

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Digital Entrepreneurship Intention*

2.1.1.1 Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Konsep kewirausahaan atau *entrepreneurship* pertama kali diperkenalkan oleh seorang ekonom Prancis bernama Richard Cantillon pada awal abad ke-18. Menurut Cantillon, kewirausahaan adalah peran seorang agen yang membeli alat-alat produksi dengan harga tertentu untuk kemudian mengombinasikannya. Iek et al. (2016:11) menyatakan bahwa kewirausahaan melibatkan sikap dan upaya untuk menciptakan atau mengembangkan produk secara kreatif, inovatif, dan terstruktur, termasuk keberanian mengambil risiko, kemampuan mengelola usaha secara mandiri, serta upaya pengembangan bisnis yang didukung oleh mental yang kuat, komunikasi yang efektif, pengetahuan yang memadai, dan hubungan interpersonal yang baik.

Menurut Suherman (2008:12), kewirausahaan adalah upaya penciptaan nilai melalui identifikasi peluang bisnis, manajemen risiko yang tepat, keterampilan komunikasi, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Alma (2011:24) menjelaskan bahwa seorang wirausaha adalah individu yang mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi. Proses kewirausahaan mencakup semua kegiatan, fungsi, dan tindakan yang bertujuan untuk membentuk sebuah organisasi dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Kewirausahaan memberikan berbagai manfaat baik bagi individu maupun masyarakat secara umum. Menurut Arisena (2017), beberapa manfaat dari kewirausahaan adalah:

- 1) Menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan baru.
- 2) Berperan sebagai pendorong pembangunan di lingkungan sekitar.
- 3) Mendorong inovasi dan pengembangan ekonomi.
- 4) Meningkatkan standar hidup masyarakat.

- 5) Menjadi teladan sebagai individu yang unggul, jujur, berani, dan tidak merugikan orang lain.
- 6) Mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku.
- 7) Membimbing karyawan menjadi individu yang mandiri, disiplin, jujur, dan gigih.
- 8) Menjaga keselarasan lingkungan, baik dalam hubungan sosial maupun dalam kepemimpinan.

2.1.1.2 Pengertian Intensi Berwirausaha (*Entrepreneurship Intention*)

Intensi dapat diartikan sebagai keyakinan dan tekad seseorang untuk melakukan suatu tindakan, baik secara disengaja maupun tidak (Ajzen, 2020). Intensi berwirausaha, menurut Hasanah & Setiaji (2019), adalah keinginan atau niat seseorang untuk menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan orang lain, dengan keberanian menghadapi risiko, memanfaatkan peluang yang ada, serta mengelola sumber daya dengan cara yang kreatif dan mandiri. Hal ini sejalan dengan Kadiyono (2017), yang menyebutkan bahwa intensi berwirausaha adalah keinginan seseorang yang didasari oleh kemandirian, kreativitas, serta keberanian untuk membangun usaha yang dapat membuka lapangan kerja bagi diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Vernia (2018), intensi kewirausahaan merujuk pada keinginan atau niat individu untuk memulai usaha secara mandiri dengan kesungguhan hati. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha adalah keinginan atau niat seseorang untuk memanfaatkan peluang dan berani mengambil risiko, dengan tujuan menciptakan pekerjaan bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain.

2.1.1.3 Pengertian Kewirausahaan Digital (*Digital Entrepreneurship*)

Istilah kewirausahaan digital, atau sering disebut juga *digipreneurship*, sering dikaitkan dengan konsep seperti "kewirausahaan berbasis digital," "ekonomi digital," "industri kreatif," dan "*start-up*." Fenomena kewirausahaan digital muncul sebagai dampak dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Musnaini et al., 2020:3). Menurut Sartono (2021), kewirausahaan digital melibatkan proses membangun bisnis melalui media internet, termasuk penjualan produk dan layanan

secara *online*, sehingga memungkinkan terciptanya investasi tanpa memerlukan ruang fisik. Secara umum, kewirausahaan digital adalah konsep yang menggambarkan bagaimana perubahan teknologi dapat mengubah cara berbisnis dan berdampak pada perkembangan kewirausahaan serta masyarakat secara luas.

Giones & Brem (2017) mendefinisikan kewirausahaan digital sebagai peluang bisnis yang muncul dan berkembang melalui pemanfaatan platform teknologi digital serta berbagai media komunikasi informasi lainnya. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan digital adalah konsep penciptaan usaha atau bisnis yang menggunakan teknologi digital, termasuk media komunikasi dan layanan *online*, untuk mengembangkan serta menjalankan aktivitas bisnis.

2.1.1.4 Pengertian Intensi Berwirausaha Digital (*Digital entrepreneurship Intention*)

Berdasarkan berbagai definisi tentang intensi berwirausaha dan kewirausahaan digital, dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha digital adalah keinginan, niat, serta kesiapan individu untuk memenuhi kebutuhan hidup dan menciptakan lapangan kerja bagi orang lain melalui pendirian usaha atau bisnis yang berbasis digital. Dalam hal ini, produk, distribusi, dan operasional bisnis dijalankan dengan menggunakan teknologi digital (Mutiah, 2022). Niat atau intensi seseorang dalam kewirausahaan digital mendorong wirausahawan untuk terus memanfaatkan peluang melalui penggunaan media digital dan teknologi informasi.

