

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORETIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1. Minat berwirausaha**

##### **2.1.1.1. Pengertian Minat Berwirausaha**

Minat kewirausaha merupakan 2 kata yang berbeda-beda. Minat menurut dalam kamus KBBI adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan, ketertarikan. Minat merupakan perasaan tertarik atau berkaitan pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang meminta/menyuruh yang mana minat seseorang dapat dideskripsikan melalui sebuah pernyataan yang dapat menunjukan seseorang lebih tertarik pada suatu obyek lain dan dapat melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat disampaikan oleh Winkel dalam Suharto, Akhmad., Rudi Kusubagio (2015:5) yaitu “seseorang yang memiliki kecenderungan yang cukup konstan untuk tertarik pada suatu bidang tersebut istimewa dan senang berada dalam berbagai kegiatan yang berhubungan dengan bidang itu”.

Lebih lanjut lagi, Rochayani dalam Putu dan Kusuma (2016:3) Minat adalah keterkaitan atau dorongan yang besar tentang seseorang yang menjadi pendorong bagi seseorang untuk melakukan suatu tertib atau mewujudkan tercapainya tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya terjadi sepenuhnya sadar dan membawa sukacita, seperti senang.

John J.Kao (1993) mendefinisikan *entrepreneurship* sebagai berikut: “*Entrepreneurship is the attment to value through recognition of business opportunity, the management of risk-taking appropriate to the opportunity, and through the communicative and management skill to mobilize human, financial, and material resources necessary to bring a project to fruition*”. Dapat diartikan bahwa “Kewirausahaan adalah penegasan nilai melalui pengakuan terhadap peluang bisnis, pengelolaan pengambilan risiko sesuai dengan peluang, dan melalui keterampilan komunikatif dan manajemen untuk memobilisasi sumber daya

manusia, keuangan, dan material yang diperlukan untuk mewujudkan suatu proyek.”

Minat berwirausaha merupakan seorang yang mengambil resiko yang diperlukan untuk mengorganisasi dan mengelola suatu bisnis dalam bentuk finansial maupun non finansial. Seseorang mampu berani menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri dan orang lain, yang berjuan untuk menghasilkan kebutuhan hidupnya. Hisrich dalam Ginting dan Yuliawan (2015:4)

Menjelaskan bahwa wirausaha atau entrepreneur orang yang melihat peluang dimana orang lain melihat kekacauan dan kebingungan kewirausahaan adalah suatu simbol atau tekad dalam mencapai kesuksesan bisnis. Seorang wirausaha akan terus menjadi mesin penting bagi pertumbuhan ekonomi kepemimpinan, manajemen, inovasi, efisiensi penelitian dan pengembangan, kreasi lingkungan kerja dan produktivitas atau pembentukan industri baru.

Menurut santoso dalam sumerta et.al (2016:632) “Minat berwirausaha adalah sebuah keinginan dalam diri untuk memenuhi sebuah kebutuhan dalam hidup, untuk memajukan atau menciptakan usaha baru yang ada pada diri sendiri”. Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, sehingga akan kesediaan menanggung macam-macam risiko berkaitan dengan Tindakan yang dilakukannya.

Dikatakan menurut Dao et al. (2021:2) Minat berwirausaha merupakan “*The important role of entrepreneurial intentions is emphasized in words Krueger et al. (2000a, b) that entrepreneurial intentions indicate how intense one's preparation was and how much effort that someone plans to commit to carrying out entrepreneurial behavior*”. Artinya Minat berwirausaha yang ditegaskan dalam Krueger dkk (2000a, b) bahwa minat berwirausaha menandakan betapa intensnya persiapan seseorang dan seberapa besar upaya yang direncanakan seseorang untuk berkomitmen dalam menjalankannya perilaku kewirausahaan atau berwirausaha.

Dalam pengertian diatas maka yang dimaksud dengan minat berwirausaha merupakan suatu seseorang yang berkeinginan, atau ketertarikan serta ketersediaan untuk bekerja keras atau berekemauan untuk berusaha memenuhi segala semua

kebutuhan hidup tanpa merasa takut dengan resiko yang akan dihadapi, serta senan tiasa belajar dari kegagalan.

