang terdiri atas dua langkah yang dimana populasi akan dipartisi atau penyempitan pada lingkup yang lebih kecil dan kemudian setiap populasi tersebut akan dipilih secara mengacak
- *Cluster Sampling*, teknik pengambilan sampel yang populasi targetnya dibagi menjadi beberapa bagian (*cluster*) yang dimana setiap bagian *cluster* ini dianggap memiliki kemiripan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik sampel *non-probability* dikarenakan tidak semua elemen berkesempatan menjadi sampel serta menggunakan teknik *judgemental sampling* yang membagi sampel berdasarkan kriteria-kriterianya.

2. *Sampel Size* (ukuran sampel)

Ukuran sampel berupa berapa banyaknya elemen yang masuk ke dalam penelitian (Malhotra, 2020), elemen tersebut dapat berupa informasi-informasi agar kriteria

responden yang dikumpulkan juga selaras dan lebih berfokus sehingga data yang akan didapatkan juga lebih berguna bagi penelitian. Menurut Hair et al., (2014) menentukan jumlah minimal sampel dengan cara mengkali lima (5) dari total indikator, idealnya sampel dalam suatu penelitian itu tidak kurang dari 50 dan baik di 100 lebih. Penelitian ini memiliki 34 indikator berarti $(34 \times 5 = 170)$ yang dimana penelitian ini minimal 170 responden. Dalam penelitian ini juga terdapat beberapa data responden yang tidak dipakai karena tidak valid sehingga peneliti melakukan *cleaning data* dengan cara menghapus data responden tersebut.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data terdapat dua (2) teknik yang bisa kita gunakan serta dapatkan, diantaranya:

- Data Primer

Data Primer merupakan data pokok atau utama dari peneliti yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang sedang diteliti (Malhotra, 2017). Biasanya data primer ini diperoleh peneliti dari survei baik secara kuesioner maupun wawancara langsung kepada beberapa para responden untuk mendapatkan informasi tambahan. Penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan secara *online* yaitu menyebarkan kepada kerabat dekat untuk mengisi ataupun membantu proses penyebaran kuesioner ini kepada responden-responden yang sesuai dengan kriteria kemudian juga menyebarkan melalui komunitas di telegram. Penulis juga melakukan penyebaran kuesioner secara *offline* dengan mengunjungi secara langsung.

- Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang sudah ada alias bukan data yang diperoleh langsung oleh peneliti saat ini, data sekunder bisa berupa data yang diperoleh peneliti lain atas suatu penelitian lain dengan informasi-informasi yang serupa (Malhotra, 2017). Biasanya data sekunder ini diperoleh peneliti dari artikel, berita-berita, buku maupun jurnal lainnya. Peneliti juga melakukan *interview* singkat dengan beberapa responden untuk memperdalam informasi yang didapat melalui kuesioner *Google Form*.

Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dari survei kuesioner menggunakan *Google Form* yang berisikan pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang disebar kepada para responden untuk mendapatkan informasi yang diinginkan sedangkan untuk data sekunder sendiri peneliti memperoleh dari artikel, berita-berita, buku maupun jurnal lain serta melakukan *interview* singkat dengan beberapa responden.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, terdapat lima (5) variabel yang akan dilakukan penelitian lebih lanjut diantaranya *Darwinian Identity*, *Missionary Identity*, *Communitarian Identity*, *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. Jumlah indikator dan setiap instrument pertanyaan dari masing-masing variabel akan mengacu pada jurnal utama. Setiap pertanyaan berupa 5 *points likert* dengan keterangan 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju dan 5 = Sangat Setuju. Berikut instrument pertanyaan dari setiap variabel pada penelitian.

Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan pada Kuesioner Survey

Variabel	Definisi	Kode	Pertanyaan	Jurnal Referensi	Skala Pengukuran
<i>Darwinian Identity</i>	Pebisnis pada umumnya yang mengutamakan keuntungan serta keberlanjutan dari usahanya.	DAR1	1. Saya akan mendirikan bisnis saya untuk memajukan karir di dunia bisnis.	Majid Murad et al. (2022)	5- <i>points likert</i>
		DAR2	2. Sebagai pendiri bisnis, sangat penting bagi saya untuk mengoperasikan bisnis saya berdasarkan praktik manajemen yang kuat / kokoh.		5- <i>points likert</i>
		DAR3	3. Sebagai pendiri bisnis, sangat penting bagi saya untuk menganalisis secara menyeluruh prospek		5- <i>points likert</i>