2.1.1.5 Indikator Intensi Berwirausaha

Menurut Sukmaningrum & Rahardjo (2017), indikator intensi berwirausaha adalah sebagai berikut:

- 1) Senang berwirausaha
- 2) Kesiapan untuk berwirausaha
- 3) Pertimbangan yang matang untuk berwirausaha
- 4) Memutuskan untuk berwirausaha.

2.1.2 Literasi Ekonomi

2.1.2.1 Definisi Literasi Ekonomi

Istilah "Literasi" berasal dari kata "*Literacy*" dalam bahasa Inggris dan "Littera" dalam bahasa Latin. Kata ini mengacu pada kemampuan seseorang dalam memahami tulisan serta hal-hal yang berkaitan dengannya. Secara umum, literasi mencakup kemampuan membaca, menulis, serta semua aspek yang berkaitan dengan pendidikan, pembelajaran, dan pengetahuan. Literasi memiliki peran penting dalam kehidupan, karena dengan adanya literasi, suatu bangsa akan lebih mudah bertahan dan berkembang (Sina, Peter Garlans, 2012).

Istilah "Ekonomi" berasal dari dua kata Yunani, yaitu *Oikos* yang berarti rumah tangga, dan *Nomos* yang berarti hukum atau aturan. Menurut Mankiw (2006), ilmu ekonomi adalah disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memperoleh dan mengelola sumber daya yang terbatas. Pengertian ini merujuk pada cara manusia memenuhi kebutuhan hidupnya dengan mengelola sumber daya yang jumlahnya terbatas atau langka.

Berdasarkan pengertian literasi dan ekonomi di atas, literasi ekonomi dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menerapkan konsep dasar ilmu ekonomi dengan berpikir kritis saat membuat keputusan keuangan. Literasi ekonomi memungkinkan seseorang untuk mengelola sumber daya dengan bijak, sehingga dapat mencapai kesejahteraan. Selain itu, literasi ekonomi berperan penting dalam meningkatkan kesadaran individu untuk mempertimbangkan manfaat dan biaya yang terlibat dalam setiap aktivitas ekonominya.

Beberapa ahli telah mengemukakan definisi literasi ekonomi sebelumnya. Menurut Mathews (1999), literasi ekonomi adalah konsep yang menggambarkan kemampuan individu dalam berpikir dan menggunakan konsep-konsep ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Pandey dan Bhattacharya (2012) menambahkan bahwa literasi ekonomi meliputi kemampuan seseorang dalam membuat keputusan terkait pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan alokasi dana. Sementara itu, *Organization for Economic Literacy* (OEL) menjelaskan bahwa literasi ekonomi mencakup pemahaman yang luas tentang pengetahuan ekonomi

dan kemampuan individu untuk menerapkan pemikiran yang tepat terkait konsep-konsep ekonomi.

Menurut Anggista & Fitrayati (2023) literasi ekonomi yang baik memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengelola keuangan, mengidentifikasi peluang bisnis, dan mengurangi risiko usaha. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha karena mereka merasa lebih siap dan percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis. Oleh karena itu, literasi ekonomi menjadi salah satu faktor penting yang perlu ditingkatkan dalam upaya mendorong minat dan niat mahasiswa untuk berwirausaha.

2.1.2.2 Faktor Literasi Ekonomi

Faktor literasi ekonomi dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu faktor ekonomi dan faktor non-ekonomi. Faktor ekonomi mencakup aspek seperti pendapatan dan suku bunga. Sementara itu, faktor non-ekonomi meliputi sikap individu serta tingkat pendidikan. (Dalimunthe, 2018)

a. Faktor ekonomi

(a) Pendapatan

Pendapatan merupakan bentuk imbalan yang diterima seseorang sebagai hasil dari kontribusi jasa, tenaga, atau pemikiran yang diberikan. Pendapatan yang bervariasi dapat memotivasi individu lain untuk berusaha mencapai tingkat pendapatan yang sama, sehingga hal ini menjadi salah satu faktor pendorong dalam meningkatkan usaha dan produktivitas seseorang.

(b) Suku Bunga

Suku bunga menjadi salah satu alasan utama yang mendorong orang untuk menabung atau berinvestasi. Ketika suku bunga naik, imbal hasil atau bunga yang diberikan oleh bank juga meningkat, sehingga menarik lebih banyak orang untuk menabung. Oleh karena itu, tingkat suku bunga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan finansial seseorang, termasuk bagaimana mereka mengalokasikan pendapatan mereka.

b. Faktor non ekonomi

(a) Sikap

Sikap merujuk pada respons individu terhadap suatu objek yang terbentuk melalui pengalaman, yang melibatkan kesiapan mental dan pemikiran. Sikap ini dapat mempengaruhi tindakan seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks berwirausaha, individu perlu memiliki sikap yang siap dan mempertimbangkan dengan matang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya serta menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha.

(b) Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam literasi ekonomi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin banyak pengetahuan yang diperoleh. Hal ini membuat cara berpikir individu yang terpelajar berbeda dengan mereka yang kurang berpendidikan. Orang yang berpendidikan cenderung lebih mampu menganalisis situasi dan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

2.1.2.3 Indikator Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi mempunyai beberapa indikator yang mengacu pada standar survei yang sudah dikembangkan oleh *The National Council on Economic Education* (NCEE), yaitu *The Standards in Economics Survey*.