#### **2.1.1.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha**

Dengan adanya minat seseorang mendapatkan dorongan untuk dapat melakukan sesuatu yang diinginkannya. Minat berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Adapun Menurut Alma dalam Ginting dan Yuliawan (2019:307) menyatakan bahwa terdapat 3 faktor kritis yang berperan dalam minat berwirausaha yaitu:

##### **1. Personal**

Menyangkut aspek kepribadian seseorang perasaan dan emosi, persepsi, motivasi, pembelajaran (sikap), pendapatan, motivasi, cita-cita, dan harga diri

##### **2. Sociological**

Menyangkut masalah hubungan dengan keluarga dan hubungan sosial lainnya atau yang dimaksud lingkungan. Bahwa hubungan sosial dapat berbentuk *role model* yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha seseorang.

##### **3. Environmental**

Menyangkut hubungan dengan lingkungan menyatakan faktor yang berasal dari lingkungan diantaranya Role model, peluang, aktivitas, sumberdaya dan kebijakan pemerintah.

Ada beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang menjadi untuk wirausaha. Menurut hendro dalam Nasarius (2020:78) faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha ada 6 sebagai berikut:

1. Faktor individual
2. Suasana kerja
3. Tingkat Pendidikan
4. Prestasi Pendidikan
5. Dorongan keluarga
6. Lingkungan keluarga

Berdasarkan dalam faktor-faktor di atas bisa kita ketahui bahwa minat berwirausaha berasal dari 2 faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti: individual, kepribadian keinginan berprestasi. Sedangkan faktor

eksternal seperti: tingkat dan prestasi Pendidikan, dorongan keluarga (orangtua, pekerjaan, dan status sosial), lingkungan keluarga (model, peluang aktivitas, sumber daya dan kebijakan pemerintah).

### **2.1.1.3.Indikator Minat Berwirausaha**

Dalam mengetahui untuk mulai atau menjalani suatu usaha terdapat beberapa indikator yang dapat diukur dalam minat berwirausaha yang dikemukakan oleh Nurhadifah dalam Putra et al. (2022:84) sebagai berikut “Indikator minat secara umum yaitu perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan” sebagai berikut:

#### **1. Perasaan senang**

Seseorang yang memiliki perasaan senang akan dunia bisnis maka akan mendorong orang tersebut untuk terus mempelajari ilmu bisnis tanpa ada keterpaksaan.

#### **2. Ketertarikan**

seseorang ketertarikan seseorang terhadap berbagai informasi bisnis yang diperoleh akan mendorong minat seseorang untuk kemudian mempraktikkan ilmu bisnisnya menjadi suatu usaha.

#### **3. Perhatian seseorang**

Perhatian merupakan konsentrasi terhadap suatu pengamatan dan pengertian. Seseorang yang memiliki minat pada dunia wirausaha, dengan sendirinya akan memfokuskan perhatiannya pada aktivitas

#### **4. Keterlibatan seseorang**

Ketertarikan seseorang dalam dunia wirausaha akan mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk ikut serta melibatkan diri dalam kegiatan atau aktivitas berwirausaha.

Sedangkan Menurut Zimmerer dan Scarborough dalam Suryaningsih dan Agustin (2020:43) indikator minat dalam berwirausaha memiliki 4 indikator yaitu:

#### **1. Tidak tergantung pada orang lain**

Seorang wirausaha yang telah menjalankan usahanya sendiri maka akan lebih percaya diri akan lebih sukses dimasa depan tanpa tergantung pada orang lain dalam mendapatkan pekerjaan.

## 2. Membantu lingkungan sosial

Seorang wirausaha baru akan terbantu dengan adanya lahan lapangan pekerjaan, dengan begitu seorang wirausaha dapat membantu lingkungan sosial.

## 3. Berani mengambil resiko

Seseorang yang berani mengambil resiko terhadap pekerjaan akan menjadi kesuksesan dimasa depan

## 4. Perasaan senang menjadi seorang wirausaha

Seorang yang memiliki perasaan senang terhadap pekerjaan maka dapat membuat seorang melakukan aktivitas pekerjaannya tersebut secara maksimal.

Dalam indikator di atas bisa kita ketahui bahwasannya indikator yang mengukur bahwa minat berwirausaha dapat meliputi perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan. Serta tidak ketergantungan pada orang lain, membantu lingkungan sosial dan mempunyai perasaan senang untuk menjadi seorang wirausaha.

