

BAB III

METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

3.1.1 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Alat ukur
X (Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing)	Kredibilitas Pelatih	<ul style="list-style-type: none">• <i>Coach</i> dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing menguasai materi pelatihan dengan baik• <i>Coach</i> dalam kegiatan pelatihan bisnis IM, berpengalaman dalam menyampaikan materi pelatihan.• <i>Coach</i> dalam kegiatan bisnis IM memiliki pengetahuan yang luas mengenai materi yang disampaikan• <i>Coach</i> dalam kegiatan pelatihan jujur dalam menyampaikan materi pelatihan (sebagai contoh ketika <i>coach</i> menyampaikan materi pelatihan selalu disertai dengan bukti dan kenyataan yang ada dilapangan)• Dalam menyampaikan materi, <i>coach</i> menunjukkan keramahan pada peserta• <i>Coach</i> dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing tampak siap dan meyakinkan dalam menyampaikan materi• Ahli dalam bidangnya
	Materi pelatihan	<ul style="list-style-type: none">• Materi pelatihan bisnis internet marketing sudah disampaikan jelas oleh <i>coach</i>• Bahasa yang digunakan oleh <i>coach</i> pelatihan mudah dimengerti oleh peserta• Materi yang disampaikan <i>coach</i> sudah sesuai dengan kewirausahaan di media online• Materi pelatihan bisnis marketing internet sudah disampaikan secara menarik oleh <i>coach</i>

Variabel	Indikator	Alat ukur
		<ul style="list-style-type: none"> Materi yang disampaikan <i>coach</i> berguna bagi peserta dalam berwirausaha
	Metode pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> Metode yang sering banyak waktunya paling lama digunakan <i>coach</i> dalam pelaksanaan kegiatan. Metode yang paling sering digunakan <i>coach</i> dalam pelaksanaan kegiatan. Metode yang mampu membantu dalam memahami materi. Metode yang sesuai dengan kebutuhan para peserta.
	Fasilitas Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> Tempat pelatihan yang digunakan sudah memadai Sirkulasi udara dalam ruangan pelatihan sudah yang memadai Penerangan dalam ruangan pelatihan sudah memadai Pengaturan tempat duduk peserta dalam ruangan pelatihan sudah sesuai
	Penggunaan Media	<ul style="list-style-type: none"> media mana yang lebih sering membantu peserta pelatihan dalam atau untuk memahami materi. media mana yang dapat menarik perhatian untuk memperhatikan apa yang disampaikan instruktur. media mana yang dapat memberikan pemahaman dan mengingat materi dengan mudah alat peraga mana yang paling sering digunakan instruktur dalam pelaksanaan kegiatan media mana yang sesuai dengan materi yang disampaikan oleh instruktur
Y (Motivasi Peserta berwirausaha)	Kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> Mebutuhkan pemasukan tambahan Kebutuhan gaya hidup Kebutuhan penghargaan diri
	Dorongan	<ul style="list-style-type: none"> Niat/ tekad untuk berwirausaha
	Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> Untuk menjadi wirausaha yang sukses Untuk dapat menciptakan dan mengelola bisnis dengan baik Untuk menjadi pribadi mandiri finansial

3.1.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan peneliti yaitu dengan cara pengodean (*coding*) dan pembeberan (tabulasi). Teknik pengodean (Tukiran, Handayani, Hagul; dalam Ardianto, 2011: 202) yaitu semua data dari kuesioner dipindahkan ke lembaran kode atau kartu tabulasi. Sedangkan tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data, yaitu memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya (Ardianto, 2011: 206).

Menurut Ronny Kountur (2009: 210) analisis data korelasi memiliki beberapa teknik statistik sesuai dengan skala data yang digunakan. Data yang berskala nominal dapat menggunakan teknik statistik *chi-square*, data yang berskala ordinal menggunakan *Spearman's rank*, sedangkan data yang berskala interval atau rasio dapat menggunakan *Pearson product moment correlation* atau *linear regression*. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik korelasi *Rank Order (Rank Spearman)* karena data yang digunakan berskala ordinal. Rumus korelasi *Rank Order (Rank Spearman)* (Bungin, 2005: 197) yang dikembangkan oleh Charles Spearman ini, dipergunakan untuk mencari koefisiensi korelasi antara dua data berskala ordinal.