			keuangan bisnis saya.	
		DAR4	4. Saat mengelola bisnis, sangat penting bagi saya untuk memiliki fokus yang kuat pada apa yang dapat dicapai bisnis saya dalam menghadapi persaingan.	5- <i>points</i> <i>likert</i>
		DAR5	5. Saat mengelola bisnis, sangat penting bagi saya untuk membangun keunggulan kompetitif yang kuat dan secara signifikan mengungguli bisnis lain di lingkup pasar saya.	5- <i>points</i> <i>likert</i>
		DAR6	6. Bagi saya, ukuran kesuksesan	5- <i>points</i> <i>likert</i>

			bisnis adalah mendapatkan keuntungan.		
<i>Mission ary Identity</i>	Pebisnis dengan tujuan sosial. Mereka ingin memberikan dampak terhadap sosial untuk menciptakan perubahan melalui kegiatan berwirausaha.	MIS1	1. Saya akan mendirikan bisnis saya untuk memberi perubahan terhadap cara dunia beroperasi.	Majid Murad et al. (2022)	5- <i>points likert</i>
		MIS2	2. Sebagai pendiri bisnis, sangatlah penting bagi saya untuk menjadi warga dunia yang bertanggung jawab.		5- <i>points likert</i>
		MIS3	3. Sebagai pendiri bisnis, sangatlah penting bagi saya untuk		5- <i>points likert</i>

			menjadikan dunia sebagai “tempat yang lebih baik” (misalnya menegakkan keadilan sosial, melindungi lingkungan).	
		MIS4	4. Saat mengelola bisnis, sangatlah penting bagi saya untuk berfokus yang kuat pada manfaat bisnis saya bagi masyarakat luas.	5- <i>points</i> <i>likert</i>
		MIS5	5. Saat mengelola bisnis, sangatlah	5- <i>points</i> <i>likert</i>

			<p>penting bagi saya untuk meyakinkan orang lain bahwa bisnis yang dikelola oleh swasta memang mampu mengatasi tantangan-tantangan sosial seperti tujuan bisnis saya (misalnya keadilan sosial, perlindungan lingkungan hidup).</p>	
		MIS6	<p>6. Bagi saya, suatu bisnis akan mencapai keberhasilan jika masyarakat juga</p>	<p>5- points likert</p>

			merasakan manfaat yang kita tawarkan.		
<i>Communitarian Identity</i>	Pebisnis yang tidak menjadikan aspek finansial sebagai tujuan utama. Mereka hanya ingin berupaya menghadirkan produk/jasa yang memberikan nilai lebih kepada suatu kelompok tertentu.	COM 1	1. Saya akan mendirikan bisnis untuk memecahkan masalah tertentu untuk sekelompok orang yang sangat saya kenal (misalnya teman atau komunitas).	Majid Murad et al. (2022)	5- <i>points</i> <i>likert</i>
		COM 2	2. Saya akan mendirikan bisnis untuk berperan dalam membentuk aktivitas sekelompok orang yang sangat saya kenal.		5- <i>points</i> <i>likert</i>

		COM 3	3. Sebagai pendiri bisnis, sangatlah penting bagi saya untuk menyediakan produk/layanan yang berguna bagi sekelompok orang yang sangat saya kenal.		5- <i>points</i> <i>likert</i>
		COM 4	4. Saat mengelola bisnis saya, sangat penting bagi saya untuk berfokus kuat pada sekelompok orang yang sangat saya kenal.		5- <i>points</i> <i>likert</i>
		COM 5	5. Saat mengelola bisnis, sangatlah		5- <i>points</i> <i>likert</i>

			penting bagi saya untuk mendukung dan memajukan sekelompok orang yang sangat saya kenal.		
		COM 6	6. Saya memahami benar kebutuhan kelompok saya dan saya berusaha memenuhi kebutuhan mereka.		5- points likert
<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	Suatu rasa kepercayaan/rasa yakin individu terhadap kemampuan berwirausaha yang dimilikinya.	ESE1	1. Saya yakin bahwa saya berhasil menemukan peluang bisnis baru.	Majid Murad et al. (2022)	5- points likert
		ESE2	2. Saya yakin bahwa saya berhasil		5- points likert