### 2.1.2. Penggunaan Media Sosial

#### 2.1.2.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial

Penggunaan merupakn tindakan atau proses pemakaian atau alat yang menerapkan atau memanfaatkan sesuatu untuk bertujuan tertentu. Media sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010) merupakan media sebagai kelompok aplikasi yang berbasis intrenet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna. Media sosial adalah media online dengan para penggunaanya bisa dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan. Menurut Van dijk dalam Syifana dan Rochmatullah (2024:5) media sosial adalah platform multimedia yang berfokus pada keterlibatan pengguna untuk mendukung aktivitas dan kolaborasi pengguna.

Selain itu media sosial Menurut Cross dalam Sumerta et al. (2020:7) mengemukakan bahwa “Media sosial merupakan sebuah yang menggambarkan

bermacam-macam teknologi yang dapat digunakan untuk meningkatkan seseorang kedalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui pesan yang berbasis web”. Perkembangan media sosial kini dikarenakan teknologi yang modern dan canggih, dengan demikian teknologi yang modern media sosial selalu berkaitan atau berhubungan dengan internet. Maka dari itu media social lebih dapat memudahkan masyarakat untuk lebih kreatif.

Menurut Hermawanher kartajaya dalam Kumara (2020:3) mendefinisikan bahwa “media sosial adalah perpaduan antara sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog menjadi dialog dan demokrasi informasi yang mengubah seseorang atau orang orang dari pembaca konten menjadi penerbit”. Media sosial telah menjadi sangat populer dapat diberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terhubung didunia online dalam membentuk hubungan personal dan kegiatan bisnis. Sosial media juga merupakan media untuk bersosialisasi satu sama lain.

Dari beberapa pengertian diatas yang dimaksud dengan penggunaan media sosial merupakan penggunaan merupakan pemakaian atau perbuatan media sosial meida teknologi informasi dan komunikasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan seseorang saling berinteraksi dan saling bertukar informasi yang melalui media sosial. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai media untuk penjualan dan pemasaran, terutama dalam hal promosi dan periklanan, yang dapat menghasilkan usaha atau pun bisnis online.

#### **2.1.2.2 Indikator Penggunaan media sosial**

Penggunaan Media sosial terdiri berbagai macam berdasarkan penggunaannya, salah satu media yang diamati khususnya oleh kalangan mahasiswa adalah instragram, youtube, dan WhatsApp. Berdasarkan penggunaannya banyak digunakan untuk berbagai informasi dan komunikasi.

Menurut Mayfield dalam Rahmani dan Widayat (2022:62) ada beberapa tingkat indikator yang dapat diukur dalam penggunaan media sosial dalam minat berwirausaha yaitu:

##### **1. Partisipasi**

Media sosial Memberi Umpan balik (*feedback*) dan kontribusi dari setiap seseorang yang memiliki ketertarikan

2. Keterbukaan

Media sosial Mendorong untuk berkomentar, dan berbagai informasi

3. Percakapan

Media sosial Komunikasi yang terjalin antara dua arah dan dapat didistribusikan kelayakan melalui media sosial tersebut

4. Komunikasi/ Komunitas

Media sosial Memberikan peluang komunitas yang terbentuk dengan cepat dan dapat berkomunikasi secara efektif.

5. Keterhubungan

Media sosial Saling terhubung membuat link pada situs-situs atau sumber-sumber dari orang-orang.

Adapun 3 indikator yang mengukur tingkat penggunaan media sosial menurut Kurniawan dan Harti dalam Sahroh (2018:210) yaitu :

1. Komunikasi

Media sosial menjelaskan bahwa lebih mudah berkomunikasi dengan banyak teman sosial

2. Akses

Media sosial menjelaskan bahwa mengakses media tidak memerlukan biaya yang banyak dan dapat memanfaatkan wifi secara gratis

3. Pemanfaatan

Menjelaskan bahwa media sosial untuk sarana entertainment serta mengetahui berita terkini.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa sosial media memberikan terobosan untuk merubah pola pikir dilingkungan mahasiswa untuk berwirausaha agar bisa memperkecil resiko. penggunaan media sosial yang dimiliki seseorang dapat bermanfaat lebih sekedar dari komunikasi atau pun untuk membagikan informasi.

### **2.1.3. Motivasi Intrinsik**

#### **2.1.3.1. Pengertian Motivasi Intrinsik**

Motivasi merupakan simbol dasar yang menggerakkan seseorang untuk berperilaku. Keinginan ini ada pada diri seseorang yang bergerak atau melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu, alurnya dapat didasarkan pada motif- motif tertentu yang membuat tema - tema yang sesuai dengan motivasi yang mendasarinya. Motif dengan kekuatan terbesar akan menentukan perilaku seseorang. Motif yang kuat akan berkurang apabila telah mencapai kepuasan atau mengalami kegagalan.