Langkah kerjanya sebagai berikut:

a. Rumus Korelasi Rank Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

r_s = koefisien korelasi *Rank Order (Rank Spearman)*

1 = bilangan konstan

6 = bilangan konstan

d = perbedaan antara pasangan jenjang, yaitu $R_x - R_y$; dimana R adalah ranking nilai

Σ = sigma atau jumlah

n = jumlah individu dalam sampel

b. Interpretasi:

Makin mendekati nilai -1 atau +1 hubungannya makin kuat.

Tanda (+) menyatakan hubungan berbanding lurus, misalnya jika A naik maka B naik, atau sebaliknya.

Tanda (-) menyatakan hubungan berbanding terbalik, misalnya jika A naik maka B turun, atau sebaliknya.

Untuk mengetahui seberapa kuat atau lemah suatu hubungan yang terjadi, Guilford (1956: 145; dalam Rakhmat, 2012: 29) secara kasar sebagai berikut:

Kurang dari (-) atau (+) 0,20 hubungan rendah sekali; lemah sekali

(-) atau (+) 0,20 – 0,40 hubungan rendah tetapi pasti

(-) atau (+) 0,40 – 0,70 hubungan yang cukup berarti

(-) atau (+) 0,70 – 0,90 hubungan yang tinggi; kuat

Lebih dari (-) atau (+) 0,90 hubungan sangat tinggi; kuat sekali, dapat diandalkan

Setelah didapat r_s , lakukan uji hipotesis (Sudjana, 1989: 379-380).

$H_0 : \rho = 0$, tidak ada hubungan

$H_1 : \rho \neq 0$, ada hubungan

Untuk mengujinya, menggunakan statistik uji t. Rumus statistik uji t:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

n = jumlah individu dalam sampel

r = nilai koefisien korelasi *Rank Spearman*

Kriteria uji tolak H_0 jika $t > t_\alpha$ atau $t < -t_\alpha$, di mana t_α adalah taraf signifikansi. Dalam penelitian sosial, kelaziman menggunakan taraf signifikansi adalah sekitar 1% hingga 5% (Bungin, 2013: 209). Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05

c . Uji Hipotesis

Setelah didapat r_s , kemudian lakukan uji hipotesis untuk mengetahui apakah H_0 diterima atau ditolak. Untuk mengujinya menggunakan statistik uji t (Sudjana, 1989: 379-380). Rumus statistik uji t :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

n = jumlah individu dalam sampel

r = nilai koefisien korelasi *Rank Spearman*

Kriteria uji tolak H_0 jika $t > t_\alpha$ atau $t < -t_\alpha$, di mana t_α adalah nilai kritis t yang sesuai taraf signifikansi pada tabel distribusi t (t_{tabel}). Dalam penelitian sosial, kelaziman menggunakan taraf signifikansi adalah sekitar 1% hingga 5% (Bungin, 2013: 209). Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05.

3.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.1.3.1. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. “Validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu” (Ardianto, 2011: 188). Validitas memiliki beberapa jenis (Ardianto, 2011), yaitu:

(1) validitas konstruk, (2) validitas isi, (3) validitas eksternal, (4) validitas prediktif, (5) validitas budaya, dan (6) validitas rupa.

Dalam penelitian ini digunakan validitas konstruk, yaitu mencari kerangka konsep dengan berbagai cara, diantaranya (a) mencari definisi konsep yang dikemukakan para ahli yang tertulis di dalam literatur; (b) jika dalam literatur tidak dapat diperoleh definisi konsep yang ingin diukur, peneliti harus mendefinisikan sendiri konsep tersebut; (c) menanyakan definisi konsep yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden (Ardianto, 2011: 188).

Untuk menguji validitas, ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba skala pengukuran tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara tiap-tiap pernyataan dan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment* (Ancok; dalam Ardianto, 2011: 189).

