

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

Secara umum metode penelitian Pendidikan Teknik Mesin Otomotif diartikan sebagai suatu prosedur ilmiah (metode ilmiah) untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dan bermanfaat untuk perkembangan pendidikan bidang Teknik Otomotif (Siregar dan Winarno, 2012, hlm. 6). Penelitian dapat menghasilkan suatu data informasi yang akurat apabila metode dan desain penelitian yang dipilih sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan. Arikunto (2010, hlm. 79) mengemukakan, “Desain penelitian adalah cara mengadakan penelitian dengan menunjukkan jenis dan tipe penelitian yang diambil”. Setiap penelitian harus dilakukan perencanaan, sehingga diperlukanlah suatu desain penelitian.

Metode menurut tujuan pada penelitian ini adalah penelitian terapan. Menurut Jujun S. Suriasumantri (dalam Siregar dan Winarno, 2012, hlm. 8) bahwa, “Penelitian terapan adalah bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah kehidupan praktis”.

Metode menurut pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian survey. Syaodih (2010, hlm. 54) mengemukakan, “Survei digunakan untuk mengumpulkan informasi berbentuk opini dari jumlah besar orang terhadap topik atau isu-isu tertentu”.

Metode menurut tingkat eksplanasi yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Suharsaputra (2014, hlm. 38) “Penelitian deskriptif menggambarkan suatu situasi fenomena secara detail dan lebih menekankan pada menjawab pertanyaan *How* (bagaimana) dan *Who* (siapa)”.

Metode menurut jenis data yang akan diperoleh pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pemilihan pendekatan ini karena jenis data yang dibutuhkan berbentuk angka. Pengambilan, dan pengolahan data penelitian ini dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan pemaparan diatas maka metode pada penelitian ini adalah penelitian terapan survei deskriptif kuantitatif. Penelitian ini, dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana gambaran minat berwirausaha *e-commerce* pada mahasiswa Diploma Teknik Mesin DPTM FPTK UPI.

1.2 Partisipasi dan Tempat Penelitian

1.2.1 Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian dimaksudkan untuk memperkuat serta memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Partisipan penelitian ini adalah Mahasiswa Diploma Tiga (3) Teknik Mesin DPTM FPTK UPI konsentrasi otomotif dan konsentrasi produksi & perancangan.

1.2.2 Tempat Penelitian

Tempat : Departemen Pendidikan Teknik Mesin Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudhi No. 207 Bandung 40154.

Waktu : Juni tahun 2018.

1.3 Populasi dan Sampel Penelitian

1.3.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2016, hlm. 117) adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”, sedangkan menurut Asra (2015, hlm. 16) populasi adalah kumpulan seluruh unit-unit pengamatan yang menjadi objek penelitian dalam suatu penelitian survei.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Diploma 3 Teknik Mesin FPTK UPI Konsentrasi Otomotif dan Produksi & Perancangan.

1.3.2 Sampel Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 82) *nonprobability sampling* adalah

teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Salah satu teknik sampling yang termasuk *nonprobability sampling* adalah *sampling purposive*. Teknik ini digunakan bila penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Tabel 3. 1

Jumlah Populasi Penelitian Minat Berwirausaha E-Commerce pada Mahasiswa Diploma Teknik Mesin UPI.

No	Tahun Angkatan	Sub-Populasi		
		PP	OT	Jumlah
1	2015	20	22	42
2	2016	19	19	38
3	2017	35	13	48
Jumlah Populasi		75	53	121

Penentuan jumlah sampel berdasarkan tabel taraf kesalahan 5% (Sugiyono, 2012, hlm. 99) dengan jumlah populasi 121 orang, maka sampel yang diambil adalah 89 orang.

Tabel 3. 2
Tabel Jumlah Sampel

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

(Sumber: Sugiyono, 2012, hlm. 99)

1.4 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2006, hlm. 160) instrumen penelitian merupakan alat yang dipakai untuk menjembatani antara subjek dan objek (secara substansial antara hal-hal teoritis dengan empiris, antara konsep dengan data), sejauh mana data mencerminkan konsep yang ingin diukur tergantung pada instrumen (yang substansinya disusun berdasarkan penjabaran konsep/penentuan indikator) yang dipergunakan untuk mengumpulkan data.