			menciptakan produk baru.		
		ESE3	3. Saya yakin bahwa saya bisa berpikir kreatif.		5- points likert
		ESE4	4. Saya yakin bahwa saya dapat berhasil untuk menciptakan/ menghasilkan uang dari suatu gagasan/ide.		5- points likert
		ESE5	5. Saya yakin bisa berhasil dalam mengelola bisnis saya.		5- points likert
<i>Nascent Entrepreneurial Behavior</i>	Perilaku yang menggambarkan rasa siap suatu individu untuk konsisten dengan sifat	NEB1	1. Saya telah mendiskusikan produk atau ide bisnis dengan calon pelanggan.	Majid Murad et al. (2022)	5- points likert

<p>seorang wirausaha, yaitu percaya diri, bertujuan untuk sukses, berani mengambil resiko, memiliki jiwa pemimpin serta visioner.</p>	NEB2	2. Saya telah mengumpulkan informasi tentang pasar dan pesaing.	5- <i>points</i> <i>likert</i>
	NEB3	3. Saya telah menulis/merancang rencana bisnis (business plan).	5- <i>points</i> <i>likert</i>
	NEB4	4. Saya telah memulai pengembangan terhadap produk/layanan.	5- <i>points</i> <i>likert</i>
	NEB5	5. Saya sudah memulai upaya pemasaran/promosi.	5- <i>points</i> <i>likert</i>
	NEB6	6. Saya telah membeli bahan, peralatan, atau mesin	5- <i>points</i> <i>likert</i>

			untuk bisnis ini.	
		NEB7	7. Saya berusaha mendapatkan pendanaan eksternal.	5- points likert
		NEB8	8. Saya telah mengajukan permohonan paten, hak cipta, atau merk dagang.	5- points likert
		NEB9	9. Saya memiliki pengalaman dalam membangun bisnis.	5- points likert
		NEB10	10. Saya telah mendaftarkan bisnis saya.	5- points likert
		NEB11	11. Saya telah menjual produk/layanan saya.	5- points likert

Sumber: Jurnal Utama (2022) & Data Peneliti (2024)

3.5.1 Penambahan Indikator/Instrumen

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan dari para responden dengan kriteria yang sesuai, instrumen atau indikator pertanyaan pada kuesioner merujuk pada pertanyaan-pertanyaan yang ada di jurnal utama penelitian. Namun, peneliti juga menambahkan pertanyaan lagi sebagai berikut:

- Pada variabel *Darwinian Identity*, peneliti melakukan penambahan instrumen pertanyaan “Bagi saya, ukuran kesuksesan bisnis adalah mendapatkan keuntungan.” dan alasan peneliti menambahkan instrumen tersebut karena belum ada instrumen atau pertanyaan yang menekankan motivasi atau tujuan utama dari identitas sosial ini, yaitu berorientasi pada keuntungan. Seperti yang kita ketahui saat ini banyak sekali berbagai macam bisnis namun seringkali suatu bisnis yang sudah mencapai kejayaannya kemudian bisa bangkrut atau ditinggalkan, hal ini dikarenakan pendiri bisnis yang terlalu berfokus pada keuntungan semata, tidak memperhatikan kenyamanan para konsumennya sehingga seiring berjalannya waktu kebutuhan atau keinginan konsumen juga bisa berubah.
- Pada variabel *Missionary Identity*, peneliti melakukan penambahan instrumen pertanyaan “Bagi saya, suatu bisnis akan mencapai keberhasilan jika masyarakat juga merasakan manfaat yang kita tawarkan.” dan alasan peneliti menambahkan instrumen tersebut dikarenakan belum ada instrumen atau pertanyaan yang mengarahkan kepada manfaat yang dirasakan dari kehadiran bisnis tersebut karena seringkali kita jumpai di

luar sana bisnis dengan tujuan sosial yang tidak terlalu berkembang karena rendahnya minat masyarakat serta kurangnya pemahaman masyarakat terkait manfaatnya.