Berikut merupakan beberapa indikator literasi ekonomi yang bersumber dari NCEE.(Ginting et al., 2023) :

- 1) Mampu menjelaskan pendapatan individu
- 2) Mampu menjelaskan penggunaan sumber daya terbatas
- 3) Mampu menganalisis *cost* dan *benefit* suatu transaksi ekonomi
- 4) Mampu menganalisis biaya dan manfaat suatu pengambilan keputusan terkait ekonomi

2.1.3 Literasi Digital

2.1.3.1 Definisi Literasi Digital

Secara harfiah, istilah literasi digital terdiri dari dua kata, yaitu "literasi" dan "digital." Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), literasi diartikan

sebagai kemampuan membaca dan menulis. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, literasi kini mencakup lebih dari sekadar kemampuan membaca dan menulis; melainkan juga kemampuan untuk mengakses, mengorganisir, dan memahami informasi. Sementara itu, "digital" merujuk pada segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan komputer atau internet.

Menurut Hague dan Payton (2010) dalam Salsabila (2019), literasi digital adalah pengetahuan dan keterampilan yang memungkinkan individu menjadi kreatif, kritis, praktis, cerdas, serta nyaman saat berinteraksi menggunakan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan. Literasi digital, dengan segala kecanggihannya, telah mengurangi batasan geografis dalam komunikasi dan akses informasi (Kurniawan & Harti, n.d.). Dengan adanya internet, komunikasi antarindividu menjadi tidak terbatas, sehingga jarak tidak lagi menjadi hambatan (Rahmatullah et al., 2018).

Di era digital saat ini, hambatan dalam memulai bisnis hampir tidak ada lagi (Inanna et al., 2019). Perkembangan teknologi memungkinkan terjadinya perubahan cepat dalam dunia bisnis. Menurut Martin (2014), literasi digital merupakan kombinasi dari berbagai jenis literasi, yang mencakup literasi komputer, teknologi, media, informasi, serta komunikasi.

2.1.3.2 Komponen Dalam Literasi Digital

Steve Wheeler, dalam tulisannya yang berjudul "*Digital Literacies For Engagement In Emerging Online Cultures*" (Elya Umi Hanik, 2020: 183), mengemukakan sembilan komponen utama literasi digital sebagai berikut:

a. *Social Networking*

Social networking atau jejaring sosial mencakup kehidupan sosial yang dilakukan secara *online*, di mana individu dapat saling terhubung melalui berbagai layanan media sosial. Contoh umum dari jejaring sosial ini adalah penggunaan aplikasi seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Gojek, Bukalapak, dan LinkedIn. Namun, dalam memanfaatkan luasnya akses dan kemudahan yang diberikan oleh jejaring sosial ini, diperlukan kehati-hatian dan pemetaan sesuai dengan kebutuhan individu. Misalnya, seseorang yang ingin menggunakan transportasi umum bisa memanfaatkan layanan ojek *online*,

sedangkan seseorang yang mencari pekerjaan bisa menggunakan platform seperti LinkedIn.

Selain itu, keterampilan dalam memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh setiap situs jejaring sosial sangat penting, karena masing-masing platform memiliki fungsi yang berbeda. Literasi digital berperan dalam memberikan panduan tentang cara berjejaring sosial yang efektif dan etis.

b. Transliteracy

Transliteracy adalah kemampuan untuk menggunakan berbagai platform yang berbeda secara efektif, terutama dalam pembuatan konten, pengumpulan informasi, berbagi, dan komunikasi melalui berbagai media sosial, forum diskusi, serta layanan *online* lainnya. Kemampuan ini memungkinkan individu untuk beradaptasi dan berkomunikasi secara lintas platform, baik melalui teks, gambar, video, maupun suara, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan efektif terlepas dari media yang digunakan.

c. Maintaining Privacy

Maintaining privacy atau menjaga privasi mencakup pemahaman dan kewaspadaan terhadap berbagai jenis kejahatan siber, seperti pencurian data melalui kartu kredit (*carding*), mengenali ciri-ciri situs web palsu (*phishing*), serta penipuan melalui email dan metode lainnya. Kemampuan ini membantu individu melindungi data pribadi dan informasi sensitif dari potensi ancaman yang ada di dunia digital, sehingga penggunaan teknologi dapat lebih aman dan terhindar dari risiko penyalahgunaan informasi.

d. Managing Digital Identity

Managing Digital Identity merupakan kemampuan untuk mengelola dan memahami penggunaan identitas pribadi secara bijak di berbagai platform media sosial dan jaringan *online* lainnya. Hal ini mencakup pengaturan privasi, memilih informasi yang dibagikan, serta menjaga reputasi digital dengan baik.

e. Creating Context

Creating context merupakan istilah yang mengacu pada kemampuan untuk membuat konten yang kreatif, menarik, dan relevan di berbagai aplikasi *online* serta platform media sosial. Kemampuan ini mencakup pembuatan

pesan yang dapat menyampaikan ide atau informasi dengan cara yang efektif dengan menggunakan berbagai format seperti teks, gambar, video, dan infografis. Ini memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dengan audiens secara lebih menarik dan dinamis, dan memungkinkan mereka untuk menyesuaikan konten dengan konteks tujuan tertentu yang ingin dicapai.