Pemilihan instrumen yang digunakan disesuaikan dengan jenis data yang ingin diperoleh, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan instrumen angket atau kuesioner untuk memperoleh data tentang faktor-faktor minat yang mempengaruhi minat berwirausaha *e-commerce* pada Mahasiswa Diploma Teknik Mesin DPTM FPTK UPI.

1.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik angket atau kuisisioner. Menurut Suharsaputra (2014, hlm. 95) “kuesioner merupakan instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan yang biasanya dimaksudkan untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan pendapat, aspirasi, persepsi, keinginan, keyakinan, dan lain-lain secara tertulis, dan apabila pernyataan dan jawaban dilakukan secara lisan disebut wawancara”. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 142) “kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup, karena dengan menggunakan angket tertutup responden hanya tinggal langsung memilih atau menjawab pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti sesuai dengan pendapatnya tujuannya agar dalam pengolahan data peneliti lebih mudah.

Keuntungan menggunakan angket tertutup dijelaskan oleh Sugiyono (2014, hlm. 200) menyatakan bahwa:

Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap

Wildan Fajar Taufiq, 2019

STUDI EKSPLORASI MINAT BERWIRSAUSAHA E-COMMERCE MAHASISWA DIPLOMA TEKNIK MESIN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

seluruh angket yang telah terkumpul. Pertanyaan/ Pernyataan dalam angket perlu dibuat kalimat positif dan negatif agar responden dalam memberikan jawaban setiap pertanyaan lebih serius, dan tidak mekanistik.

Kuesioner dibuat dengan pilihan jawaban yang disusun berdasarkan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010, hlm. 134) “Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang fenomena sosial”. Bentuk dalam instrumen angket ini dengan menggunakan checklist (√), dengan skor penilaian angket seperti dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3
Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Bobot Nilai	
		Positif (+)	Negatif (-)
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

1.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian

Suharsaputra (2014, hlm. 98) menyatakan bahwa “Instrumen merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang variasi karakteristik variabel secara objektif”. Maka dari itu, kualitas isi dari instrumen tersebut sangat penting untuk menghasilkan kualitas data-data yang baik. Kriteria instrumen penelitian yang baik adalah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

Pengujian instrumen penelitian bertujuan untuk menguji validitas instrument tersebut agar dapat memberikan gambaran atau hasil yang dapat dipercaya untuk memperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 267) menyatakan bahwa “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”.

Validitas konstruk pada instrumen diuji dengan cara *judgement*. Pemilihan uji validitas *judgement* dikarenakan populasi pada penelitian ini terbatas. Uji

validitas dengan cara *judgement* ini dilakukan dengan cara menyampaikan angket kepada penilai (*judger*) yang ahli pada bidangnya.

1.4.3 Definisi Konseptual

Berdasarkan definisi minat yang telah dijelaskan di BAB II dapat disimpulkan minat adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu atas dasar rasa senang yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan.

Suparman Sumahamijaya (Alma, 2009, hlm. 26) menulis “*Entrepreneur* dan fungsinya yang unik sebagai penanggung risiko, seperti yang dikemukakan oleh Richard Cantillon pada abad ke 18”. Kasali, dkk. (2010, hlm. 12) menegaskan bahwa “*Entrepreneur* adalah orang yang berusaha dengan keberanian dan kegigihan sehingga usahanya mengalami pertumbuhan.....”. Menurut Rosmiati dkk. (2015, hlm. 23) bahwa “Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (self employed) atau menjalankan usahanya sendiri”.

Berdasarkan pengertian diatas minat berwirausaha adalah ketertarikan seseorang terhadap bidang kewirausahaan yang bersedia untuk bekerja mandiri dan berani mengambil risiko yang akan terjadi.