Untuk melakukan analisis validitas dapat digunakan metode *Person Product Moment* (bila sampel normal, >30) ataupun metode *Spearman Rank Correlations* (bila sampel kecil, <30) (Darmawan, 2013:180). Karena dalam penelitian ini sampel berjumlah 32 artinya >30, maka menggunakan metode *Pearson Product Moment*.

Rumus korelasi *Product Moment* (Bungin, 2013: 237):

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment*
 N = jumlah individu dalam sampel penelitian
 X = skor item
 Y = skor total

Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritis Tabel korelasi $-r$. Cara melihat angka kritis adalah dengan melihat baris $N-2$. Misalnya responden berjumlah 10 orang, maka jalur yang dilihat adalah baris $10-2 = 8$. Untuk taraf signifikansi 5% angka kritisnya adalah 0,632. Jika angka korelasi berada di atas angka kritis, artinya item tersebut valid. Sebaliknya jika angka korelasi berada di bawah angka kritis, artinya item tersebut tidak valid dan tidak dapat digunakan (Ancok, 2008: 139). Hasil Uji Validitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel. 3.2
Hasil Uji Validitas Pada Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing (X)

Variabel	Aspek	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing (X)	Kredibilitas Pelatihan	8	0,487	0,3494	Valid
		9	0,381	0,3494	Valid
		10	0,394	0,3494	Valid
		11	0,429	0,3494	Valid
		12	0,464	0,3494	Valid
		13	0,468	0,3494	Valid
		14	0,478	0,3494	Valid
	Materi Pelatihan	15	0,451	0,3494	Valid
		16	0,369	0,3494	Valid
		17	0,388	0,3494	Valid
		18	0,499	0,3494	Valid
		19	0,457	0,3494	Valid
	Metode Pelatihan	20	0,489	0,3494	Valid
		21	0,354	0,3494	Valid
		22	0,368	0,3494	Valid
23		0,408	0,3494	Valid	

Variabel	Aspek	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
	Fasilitas Pelatihan	24	0.477	0,3494	Valid
		25	0.534	0,3494	Valid
		26	0.370	0,3494	Valid
		27	0.432	0,3494	Valid
	Media Pelatihan	28	0.388	0,3494	Valid
		29	0.589	0,3494	Valid
		30	0.459	0,3494	Valid
		31	0.567	0,3494	Valid
		32	0.439	0,3494	Valid

Tabel. 3.3
Hasil Uji Validitas Pada Motivasi Peserta Berwirausaha (Y)

Variabel	Aspek	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Motivasi Peserta Berwirausaha (Y)	Kebutuhan	33	0.551	0,3494	Valid
		34	0.492	0,3494	Valid
		35	0.462	0,3494	Valid
	Dorongan	36	0.392	0,3494	Valid
		37	0.387	0,3494	Valid
	Tujuan	38	0.428	0,3494	Valid
		39	0.379	0,3494	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 dan 3.3 dan dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan dalam angket sebagai alat ukur pada variabel X dan Y adalah Valid. Hal ini berarti bahwa seluruh pertanyaan dalam angket dapat digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel X dan Y. Validitas seluruh indikator ditunjukkan oleh hasil analisis korelasi dengan menggunakan korelasi *Product Moment* untuk masing-masing item terhadap total item, semuanya menunjukkan angka diatas 0,3494 .

3.1.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dipercaya, stabil (tidak berubah-ubah), konsisten (ajeg), dan dependabilitas (dapat diandalkan) (Rakhmat, 2012: 17). Menurut Ardianto (2011), reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk

menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's alpha* dengan bantuan komputer, yaitu program SPSS versi 17.0. *Cronbach's alpha* merupakan teknik pengujian reliabilitas suatu tes atau angket yang paling sering digunakan oleh karena dapat digunakan pada tes-tes atau angket-angket yang jawaban atau tanggapannya berupa pilihan. Pilihannya dapat terdiri dari dua pilihan atau lebih dari dua pilihan (Kountur, 2009: 158). *Cronbach's alpha* diperoleh melalui rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{item}^2}{\sigma_{total}^2} \right)$$

Keterangan:

α = *cronbach's alpha*

N = banyaknya pertanyaan

σ_{item}^2 = varians dari pertanyaan

σ_{total}^2 = varians dari skor

Hasil perhitungan uji reliabilitas ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritis. Jika koefisien yang didapat >0.60, maka instrumen penelitian tersebut reliabel (Darmawan, 2013: 180).