f. *Organizing and Sharing Content*

Organizing and sharing content adalah keterampilan dalam mengatur dan membagikan konten informasi dengan cara yang memudahkan penyebarannya. Misalnya, dengan memanfaatkan situs social bookmarking atau menggunakan iklan (*ads*) untuk memperluas jangkauan konten. Selain membuat informasi lebih mudah ditemukan dan diakses oleh banyak pengguna internet, kemampuan ini dapat meningkatkan visibilitas dan penyebaran pesan atau materi yang dibagikan.

g. *Reusing or Repurposing Content*

Reusing or repurposing content adalah keterampilan dalam memanfaatkan kembali berbagai jenis informasi yang tersedia untuk menghasilkan konten baru yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Kemampuan ini memungkinkan seseorang untuk mengadaptasi atau mengubah konten yang sudah ada agar relevan dengan kebutuhan yang berbeda, tanpa harus membuat konten dari awal. Dengan demikian, individu dapat memaksimalkan penggunaan konten yang ada, menghemat waktu, dan memastikan materi yang dihasilkan tetap bermanfaat dalam hal yang baru.

h. *Filtering and Selection Content*

Filtering and Selecting Content merupakan kemampuan untuk menyortir, menyaring, dan mencari informasi yang relevan dengan kebutuhan atau minat tertentu, seperti menavigasi melalui berbagai situs web atau menggunakan URL yang sesuai untuk menemukan konten yang diinginkan.

i. *Self Broadcasting*

Self broadcasting adalah keterampilan dalam mendistribusikan ide-ide baru atau gagasan personal serta konten multimedia, seperti melalui Wiki, forum, atau blog. Ini merupakan bentuk partisipasi aktif secara *online*, di mana

individu dapat berbagi pemikiran, informasi, atau karya mereka melalui berbagai platform jejaring sosial media. Dengan *self broadcasting*, seseorang tidak hanya menjadi konsumen konten digital, tetapi juga produsen yang dapat mempengaruhi audiens lebih luas.

2.1.3.3 Indikator Literasi Digital

Menurut (Stella et al., 2017), indikator literasi digital mencakup beberapa aspek berikut:

1) Literasi Informasi

Literasi informasi adalah kemampuan pengguna media digital untuk mencari, memahami, mengevaluasi, mengelola, dan membagikan informasi bisnis melalui perangkat digital. Dengan literasi ini, individu dapat menyajikan informasi yang relevan dan dapat diakses oleh publik secara efektif.

2) *Digital Scholarship*

Digital Scholarship adalah elemen yang melingkupi partisipasi aktif para pengguna media digital dalam kegiatan akademik dimana informasi dari media digital digunakan sebagai referensi. Contohnya digunakan sebagai literasi untuk pengerjaan tugas sekolah atau pelaksanaan penelitian.

3) *Learning Skills*

Learning Skills merupakan keterampilan yang dimiliki oleh pengguna media digital dalam menggunakan teknologi untuk mendukung aspek kehidupannya seperti proses belajar mengajar dan kerja sama guna meningkatkan kinerja.

4) *ICT Literacy*

ICT Literacy merupakan kemampuan yang dimiliki oleh pengguna media digital dalam mengadopsi, menyesuaikan dan menggunakan perangkat digital baik aplikasi dan layanan serta pandangan pengguna terhadap peningkatan kehidupan dengan adanya teknologi.

5) *Communication and Collaboration*

Communication and Collaboration merupakan kemampuan yang dimiliki oleh pengguna media digital untuk dapat berpartisipasi aktif sehingga mampu menghemat waktu.

6) *Media Literacy*

Media Literacy merupakan kemampuan pengguna media digital dalam menyaring berbagai informasi yang ada secara kritis dan kreatif. Ketika akan mencari suatu informasi, pengguna media sosial diharapkan tidak hanya mencari dari satu sumber saja, namun juga mencari dari sumber lainnya sebagai perbandingan akurasi informasi tersebut.

2.1.4 *Adversity Quotient*

2.1.4.1 *Pengertian Adversity Quotient*

Kesuksesan individu dalam menghadapi tantangan dan kegagalan sering kali dipengaruhi oleh tingkat kecerdasan adversitas yang dimiliki oleh individu tersebut (Sellas et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah & Widya (2020) menunjukkan bahwa kecerdasan adversitas memiliki dampak positif yang signifikan terhadap intensi berwirausaha. Konsep kecerdasan adversitas ini berkembang sebagai respons terhadap kompleksitas lingkungan kerja yang semakin tinggi dan tingkat persaingan yang ketat, yang sering kali dapat menyebabkan stres bagi banyak individu.

Nashori (2007:47) menjelaskan bahwa *adversity quotient* merupakan kemampuan individu untuk menggunakan kecerdasannya dalam mengarahkan dan mengubah cara berpikir serta tindakannya ketika menghadapi hambatan atau kesulitan yang berpotensi merugikan dirinya. Stoltz (2004:8) mendefinisikan *adversity quotient* sebagai kemampuan seseorang untuk mengamati kesulitan dan mengelolanya dengan kecerdasan yang dimiliki, sehingga kesulitan tersebut dapat diubah menjadi tantangan yang dapat diatasi.