1.4.4 Definisi Operasional

Minat berwirausaha yang dimaksud pada penelitian adalah minat berwirausaha di bidang keahliannya dengan memanfaatkan *e-commerce* pada Mahasiswa Diploma Teknik Mesin DPTM FPTK UPI, maka dapat diartikan minat berwirausaha *e-commerce* adalah ketertarikan seseorang terhadap bidang kewirausahaan yang bersedia untuk bekerja mandiri dan berani mengambil risiko yang akan terjadi dengan memanfaatkan *e-commerce* yang ditinjau dari indikator kesadaran, kemauan, perasaan tertarik, perasaan senang, percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan risiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan.

1.4.4.1 Indikator Minat Berwirausaha

Indikator yang dapat mengukur seseorang memiliki minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

a) Kesadaran

Kesadaran adalah keadaan dimana seseorang mengetahui atau mengerti dengan jelas apa yang ada dalam pikirannya. Terang tidaknya kesadaran terhadap suatu objek tidak tetap, ada kalanya kesadaran kita meningkat dan ada kalanya menurun. Pemusatan kesadaran pada suatu objek akan menimbulkan perhatian terhadap objek tersebut.

Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan mahasiswa akan semakin terbuka wawasannya tentang kewirausahaan. Menurut Anggraeni, dkk. (2015, hlm. 46) “seseorang yang telah memperoleh pelatihan, seminar, kursus kewirausahaan akan tertarik untuk berwirausaha”.

b) Kemauan

Kemauan adalah dorongan dari dalam secara sadar, berdasarkan pertimbangan pemikiran dan perasaan, serta seluruh pribadi seseorang yang menimbulkan kegiatan yang terarah pada tercapainya tujuan tertentu yang berhubungan dengan kebutuhan hidup pribadinya. Beberapa ciri-ciri kemauan sebagai berikut:

- a) Gejala kemauan merupakan dorongan dari dalam yang dimiliki oleh manusia, karena kemauan merupakan dorongan yang disadari dan dipertimbangkan.
- b) Gejala kemauan berhubungan erat dengan suatu tujuan. Kemauan mendorong timbulnya perhatian atau minat-minat tertentu, mendorong munculnya perilaku kearah tercapainya suatu tujuan tertentu. Maka gejala kemauan menghendaki adanya aktivitas pelaksanaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.
- c) Gejala kemauan sebagai pendorong timbulnya perilaku kemauan yang didasarkan atas berbagai pertimbangan pemikiran yang menentukan benar salahnya perilaku kemauan, maupun pertimbangan perasaan yang menentukan baik buruknya atau halus tidaknya perilaku kemauan.

- d) Pada gejala kemauan tidak hanya terdapat pertimbangan pemikiran dan perasaan saja, tetapi seluruh pribadi individu turut memberikan pertimbangan, pengaruh dan corak perilaku kemauan.
- e) Gejala kemauan didalamnya terkadang sifat aktif/giat, karena timbulnya dorongan kemauan tertentu sekaligus timbul tujuan apa yang akan dicapai dengan dorongan itu.

c) Perasaan Tertarik

Perasaan tertarik merupakan peristiwa kejiwaan paling awal yang kita alami ketika melihat atau menemukan sesuatu. Rasa tertarik adalah perasaan yang paling mendasar sebelum dapat menyukai sesuatu. Rasa tertarik mudah pudar apabila tidak diikuti oleh kemauan.

d) Perasaan Senang

Perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami yang menyatakan senang atau tidak senang terhadap hubungan dengan peristiwa tersebut yang bersifat subjektif. Rasa senang dan minat memiliki hubungan yang tegak lurus, biasanya orang yang menyenangi suatu hal akan berminat juga kepada suatu hal tersebut.