Tabel 3.4
Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Variabel X
(Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	25

Nilai Cronbach's Alpha untuk mengetahui kelayakan kuesioner jika dilakukan penelitian yang sama di tempat yang lain (hanya pertanyaan yang valid).

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.720 artinya kuesioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 72% dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.720 maka reliabilitas cukup.

Tabel 3.5
Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Variabel Variabel Y
(Motivasi Peserta Berwirausaha)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	7

Nilai Cronbach's Alpha untuk mengetahui kelayakan kuesioner jika dilakukan penelitian yang sama di tempat yang lain (hanya pernyataan yang valid).

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.811 artinya kuesioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 81.1% dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.881 maka reliabilitas bagus.

3.2 Prana Persada Bandung

3.2.1 Profil Prana Persada

Prana Persada adalah sebuah lembaga pelatihan yang berdiri sejak tahun 2012 yang berfokus pada pengembangan softskill. Prana Persada adalah lembaga

training yang bergerak pada bidang softskill dan peningkatan sumber daya manusia. Membentuk generasi muda yang tangguh, memiliki kemandirian secara mental, spritual dan finansial. Prana persada adalah sebuah lembaga training yang bergerak pada pengembangan kualitas SDM di bidang *softskill* dan *Life Skill Education*.

Kami telah dan akan terus memberikan kemanfaatan ke seluruh pelosok negeri indonesia ini dengan bekerjasama mengadakan pelatihan dan bimbingan secara intensif agar semakin banyak generasi muda indonesia yang berkualitas dan unggul. Dengan mengedepankan konsep 3M yaitu MANDIRI MENTAL, MANDIRI SPIRITUAL dan MANDIRI FINANSIAL kami hadir sebagai solusi yang tepat untuk pengembangan kualitas SDM khususnya generasi muda bangsa Indonesia ini. Agar kita tidak sekedar hidup dan tidak hidup sekedarnya.

Sukses dalam bidang akademik tentunya ini adalah dambaan setiap pelajar. Bahkan bukan hanya pelajar saja yang mengharapkan sukses dalam akademik ini. Seorang guru bahkan kepala sekolah juga tentunya sangat mendambakan memiliki peserta didik yang cerdas, tangkas dan akhirnya sukses membanggakan.

Namun sayangnya untuk meraih sebuah prestasi yang membanggakan amatlah sulit dan harus berusaha sekeras mungkin untuk mengapai semua prestasi yang di dambakan. Lalu mengapa? setiap siswa mempunyai waktu yang sama 24 jam, mata pelajaran yang sama namun prestasi berbeda bahkan ada yang sampai luarbiasa, mereka yang luarbiasa kemungkinan besar telah mengerti bagaimana

memenej diri, membangkitkan motivasi dan memiliki strategi bagaimana untuk meraih prestasi yang telah di telah di targetkannya.

Prana persada dikelola oleh SDM yang kompeten di bidangnya. Soft skill adalah kemampuan yang mesti dimiliki setiap manusia agar mampu menjadi manusia siap guna. Menyiapkan manusia yang memiliki kemampuan softskill tinggi untuk menjawab tantangan global. Selain itu Prana Persada didukung oleh para *coach* yang kompeten di bidang softskill, dan fasilitas teknologi serta sarana prasana penunjang kegiatan.

3.2.2. Visi dan misi Prana Persada

- Visi

Membangun SDM yang memiliki kemandirian mental, financial dan spritual.

- Misi

Menciptakan 1000 entrepreneur muda sukses bagi seluas-luasnya lapangan pekerjaan.”