- Pada variabel *Communitarian Identity*, peneliti melakukan penambahan instrumen pertanyaan “Saya memahami benar kebutuhan kelompok saya dan saya berusaha memenuhi kebutuhan mereka.” dan alasan peneliti menambahkan instrumen tersebut karena pada instrumen belum ada pertanyaan yang menekankan terhadap pemahaman pendiri bisnis terhadap apa yang mereka tawarkan, sehingga peneliti ingin mengetahui lebih lanjut apakah pendiri bisnis ini selain ingin memberikan solusi dan berperan aktif juga memahami dengan pasti apa yang menjadi celah kosong dalam komunitas atau kelompoknya karena seperti yang kita ketahui diluar sana banyak bisnis yang ternyata tidak terlalu laku akibat bukan sesuatu yang menjadi kebutuhan atau keinginan mayoritas konsumen.
- Pada variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy*, peneliti melakukan penambahan instrumen pertanyaan “Saya yakin bisa berhasil dalam mengelola bisnis saya.” dan alasan peneliti menambahkan instrumen tersebut karena berdasarkan instrumen yang ada, belum ada instrumen yang menekankan pada keyakinan untuk beraksi dalam menjalankan bisnis sehingga peneliti menambah instrumen tersebut untuk memastikan apakah rasa percaya diri atau keyakinan mereka sudah sangat tinggi untuk beraksi menjalankan bisnisnya atau hanya baru mencapai batasan yakin dengan ide serta pemikirannya semata.
- Pada variabel *Nascent Entrepreneurial Behavior*, peneliti melakukan penambahan instrumen pertanyaan “Saya memiliki

pengalaman dalam membangun bisnis.” dan alasan peneliti menambahkan instrumen tersebut karena belum ada instrumen yang menekankan pada pengalaman terhadap dunia bisnis sehingga peneliti menambah instrumen tersebut untuk mengetahui lebih lanjut apakah sebelumnya mereka sudah berbisnis atau ini kali pertamanya, karena jika sudah memiliki pengalaman secara tak langsung mereka lebih menghindari hal-hal atau perilaku yang menjadi pemicu kegagalan suatu bisnis.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-test*

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas berfungsi sebagai tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana indikator atau skala skor yang diuji menggambarkan perbedaan dari karakteristik terhadap objek yang diuji, sehingga bukan secara acak. Sesungguhnya validitas yang dianggap sudah benar itu ketika indikator tolak ukur tidak terjadi kesalahan sehingga indikator dalam kuesioner dapat menggambarkan karakteristik yang diuji dengan tepat (Malhotra, 2020).

Hair et al., (2017) mengungkapkan uji validitas berguna untuk mengukur indikator konstruk dalam suatu penelitian. *Construct Validity* menurut Malhotra (2020) disebut sebagai validitas konstruk yang dapat menggambarkan terkait konstruk ataupun karakteristik seperti apa yang diukur dalam pengujian. Peneliti harus memahami apa yang menyebabkan pengujian skala tersebut berhasil dan apa kesimpulannya dari pengukuran atau pengujian tersebut.

Dalam menguji validitas pada tahap *pre-test*, peneliti mengujinya menggunakan tools IBM SPSS 29 dengan melihat uji-uji berikut (Malhotra, 2020; Hair et al., 2009):

1. *Kaiser Meyer Olkin* (KMO), yang berfungsi untuk menguji kelayakan analisis faktor dalam penelitian. Dinyatakan VALID ketika nilainya $\geq 0,5$ dan dinyatakan TIDAK VALID ketika nilainya $\leq 0,5$.
2. *Barlett's Test*, yang berfungsi untuk melihat variabel pada penelitian tidak saling berhubungan / berkorelasi. Dinyatakan VALID ketika nilai Sig. nya $< 0,05$ dan dinyatakan TIDAK VALID ketika nilai Sig. nya $> 0,05$.
3. *Anti-Image Correlation Matrix* yang berfungsi untuk melihat korelasi antar variabel pada penelitian yang mewakili pengukuran data tersebut. Dinyatakan VALID ketika nilainya $> 0,5$ dan dinyatakan TIDAK VALID ketika nilainya $< 0,5$.
4. *Factor Loading of Component Matrix*, yang berfungsi untuk melihat korelasi antar variabel pada penelitian terhadap pembentukan faktor dalam penelitian. Dinyatakan VALID ketika nilainya $> 0,5$ dan dinyatakan TIDAK VALID ketika nilainya $< 0,5$.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berfungsi sebagai patokan peneliti terhadap sejauh mana konsistensi dari skala pengukuran yang dihasilkan terhadap penelitian yang dilakukan secara berulang kali. Jika pengujian

dilakukan berulang kali namun hasilnya tidak konsisten berarti reliabilitasnya rendah, sebaliknya jika pengujian yang dilakukan berulang kali namun hasilnya tetap konsisten berarti penelitian tersebut reliabilitasnya tinggi (Malhotra, 2020).