Menurut Walgito (dalam Maulana, 2017, hlm.16) bahwa perasaan dibagi menjadi tiga dimensi yaitu:

- a) Perasaan yang dialami oleh individu sebagai perasaan yang senang dan tidak senang.
- b) *Excited feeling* atau sebagai *innert feling* adalah perasaan yang dialami oleh individu disertai adanya perilaku perbuatan yang menampak.
- c) *Expectancy feeling* dan *release feeling*. *Expectancy feeling* adalah sesuatu perasaan dapat dialami oleh individu sebagai sesuatu yang belum nyata, sesuatu yang masih dalam pengharapan. *Release feeling* perasaan dapat dialami oleh individu karena sesuatu itu telah nyata.

e) Percaya Diri

Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan kritis.

Percaya diri menurut Kreitner dan Kinicki (dalam Indah, 2013, hlm. 123) adalah keyakinan seseorang mengenai peluang untuk berhasil

mencapai tugas tertentu, yang mana seorang siswa harus mempunyai keyakinan diri yang tinggi untuk dapat mencapai kariernya nanti.

f) Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Berorientasi pada tugas dan hasil akan muncul dalam bisnis jika kita berusaha menyingkirkan prestise (Alma, 2009, hlm. 54). Kita akan mampu bekerja keras, enerjik, tanpa malu dilihat teman, asal yang kita kerjakan itu pekerjaan halal. Seseorang yang memiliki pandangan pada tugas dan hasil yang tinggi akan selalu mengutamakan prestasi yang harus dicapai.

Geoffrey G. Meredith (dalam Walipah, 2016, hlm. 139) mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan yaitu Berorientasi pada tugas dan hasil yaitu: (1)Memenuhi kebutuhan akan prestasi, (2)Orientasi pekerjaan berupa laba, tekun dan tabah, tekad kerja keras, (3)Berinisiatif.

g) Pengambilan Risiko

Darmaningtyas (dalam Indah, 2013, hlm. 123) menyatakan adanya kecenderungan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin besar keinginan mendapat pekerjaan yang aman, sehingga mereka tidak berani mengambil pekerjaan beresiko seperti berwirausaha.

Menurut Hendro (2011, hlm. 258) “Risiko adalah keadaan yang bias bersifat ketidakpastian dan bisa juga bersifat kepastian yang dapat dikalkulasi secara kuantitatif”. Contoh resiko seperti kerugian akibat hilangnya barang, dampak penurunan pendapatan karena penurunan penjualan. Semua risiko harus dihadapi dengan penuh perhitungan dari segala macam segi, maka berjuanglah terus dengan tidak lupa berlindung kepada-Nya.

Keinginian seorang *entrepreneur* untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil didorong oleh keberanian orang tersebut untuk menghadapi risiko dan didukung oleh komitmen yang kuat. Oktarilis (dalam Pratiwi, 2016, hlm. 5222) menyatakan bahwa “kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utama dalam berwirausaha”.

Adeline (2011), Mahesa dan Rahardjo (2012), dan Srimulyani (2014) (dalam Pratiwi, 2016) menemukan bahwa faktor toleransi terhadap risiko

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha seseorang. *Entrepreneur* yang tidak berani mengambil risiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Srimulyani (dalam Pratiwi, 2016) seorang pewirausaha yang berani menanggung risiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik.

h) Kepemimpinan

Kepemimpinan mengandung 4 faktor kemampuan utama seperti yang dikemukakan Hendro (2011, hlm. 179)

- a. Kemampuan memotivasi dan menjadi contoh bagi yang lain.
- b. Kemampuan memimpin, mempengaruhi, mendistribusikan kekuasaan, dan memberdayakan anggotanya.
- c. Membangun tim dan kerja sama kelompoknya.
- d. Kemampuan berkomunikasi dan bernegosiasi untuk mengatasi konflik.

Pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dari bawahan, ia harus bersifat responsif. Semakin tinggi kemampuan kepemimpinan seseorang maka semakin baik kemampuan untuk mengelola usaha dan hubungan dengan para karyawannya.

i) Keorisinilan

Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari komponen-komponen yang sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru. Bobot kreativitas orisinnil suatu produk akan tampak sejauh manakah ia berbeda dari apa yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Kasali, dkk (dalam Novitasyari, 2017, hlm. 90) bahwa untuk menjadi seorang wirausaha harus memiliki kreativitas yang tinggi, karena kreativitas tinggi merupakan salah satu modal penting untuk memulai berwirausaha. Hambatan dalam berpikir yang dapat menghambat sebuah usaha adalah ketidaktahuan dan keengganan dalam menggali dan memahami keunikan diri sendiri, serta ketidakmampuan dalam mengatasi hambatan berkreasi. Akibatnya, mereka memilih hidup yang biasa-biasa saja dan datar. Memfokuskan diri pada hal-hal yang mendukung serta mengabaikan semua yang tidak mendukung, ide kreatif tersebut akan dapat berkembang dan mampu menghasilkan nilai daya saing berbisnis.

j) Berorientasi ke Masa Depan

Seorang wirausaha haruslah perspektif, mempunyai visi ke depan, apa yang hendak ia lakukan, apa yang ingin ia capai. Memiliki pandangan yang jauh ke masa depan akan menimbulkan usaha untuk berkarsa dan berkarya. Kuncinya adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada saat ini.

Pandangan yang jauh ke depan membuat pewirausaha tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada saat ini. Oleh sebab itu ia selalu mempersiapkannya dengan mencari peluang. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan, seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar memperjelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

Semakin tinggi pandangan ke masa depan akan membuat pewirausaha lebih mudah dalam menghadapi permasalahan-permasalahan dalam berwirausaha.

1.4.4.2 Hubungan Minat Berwirausaha *E-Commerce* dengan Pekerjaan Orang Tua

Slameto (2010) menyatakan anak-anak dalam belajar perlu dorongan dan pengertian dari orang tua. Anak meminta dorongan, pengertian dan dukungan orang tua dalam hal-hal mengenai pilihan sekolah, pekerjaan, dan juga banyak unsur positif. Dukungan orang tua baik moril maupun materil bagi anaknya akan memberikan dorongan dan keleluasaan untuk berani berwirausaha.

Tong, dkk. (dalam Yuhendri L.V., 2015) menjelaskan mahasiswa yang berasal dari keluarga wirausahawan adalah faktor penting untuk mulai berwirausaha di masa yang akan datang. Wang, dkk. (dalam Yuhendri L.V., 2015) menyatakan anak dengan latar belakang keluarga wirausahawan berpeluang lebih tinggi untuk menjadi wirausahawan.

Menurut Sumarni (dalam Indah, 2013, hlm. 123) bahwa kondisi orang tua sebagai keadaan yang ada dalam lingkungan keluarga dapat menjadi figur bagi pemilihan karier anak juga sekaligus dapat dijadikan sebagai

pembimbing untuk menumbuh kembangkan minatnya terhadap suatu pekerjaan. Menurut Khairani (dalam Anggraeni, 2015, hlm. 46) menjelaskan lingkungan keluarga merupakan pendidikan utama yang pertama kali diterima oleh seorang anak, karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan sehingga menjadi lingkungan utama dalam mendapatkan pendidikan.

1.5 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan gambaran alur kerja peneliti untuk mendapatkan hasil data sesuai tujuan penelitian ini. Adapun prosedur penelitian sebagai berikut:

1.5.1 Menyusun Instrumen

Penulis menyusun instrumen guna membantu peneliti dalam memperoleh data untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Penyusunan instrumen berdasarkan dengan tujuan dan rumusan masalah yang diteliti.

1.5.2 Pengujian Instrumen

Instrumen yang telah disusun oleh peneliti akan di *judgement* ahli terlebih dahulu dan dianalisis agar diperoleh instrumen yang layak untuk digunakan. Instrumen akan di *judgement* oleh dosen ahli dalam bidang psikologi yang dalam hal ini adalah tentang minat. Instrumen kuesioner digunakan untuk mengetahui gambaran minat berwirausaha pada Mahasiswa Diploma Teknik Mesin DPTM FPTK UPI.