Firmansyah (2016) menyatakan bahwa berwirausaha bukan hanya sekadar jual beli, tetapi juga melibatkan risiko dan tantangan yang harus dihadapi oleh seorang wirausahawan. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan dan keyakinan untuk mengubah kesulitan menjadi kesempatan, serta keyakinan akan kemampuan diri sendiri. Kemampuan dan keyakinan tersebut akan membentuk sikap yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan ideal. Firmansyah, Djatmika, dan Hermawan (2016) juga menyatakan bahwa dalam menghadapi kesulitan, individu akan terdorong untuk beradaptasi dan menuntut fleksibilitas sikap, agar dapat

bertahan dalam situasi yang tidak dapat diprediksi dalam dunia kewirausahaan. Stoltz dalam Firmansyah dkk (2016) menjelaskan bahwa *adversity quotient* dapat merumuskan niat seseorang dalam berwirausaha, yang tercermin dalam sikap positif terhadap aktivitas nyata.

2.1.4.2 Bentuk *Adversity Quotient*

Adversity quotient pertama kali diperkenalkan oleh Paul G. Stoltz pada tahun 2007. Stoltz (2007:09) menjelaskan bahwa *Adversity quotient* memiliki tiga bentuk utama, yaitu:

1. *Adversity quotient* merupakan sebuah kerangka kerja konseptual yang inovatif untuk membantu memahami dan meningkatkan berbagai aspek keberhasilan.
2. *Adversity quotient* adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai bagaimana seseorang merespons saat menghadapi tantangan atau kesulitan.
3. *Adversity quotient* merupakan kumpulan alat yang berbasis ilmiah yang dirancang untuk meningkatkan respons individu terhadap tantangan. AQ mampu menunjukkan sejauh mana seseorang dapat bertahan menghadapi situasi sulit serta bagaimana mereka mengatasinya. Selain itu, AQ juga dapat memprediksi siapa yang cenderung menyerah dan siapa yang mampu bertahan.

2.1.4.3 Indikator *Adversity Quotient*

Untuk menilai tingkat kecerdasan adversitas, dapat digunakan indikator yang berasal dari empat dimensi kecerdasan adversitas yang dikemukakan oleh Stoltz (2007:140), yang dikenal dengan istilah CO2RE, yang mencakup: *Control*, *Origin & Ownership*, *Reach*, dan *Endurance*. Berikut penjelasan mengenai keempat dimensi tersebut:

1. C = *Control* (Kendali)

Control merujuk pada sejauh mana individu merasa memiliki kendali terhadap peristiwa yang menimbulkan kesulitan. Seseorang yang memiliki nilai tinggi dalam dimensi *control* menunjukkan bahwa individu tersebut merasa mampu mengelola peristiwa dalam hidupnya, dapat menemukan cara untuk menghadapi tantangan, memiliki ketahanan mental yang kuat, dan cepat dalam mencari solusi untuk menyelesaikan masalah.

2. O = *Origin* dan *Ownership* (Asal-Usul dan Pengakuan)

Origin dan *Ownership* (O₂) berkaitan dengan pemahaman individu tentang asal-usul kesulitan yang dihadapi serta sejauh mana mereka mengakui dampak dari kesulitan tersebut. Individu dengan nilai tinggi pada dimensi ini cenderung melihat setiap tantangan sebagai hal yang berasal dari faktor eksternal, namun mereka juga mampu belajar dari kesalahan yang terjadi. Ketika menghadapi kesulitan atau kegagalan, mereka siap bertanggung jawab, mengakui akibat dari tindakannya, dan tidak menyalahkan orang lain atau menghindari tanggung jawab.

3. R = *Reach* (Jangkauan)

Reach berkaitan dengan seberapa besar dampak kesulitan terhadap berbagai aspek kehidupan seorang individu. Individu dengan nilai rendah pada dimensi ini cenderung melihat kesulitan sebagai bencana yang dapat merambah ke seluruh kehidupan mereka, sehingga mengganggu kesejahteraan dan kebahagiaan mereka. Mereka mungkin merasa kesulitan yang dihadapi akan mempengaruhi banyak hal dalam hidupnya, dan hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk berfokus pada solusi.

4. E = *Endurance* (Daya Tahan)

Endurance berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap durasi kesulitan dan apakah mereka merasa kesulitan tersebut bersifat sementara atau permanen. Individu dengan nilai rendah pada dimensi ini cenderung meyakini bahwa kesulitan yang dihadapi akan berlangsung lama atau bahkan selamanya, yang dapat menyebabkan mereka merasa putus asa dan berisiko menyerah. Mereka mungkin kehilangan harapan karena melihat masalah sebagai hal yang tak teratasi dalam jangka panjang.