3.2.3 Logo Prana Persada Bandung



Gambar 3.1
Logo Prana Persada

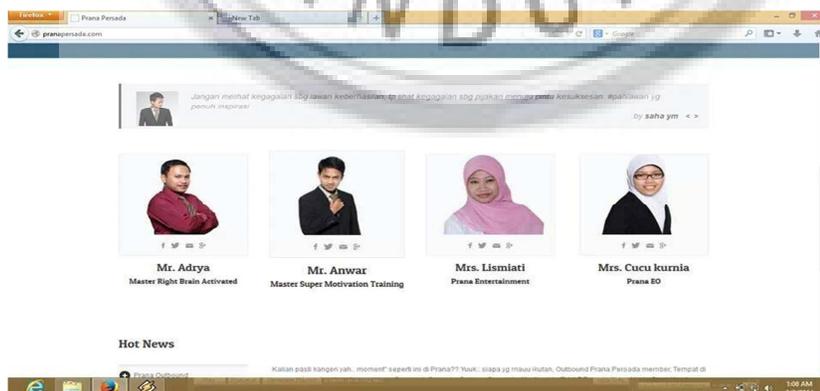
Keterangan logo Prana Persada Bandung

- Bunga anggrek bermakna ke abadian dan regenerasi
- 3 kelopak dalam, melambangkan 3 potensi manusia
- 3 kelopak berwarna biru, melambangkan jasmani, akal dan ruhani
- 3 Kelopak di luar berwarna berwarna biru, melambangkan tiga pencapaian financial, menta, dan spritual.
- Warna kuning, artinya glory (kejayaan)

3.2.4 Alamat Prana Persada

- Jl. Rancabolang Kav.R4 Ruko Persada Asri III Margahayu Bandung , Jawa Barat –Indonesia. Telp. (022) 8888 2094 Hp. 081 320 31 5560.
- email : prana_persada@yahoo.com., twitter : @pranapersada., facebook : Prana Persada Official.

3.2.5 Tim Manajemen Prana Persada



Gambar 3.2
Tim Manajemen Prana Persada

- Keterangan:** (1) Mr. Adrya : Master Right Brain Activated
 (2) Mr. Anwar : Master Super Motivation Training
 (3) Mrs. Lismiati : Prana Enterinment
 (4) Cucu Kurnia : Prana EO

3.2.5 Our Coaching Program dan Pendaftaran

1. SMART
2. BRAIN ACTIVATION
3. COMUNIACATION SKILL
4. MARKETING SKILL
5. ENTREPRENEUR SKILL
6. ENTERTAINMENT
7. HYPNOSIS
8. MOTIVATION
9. DREAMS BOOK
10. OUT BOND
11. LEADERSHIP
12. MANAGEMENT SKILL
13. PUBLIC SPEAKING
14. EO
15. MC
16. NEGOSIATION SKILL
17. TRAINING FOR TRAINER
18. Internet marketing
19. dll
20. NTRA PERSONAL SKILL

3.2.5.1 Pendaftaran

Waktu Pendaftaran	Aktivitas	Keterangan
Setiap bulan/angkatan	Interview <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi 2. Orientasi 3. Komitmen 4. Pengisian formulir 	Pendaftaran Rp. 50.000,- Spp : RP. 200.000,-/bulan Persyaratan: 1. pelajar, mahasiswa, dan umum 2. Mengisi Formulir 3. Pas foto ukuran 3x4

3.3. Pelatihan Internet Marketing Prana Persada

Pelatihan motivasi dan bisnis di prana university selalu di adakan setiap hari sabtu dan minggu yang biasa di hadiri oleh banyak peserta terutama dari kalangan mahasiswa di sekitaran kantor prana persada di area bandung. Pelatihan motivasi dan bisnis merupakan kebutuhan mendasar untuk membangkitkan semangat hidup sukses dan sekaligus akan menjadi panduan anda bagaimana cara menjadi manusia yang mandiri secara mental, mandiri secara finansial dan mandiri secara spiritual.

Prana University kita akan di latih bagaimana memiliki skill dan semangat untuk menjadi manusia yang siap guna, yang memiliki kemandirian sejati sehingga kesuksesan akan tepat berada di tangan kita bukan sekedar di depan saja. Pelatihan motivasi atau seminar motivasi dan pelatihan bisnis di sajikan dalam bentuk *coaching* setiap minggunya untuk menjadikan kita menjadi manusia yang siap berkopentisi dengan manusia lainnya di masyarakat umum.