1.5.3 Pelaksanaan Penelitian

Penulis melaksanakan penelitian dengan cara membagikan instrumen kuesioner kepada responden yaitu Mahasiswa Diploma Teknik Mesin konsentrasi otomotif dan produksi & perancangan sesuai dengan jumlah populasi yang ada.

1.5.4 Analisis Data

Peneliti mengumpulkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kemudian peneliti menyajikan data pada variabel yang diteliti, selanjutnya melakukan pengolahan data hasil penelitian guna menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menjawab pertanyaan pada penelitian.

1.5.5 Temuan dan Pembahasan Hasil Penelitian

Temuan dari hasil penelitian akan dipaparkan kemudian dibahas secara rinci berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan.

1.5.6 Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi

Penulis akan menyimpulkan hasil dari pembahasan dan temuan penelitian, kemudian memberikan rekomendasi dan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait.

1.6 Teknik Analisis Data

Siregar, dkk. (2012, hlm. 82) mengemukakan “Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan”. Teknik analisis data yang sering digunakan adalah dengan statistik, dengan statistik kita dapat menyederhanakan data penelitian yang banyak menjadi informasi singkat yang mudah dipahami.

Data akan disajikan dalam bentuk table agar lebih mudah dibaca. Perhitungan analisis data menggunakan persentase. Persentase data digunakan untuk melihat perbandingan besar kecilnya jumlah jawaban yang diberikan responden, karena hasil dari frekuensi jawaban responden untuk setiap item tidak akan sama. Perhitungan statistik akan dilakukan menggunakan bantuan *software Microsoft Excel*.

Analisis dilakukan dengan tujuan mencari persentase tingkat minat berwirausaha *e-commerce* pada Mahasiswa Diploma Teknik Mesin berdasarkan indikator minat berwirausaha meliputi kesadaran, kemauan, perasaan tertarik, perasaan senang, percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan risiko, kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan.

Rumus persentase yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{f_o}{n} \times 100\% \quad (\text{Riduwan, 2014, hlm. 73})$$

Keterangan:

P = Persentase jawaban

f_o = Jumlah skor yang muncul

n = Jumlah skor total/skor ideal/responden

100% = Bilangan mutlak

Skor ideal seluruh indikator menggunakan rumus:

$$n = x_s \times \Sigma p \times \Sigma s$$

Keterangan:

n = Skor ideal

x_s = Skala likert maksimal (5)

Σp = Jumlah pernyataan (40 pernyataan)

Σs = Jumlah sampel (89 sampel)

Skor ideal per indikator menggunakan rumus:

$$n = x_s \times \Sigma p \times \Sigma s$$

Keterangan:

n = Skor ideal

x_s = Skala likert maksimal (5)

Σp = Jumlah pernyataan (4 pernyataan)

Σs = Jumlah sampel (89 sampel)

Rata-rata skor untuk mencari hubungan menggunakan rumus:

$$\mu = \frac{\Sigma x_i}{n}$$

Keterangan:

μ = rata-rata skor

Σx_i = Jumlah skor

n = Jumlah frekuensi

Penafsiran persentase pada table 3.4 digunakan untuk menafsirkan hasil yang diperoleh dalam perhitungan minat berwirausaha *e-commerce* Mahasiswa Diploma Teknik Mesin.

Tabel 3. 4
Penafsiran Persentase Hasil Data

No	Persentase (%)	Penafsiran
1	100%	Seluruhnya
2	76% - 99%	Sebagian Besar
3	51% - 75%	Lebih dari Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	26% - 49%	Kurang dari Setengahnya
6	1% - 25%	Sebagian Kecil
7	0%	Tidak Seoranganpun

(Sumber: Effendi, S. & Tukiran, 2012, hlm. 304)

Penafsiran untuk skor pada masing-masing indikator yang didapatkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

No	Persentase Batas Interval	Kategori Penilaian
1	0-20%	Sangat Rendah
2	21-40%	Rendah
3	41-60%	Sedang
4	61-80%	Tinggi
5	81-100%	Sangat Tinggi

(Sumber: Kamelta, 2013, hlm. 144)