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian yang relevan dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sri M. Setyawati, Suliyanto, Monica Rosiana & Daffa R. Fauzi (2022)	<i>The Effect Of Digital Literacy On Online Entrepreneurial Intentions: The Moderating Role Of Subjective Norms</i>	Temuan dari penelitian ini adalah literasi digital berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha secara <i>online</i> , sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha <i>online</i> dan tidak memoderasi hubungan antara literasi digital dan niat berwirausaha <i>online</i> .
2.	Bobby Gustmaloe, Agus Wibowo & Karuniana Dianta Arfiando Sebayang (2024)	Pengaruh Literasi Digital dan Motivasi Terhadap Intensi Berwirausaha Digital Dengan Penggunaan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha; motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha; media sosial memoderasi pengaruh literasi digital dan motivasi terhadap intensi berwirausaha.
3.	Melliana Dian Anggista & Dhiyah Fitrayati (2023)	Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Niat Berwirausaha melalui Motivasi dan <i>Self Efficacy</i> sebagai Variabel Mediasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha; berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi; berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>Self Efficacy</i> ; dan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha melalui motivasi.
4.	Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, Muhammad Hasan, Muhammad Dinar, Thamrin Tahir & M. Ihsan Said Ahmad (2020)	<i>The Effect Of Economic Literacy And Parents Socio- Economic Status On Entrepreneurial Intention In Economic Education Student</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha dan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar,

		<i>Universitas Negeri Makassar</i>	sedangkan secara simultan literasi ekonomi dan status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
5.	Dina Fitriya Maharani, Aniek Indrawati, & Thusy Tiara Saraswati (2020)	<i>The Influence Of Adversity quotient, Need For Achievement, And Entrepreneurial Attitude On Entrepreneurial Intention</i>	Analisis menunjukkan bahwa: <i>adversity quotient</i> berpengaruh terhadap sikap kewirausahaan; <i>need for achievement</i> berpengaruh terhadap sikap kewirausahaan; <i>adversity quotient</i> berpengaruh terhadap intensi berwirausaha; <i>need for achievement</i> berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Sikap kewirausahaan berpengaruh terhadap intensi berwirausaha; sikap kewirausahaan mampu memediasi pengaruh <i>adversity quotient</i> terhadap intensi berwirausaha dan sikap kewirausahaan mampu memediasi pengaruh <i>need for achievement</i> terhadap intensi berwirausaha.
6.	Jerni, Thamrin Tahir, Muhammad Hasan, Rahmatullah & Ihsan Said (2021)	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variable literasi ekonomi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dan variable literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar. Dan secara simultan variable literasi ekonomi dan literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.

7.	Rita Ningsih, Arfatin Nurrahmah, & Agus Supandi (2020)	Minat Berwirausaha Mahasiswa ditinjau dari <i>Adversity quotient</i>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh <i>adversity quotient</i> terhadap minat berwirausaha.
----	--	--	---

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang relevan disajikan pada Tabel 2.2 berikut.

Tabel 2. 2
Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Sebelumnya

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Sri M. Setyawati, Sulyanto, Monica Rosiana & Daffa R. Fauzi (2022)	<i>The Effect Of Digital Literacy On Online Entrepreneurial Intentions: The Moderating Role Of Subjective Norms</i>	1. Variabel Dependen: Intensi Kewirausahaan Digital 2. Variabel Independen: Literasi Digital	Tempat dan Waktu Penelitian
Bobby Gustmaloe, Agus Wibowo & Karuniana Dianta Arfiando Sebayang (2024)	Pengaruh Literasi Digital dan Motivasi Terhadap Intensi Berwirausaha Digital Dengan Penggunaan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi	1. Variabel Dependen: Intensi Berwirausaha Digital 2. Variabel Independen: Literasi Digital	1. Variabel Moderasi: Penggunaan Media Sosial 2. Tempat dan Waktu Penelitian
Melliana Dian Anggista & Dhiah Fitrayati (2023)	Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Niat Berwirausaha melalui Motivasi dan <i>Self Efficacy</i> sebagai Variabel Mediasi	1. Variabel Dependen: Niat Berwirausaha 2. Variabel Independen: Literasi Ekonomi	1. Variabel Moderasi: Motivasi dan <i>Self Efficacy</i> 2. Tempat dan Waktu Penelitian
Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, Muhammad Hasan, Muhammad Dinar,	<i>The Effect Of Economic Literacy And Parents Socio-Economic Status</i>	1. Variabel Dependen: Intensi Berwirausaha	1. Variabel Moderasi: Sikap Berwirausaha

Thamrin Tahir & M. Ihsan Said Ahmad (2020)	<i>On Entrepreneurial Intention In Economic Education Student Universitas Negeri Makassar</i>	2. Variabel Independen: Literasi Ekonomi	2. Tempat dan Waktu Penelitian
Dina Fitriya Maharani, Aniek Indrawati, & Thusy Tiara Saraswati (2020)	<i>The Influence Of Adversity quotient, Need For Achievement, And Entrepreneurial Attitude On Entrepreneurial Intention</i>	1. Variabel Dependen: Intensi Berwirausaha 2. Variabel Independen: <i>Adversity quotient</i>	1. Variabel Independen: Pendidikan Kewirausahaan 2. Variabel Independen: Peran Pola Pikir Kewirausahaan dan <i>Self Efficacy</i> 3. Tempat dan Waktu Penelitian
Jerni, Thamrin Tahir, Muhammad Hasan, Rahmatullah & Ihsan Said (2021)	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Variabel Independen: Literasi Ekonomi & Literasi Digital	1. Variabel Dependen: Minat Berwirausaha 2. Tempat dan Waktu Penelitian
Rita Ningsih, Arfatin Nurrahmah, & Agus Supandi (2020)	Minat Berwirausaha Mahasiswa ditinjau dari <i>Adversity quotient</i>	Variabel Independen: <i>Adversity quotient</i>	1. Variabel Dependen: Minat Berwirausaha 2. Tempat dan Waktu Penelitian