Dalam menguji reliabilitas pada tahap *pre-test*, peneliti mengujinya menggunakan tools IBM SPSS 29 dengan melihat uji *Cronbach's Alpha* yang memiliki syarat VALID itu ketika nilainya > 0,7 (Hair et al., 2017).

3.6.2 Analisis Data Penelitian

3.6.2.1 Structural Equation Model (SEM)

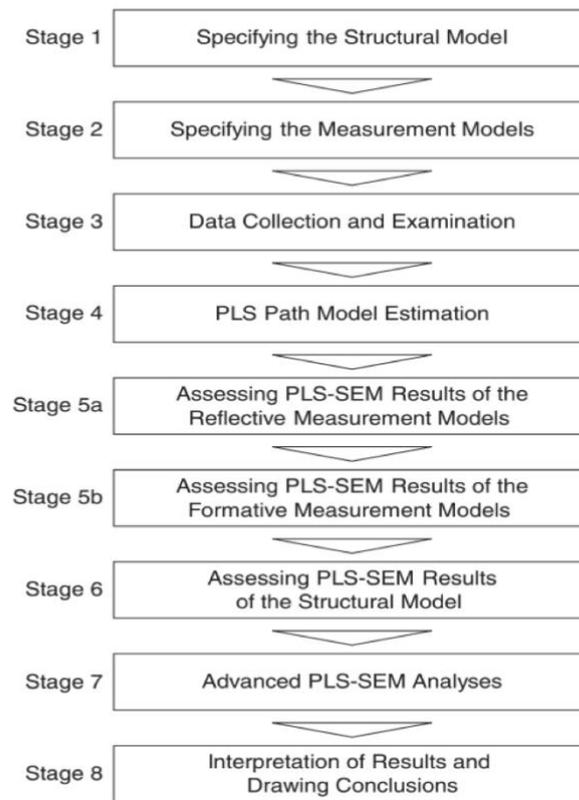
Structural Equation Model (SEM) adalah suatu prosedur untuk mengukur kaitan antar variabel yang berbentuk konsep dalam suatu model penelitian (Malhotra, 2020).

3.6.2.2 Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)

Partial Least Square SEM (PLS-SEM) berfokus terhadap penjelasan dari variabel dependen pada suatu model penelitian (Hair et al., 2017). Sehingga PLS-SEM ini biasa digunakan pada penelitian yang ingin membuktikan ataupun menjelaskan variabel-variabel penelitian.

3.6.2.3 Tahapan Analisis SEM

Dalam melakukan teknik analisis SEM-PLS terdapat tahapan pelaksanaannya pada gambar berikut:



Gambar 3. 2 Tahapan Analisis SEM-PLS

Sumber: Hair et al., (2017)

Berdasarkan gambar 3.2, tahapan pada SEM-PLS dapat diurutkan sebagai berikut:

1. *Specifying the Structural Model*

Pada tahapan pertama ini, peneliti perlu menyiapkan diagram yang selaras dengan teori untuk menggambarkan hipotesis dan hubungan antar variabel yang hendak lakukan pengujian.

2. *Specifying the Measurement Models*

Pada tahapan kedua, akan membantu kita untuk mengetahui antar keterkaitan dari model pengukuran dengan variabel yang terdiri atas indikator-indikator. Dapat dikatakan VALID apabila konstruk model dapat menggambarkan dengan baik terhadap

apa yang diukur. PLS-SEM memiliki dua model pengukurannya yaitu *inner model* untuk melihat hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen dan *outer model* untuk melihat hubungan variabel laten dan variabel manifest.

3. *Data Collection and Examination*

Pada tahapan ketiga, peneliti akan melakukan pengumpulan data dan pengecekan atas data yang sudah dikumpulkan sebelumnya. Cara pengumpulan data pun dibedakan menjadi dua, yaitu secara Kualitatif dan Kuantitatif. Biasanya di analisis SEM-PLS ini data dikumpulkan secara kuantitatif menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden yang sesuai.