Menurut Hamzah (2016:7) “Motivasi yang berkaitan dengan pemaknaan dan peranan kognisi lebih merupakan motivasi intrinsik, yaitu motivasi yang muncul dari dalam, seperti minat atau keingintahuan (*curiosity*), sehingga seseorang tidak termotivasi oleh bentuk - bentuk insentif atau hukuman.” Konsep motivasi intrinsik dapat mengidentifikasi oleh tingkah laku seseorang yang merasa senang terhadap sesuatu apabila ia menyenangkan suatu kegiatan, maka akan termotivasi untuk melakukan kegiatan tersebut.

Sedangkan Menurut Sardiman dalam Septianti dan Frastuti (2019:3) menjelaskan tentang “Motivasi intrinsik merupakan motif-motif yang menjadi dan bertindak tidak diperlukan untuk dirangsang dari dalam, karena setiap individual dan keinginan untuk melakukan sesuatu”. Dengan kata lain individu mendorong untuk bertindak laku kearah tujuan tanpa adanya faktor pendorong dari luar. Seseorang akan bersemangat untuk menyelesaikan suatu kegiatan karena ada motivasi yang kuat dalam diri.

Motivasi intrinsik adalah motivasi yang bersumber dari dalam diri individu, artinya seseorang tersebut melakukan suatu tindakan yang tidak didasari oleh motivasi dan kebutuhan realisasi diri. Motivasi intrinsik muncul dari keinginan yang muncul secara alami dari dalam diri, untuk mendorong semangat untuk mencapai suatu kepuasan atau tujuan. Dengan kata lain manusia selalu mempunyai naluri untuk mencapai sesuatu, sehingga untuk memotivasi ini dapat memotivasi mereka juga untuk melakukan sesuatu. Sedangkan menurut Sarosa dalam Hendrawan dan Sirine (2019:318) Menyatakan bahwa “Motivasi merupakan dorongan dari diri seseorang untuk melakukan sesuatu termasuk menjadi young entrepreneur”.

Dari para ahli yang dapat disimpulkan bahwa seseorang telah memiliki motivasi intrinsik dalam dirinya, maka secara sadar akan melakukan suatu kegiatan yang tidak memerlukan motivasi dari luar dirinya. Maka aktivitas untuk memulai wirausaha atau bisnis maka motivasi intrinsik sangat diperlukan, terutama dalam minatnya seseorang dalam berwirausaha.

### **2.1.3.2. Indikator Motivasi Intrinsik**

Bahwa motivasi intrinsik yang ada dalam diri seseorang merupakan hal yang harus dimiliki dalam berwirausaha. Terdapat beberapa Indikator yang digunakan untuk mengukur motivasi intrinsik pada penelitian yang diambil dari Hamzah (2016:23) yaitu:

1. Adanya Hasrat atau keinginan, Yaitu apa yang menggerakkan dorongan dalam diri manusia
2. Adanya dorongan kebutuhan, yaitu segala hal yang harus dicari untuk mempertahankan kelangsungan hidup
3. Adanya harapan atau cita-cita, yaitu sesuatu yang ingin dicapai berupa hal baik lainnya di masa depan.
4. Adanya penghargaan, yaitu sesuatu yang diberikan kepada seseorang jika mereka melakukan sesuatu keunggulan dibidang tertentu.
5. Adanya kegiatan, yaitu semua peristiwa atau kejadian yang pada umumnya tidak dilakukan secara terus menerus.

Sedangkan menurut Hamzah (2016:9) motivasi intrinsik memiliki indikator sebagai berikut:

1. Penyesuaian tugas dan minat dalam berwirausaha
2. Perencanaan yang penuh variasi berwirausaha
3. Umpan balik atau respons seseorang
4. Kesempatan respons yang aktif
5. Kesempatan untuk menyesuaikan pekerjaannya

Dalam indikator diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa seseorang harus mempunyai indikator diatas maka bisa dibilang orang tersebut mempunyai motivasi intrinsik yang muncul dari dalam diri individu, yaitu adanya Hasrat atau keinginan, adanya dorongan, adanya harapan cita-cita, adanya penghargaan, adanya kegiatan dan adanya lingkungan sekitar.