2.3 Kerangka Konseptual

Setiap orang yang hendak melakukan sesuatu pasti diawali dengan niat terlebih dahulu, begitupun dalam melakukan kegiatan berwirausaha tentu dibutuhkan adanya niat yaitu niat berwirausaha atau intensi berwirausaha. Niat atau intensi berwirausaha merupakan kebulatan tekad seseorang untuk menjadi seorang wirausaha atau untuk berwirausaha (Nizma & Siregar, 2018:31). Maka dari itu niat dapat dikatakan sebagai proses paling penting dan langkah awal bagi seseorang yang hendak melakukan suatu tindakan. Dalam kegiatan wirausaha, intensi atau

niat berwirausaha menjadi faktor yang sangat penting karena untuk menjadi seorang wirausahawan memerlukan mental dan tekad yang kuat. Seorang wirausaha harus memiliki ketahanan diri yang kuat dan harus mampu merubah hambatan menjadi sebuah peluang dalam mencapai kesuksesan.

Funda & Ali (2017) menjelaskan bahwa individu dengan literasi digital yang baik dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mengenali peluang yang ada. Literasi digital merupakan faktor kontekstual yang memberikan akses terhadap informasi dan jaringan sosial melalui teknologi. Kemampuan ini mendukung individu memanfaatkan media digital, seperti pemasaran melalui media sosial, untuk memulai usaha dengan lebih efisien dan mengurangi kebutuhan modal (Putri & Jayatri, 2021). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital (Khoiriyah et al., 2022; Kusumaningrum & Kusnendi, 2022). Semakin baik literasi digital yang dimiliki seseorang, semakin mudah mereka mengakses informasi dan mengenali peluang untuk memulai usaha, terutama di era digital (Islami, 2019).

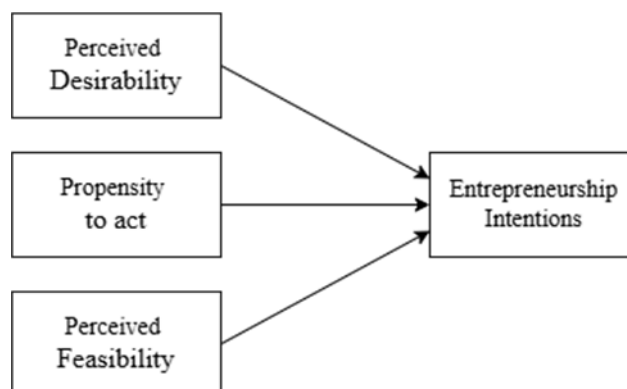
Selain itu, literasi ekonomi juga memiliki pengaruh penting dalam membentuk niat berwirausaha. Literasi ekonomi memungkinkan seseorang memahami konsep ekonomi dasar dan menerapkannya dalam pengambilan keputusan yang efektif, baik secara finansial maupun dalam bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi yang baik berhubungan positif dengan niat kewirausahaan (Anggista & Fitrayati, 2023; Alisyahbana et al., 2020). Pemahaman ini membantu individu dalam menentukan strategi bisnis yang kompetitif dan mengambil keputusan ekonomi yang strategis, sehingga mendukung pembentukan niat berwirausaha.

Adapun *adversity quotient* juga berperan penting dalam membentuk intensi berwirausaha. Mahasiswa dengan *adversity quotient* yang tinggi mampu mengatasi tantangan dan mengubahnya menjadi peluang dalam kewirausahaan (Fradani, 2016). Studi Robinson (2021) mendukung adanya pengaruh positif yang signifikan antara *adversity quotient* dan niat berwirausaha, meskipun penelitian lain, seperti Naiborhu & Susanti (2021), menunjukkan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan. Secara keseluruhan, individu dengan *adversity quotient* yang tinggi

memiliki ketahanan lebih baik untuk menghadapi risiko dan tantangan dalam proses kewirausahaan.

Grand Theory yang mendasari penelitian ini adalah *Entrepreneurial Event Theory* (EET) yang diperkenalkan oleh Shapero & Sokol (1982). Menurut Shapero and Sokol dalam (Benedicta, 2009:51) Teori *Entrepreneurial Event* menjelaskan bahwa keputusan untuk menjadi seorang wirausahawan adalah hasil dari persepsi individu terhadap keinginan berwirausaha. Persepsi ini dipengaruhi oleh sikap pribadi, nilai-nilai, serta emosi yang berkembang dalam konteks sosial mereka, seperti lingkungan keluarga, kelompok teman sebaya, pendidikan, dan pengalaman profesional. Dengan kata lain seseorang harus terlebih dahulu menganggap kewirausahaan sebagai sesuatu yang diinginkan sebelum muncul niat untuk menjadi seorang wirausahawan.