4. *PLS Path Model Estimation*

Pada tahapan keempat, kita perlu menelusuri parameter model (*path*) dari variabel penelitian terhadap data yang didapatkan dan digunakan dalam suatu penelitian berupa data yang telah diperoleh dari para responden untuk dilakukan perancangan model.

5. *Assesing PLS-SEM Result*

5a. *Assesing PLS-SEM Result of the Reflective Measurement Model (Outer Model)*

Pada tahapan kelima, peneliti akan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap suatu konstruk. Dalam melakukan pengukuran reflektif akan mengukur reliabilitas komposit.

5b. *Assesing PLS-SEM Result of the Formative Measurement Model (Outer Model)*

Pada tahapan kelima, peneliti akan menentukan indikator pengujiannya untuk mengukur dan melihat apa model formatif

ini memiliki korelasi atau tidak dan mengetahui nilai signifikannya.

6. *Assesing PLS-SEM Result of the Structural Model (Inner Model)*

Pada tahapan keenam, suatu pengukuran konstruk yang sebelumnya diuji dan sudah valid dan reliabel akan dilanjutkan pada tahap menilai hasil dari uji pada model tersebut.

7. *Advanced PLS-SEM Analyses*

Pada tahapan ketujuh, peneliti akan menganalisis terhadap data yang sudah diuji dengan aplikasi atau *tools* yang digunakan.

8. *Interpretation of Result and Drawing Conclusions*

Pada tahap kedelapan, peneliti tinggal melakukan interpretasi atas hasil yang diperoleh dan akan mendapatkan kesimpulannya.

3.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas *Main-test*

3.6.3.1 *Outer Model*

Dalam *Outer Model* terdapat Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Validitas pada *Outer Model* menurut Hair et al., (2017) meliputi:

- *Convergent Validity* yang diukur berdasarkan parameter *Outer Loadings* (valid ketika nilai $> 0,7$) dan *Average Variance Extracted (AVE)* (valid ketika nilai $> 0,5$).

- *Discriminant Validity* yang diukur berdasarkan parameter *Cross Loading* (valid ketika nilai suatu

cross loading lebih besar daripada *cross loading* lain) dan *Fornell-Larcker Criterion* (valid ketika nilai konstruk lebih bagus daripada konstruk lain).

Uji Reliabilitas pada *Outer Model* menurut Hair et al., (2017) meliputi:

- *Cronbach's Alpha* yang dianggap reliabel ketika nilainya $> 0,70$.
- *Composite Reliability* yang dianggap reliabel ketika nilainya $> 0,70$.

3.6.3.2 Inner Model

Inner Model adalah model yang dapat menggambarkan korelasi dari struktur dengan syarat kriteria. Dalam menilai model struktur bagi Hair et al., (2017) terdapat komponen-komponen seperti koefisien determinasi dengan simbol R^2 (*R-square*) dengan kriteria:

- Nilai 0,75 dinyatakan kuat.
- Nilai 0,50 dinyatakan sedang.
- Nilai 0,25 dinyatakan lemah.

Nilai ukuran efek dengan simbol f^2 (*Effect Size*) dengan kriteria:

- Nilai 0,35 dinyatakan kuat.
- Nilai 0,15 dinyatakan sedang.
- Nilai 0,02 dinyatakan lemah.

Serta Q^2 relevansi prediktif yang kriteria-kriterianya seperti:

- Nilai > 0 dinyatakan memiliki relevansi prediktif.
- Nilai < 0 dinyatakan tidak memiliki relevansi prediktif.

3.7 Uji Hipotesis

Menurut Hair et al., (2017) fungsi dari Uji Hipotesis dalam suatu penelitian agar kita sebagai peneliti mengetahui tingkat valid/tidak valid atau diterima/ditolak terhadap suatu hipotesis yang diajukan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini uji hipotesis yang akan dilakukan, diantaranya:

1. *P-Values*

P-Values berguna sebagai patokan atas suatu penelitian dalam menentukan korelasi antar variabel dalam suatu hipotesis apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak signifikan. Suatu hipotesis dapat dinyatakan signifikan ketika nilai *p-values*-nya $< 0,05$.

2. *T-Statistic*

T-Statistic berguna sebagai patokan estimasi terhadap penilaian seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependennya pada model penelitian dengan nilai $\geq 1,64$ (*one-tailed*) dan $\geq 1,96$ (*two-tailed*).