Mendasari Teori *Entrepreneurial Event* dari Shapero and Sokol dalam Kruger, et al (2000:418), intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga dimensi yaitu *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, dan *Propensity to Act*. *Perceived desirability* mencerminkan bagaimana nilai-nilai individu dan sosial mempengaruhi penilaian seseorang terhadap kewirausahaan. *Perceived feasibility* merujuk pada keyakinan seseorang akan kemampuan mereka untuk memperoleh sumber daya yang diperlukan, seperti sumber daya manusia, finansial, dan sosial, guna memulai usaha baru. Sementara itu, *propensity to act* adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak berdasarkan dorongan internal yang dimilikinya.



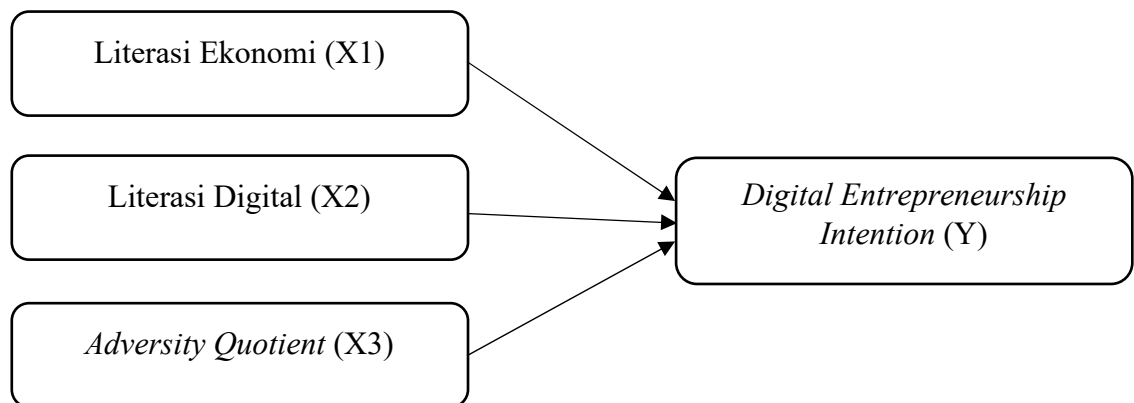
Gambar 2. 1

***Entrepreneurial Event Theory* (Shapero and Shokol 1982)**

Model *Entrepreneurial Event* yang dikembangkan oleh Shapero dan Sokol, seperti yang dijelaskan oleh Ali et al. (2012:14), menyatakan bahwa individu dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam kehidupan mereka, seperti keluarga, budaya, dan lingkungan kerja. Kecenderungan untuk bertindak (*Propensity to Act*) muncul ketika seseorang melihat adanya peluang yang selaras dengan persepsi mereka terhadap kelayakan (*Perceived Feasibility*) dan keinginan (*Perceived Desirability*). Faktor-faktor ini bekerja bersama untuk membentuk niat seseorang menjadi wirausahawan. Selain itu, persepsi mengenai kelayakan dan keinginan ini dipengaruhi oleh latar belakang budaya yang membentuk prioritas dan keputusan seseorang untuk mengambil tindakan (*act*).

Teori ini relevan dengan penelitian, karena menjelaskan factor-faktor yang mempengaruhi perilaku berupa literasi ekonomi dan literasi digital serta *adversity quotient*. Pada dimensi *perceived desirability* literasi ekonomi memungkinkan mahasiswa untuk memahami manfaat, peluang, dan risiko dalam aktivitas ekonomi, yang meningkatkan ketertarikan mereka terhadap kewirausahaan digital. Selanjutnya *perceived feasibility* dikaitkan dengan variabel literasi digital karena memberikan keterampilan teknis dan kemampuan menggunakan teknologi, yang mendukung keyakinan bahwa mereka mampu menjalankan bisnis digital dengan baik. Selain itu, variabel *adversity quotient* menggambarkan sejauh mana mahasiswa mampu mengatasi hambatan atau tantangan dalam proses berwirausaha digital. Dalam kerangka EET, hal ini juga terkait dengan *perceived feasibility*, karena mahasiswa yang memiliki daya tahan (*endurance*) dan kemampuan mengendalikan situasi (*control*) akan lebih percaya diri untuk bertindak dan memulai usaha, bahkan dalam kondisi sulit.

Berdasarkan uraian tersebut maka diduga terdapat Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan *Adversity Quotient* terhadap *Digital Entrepreneurship Intention* mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan dalam sebuah kerangka pemikiran yang dapat ditunjukkan oleh gambar sebagai berikut:



Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara dalam sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2016:96), hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Jawaban ini disebut sementara karena masih didasarkan pada teori yang relevan, belum didukung oleh fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1

Literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap *digital entrepreneur intention* mahasiswa.

Hipotesis 2

Literasi digital berpengaruh signifikan terhadap *digital entrepreneur intention* mahasiswa.

Hipotesis 3

Adversity quotient berpengaruh signifikan terhadap *digital entrepreneur intention* mahasiswa.

Hipotesis 4

Literasi ekonomi, literasi digital dan *adversity quotient* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *digital entrepreneur intention* mahasiswa.