### **2.1.4. Pengetahuan Kewirausahaan**

#### **2.1.4.1. Pengertian pengetahuan Kewirausahaan**

Dalam menjalankan suatu usaha seseorang harus mempunyai pengetahuan, pemahaman, penerapan. Menurut Anas dalam Hendrawan dan Sirine (2019:298) “Pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mengingat kembali kejadian yang pernah sudah dialami, tanpa mengharapakan kemampuan untuk menggunakannya”. Sedangkan Pengetahuan menurut Notoatmodjo dalam Abdullah (2019:318) menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan “Hasil

mempersepsi objek yang dipelajari untuk menghasilkan pengetahuan dalam diri seseorang. Persepsi terjadi melalui panca indra manusia, yaitu panca indra melihat, mendengar, mencium, mengecap dan merasakan”.

Kewirausahaan suatu ilmu yang mengkaji tentang bagaimana pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas dan inovasi serta berani dalam mengambil resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan untuk mewujudkan hasil karya. Menurut Joseph Schumpeter dalam Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin (2017:01) “kewirausahaan merupakan seseorang yang melihat adanya peluang, kemudian menciptakan organisasi dalam memanfaatkan peluang tersebut”.

Menurut joko Untoro dalam Dinar, Ahmad, dan Dr. Muhammad Hasan (2020:31) menejalskan “kewirausahaan suatu keberanian yang dimiliki seseorang dalam melakukan berbagai upaya agar kebutuhan hidup bisa terpenuhi, menggunakan kemampuan dan juga memanfaatkan potensi yang dimiliki agar bisa menghasilkan sesauaru yang bermanfaat untuk diiri sendiri dan orang lain.”

Berdasarkan di atas bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu hal baru yang mealui berpikir kreatif dan inovatif, maka dapat menghasilkan ide-ide ataupun peluang usaha yang dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga dapat menciptakan sebuah lapangan pekerjaan.

#### **2.1.4.2. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan**

Indikator yang digunakan dalam mengukur pengetahuan kewirausahaan pada penelitian yang diambil dari Mustofa dalam Qustolani dan Hernita (2023:13) sebagai berikut :

1. Mengambil resiko usaha
2. Merumuskan solusi masalah
3. Menganalisis peluang usaha

Sedangkan menurut Suryana dalam Prastiwi, Kurjono, dan Setiawan (2022:146) pengetahuan kewirausahaan memiliki indikator sebagai berikut:

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki atau dirintis
2. Pengetahuan lingkungan usaha yang ada

3. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis

Dalam penjelasan Indikator yang digunakan dalam mengukur pengetahuan kewirausahaan, maka seseorang tersebut mempunyai tingkat kemampuan kewirausahaan yang tinggi yaitu berani mengambil resiko, merumuskan solusi masalah dan menganalisis peluang usaha.

## 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, penulis memilih hasil penelitian yang relevan dengan judul penelitian ini, yaitu:

**Tabel 2.1**

**Hasil Penelitian yang Relevan**

| No | Sumber                                                                                                  | Judul                                                                                                                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Siti Aisyah, Nurhamdi Birahman, salmiah Hasibun (Journal on Education Vol. 05, No 04, Mei-agustus 2023) | Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi, lingkungan keluarga dan media sosial terhadap Minat berwirausaha mahasiswa | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikansi terhadap pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X1) secara persial berpengaruh pada Minat Berwirausaha (Y) Pengetahuan Kewirausahaan meningkatkan minat berwirausaha</li> <li>2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikansi terhadap Motivasi (X2) secara persial berpengaruh signifikansi terhadap minat berwirausaha (Y)</li> <li>3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikansi terhadap lingkungan keluarga (X3) secara persial berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y) Lingkungan Keluarga meningkatkan minat untuk berwirausaha</li> <li>4) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikansi artinya penggunaan Media sosial (X4) secara persial tidak</li> </ol> |

| No | Sumber                                             | Judul                                                                                                  | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                    |                                                                                                        | berpengaruh signifikansi pada minat berwirausaha                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2. | Muhammad Hasym Alfaruk (Vol. 4. No. 2, Tahun 2016) | Pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa | 1) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikan terhadap pemanfaatan media sosial (X1) secara parsial berpengaruh pada minat berwirausaha (Y). Pemanfaatan media sosial meningkatkan minat untuk berwirausaha<br>2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikan terhadap Motivasi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) peningkatan motivasi meningkat minat untuk berwirausaha.<br>3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikan artinya pengetahuan kewirausahaan (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada minat berwirausaha (Y) |

Berdasarkan penelitian sebelumnya diatas, penelitian ini mempunyai perbedaan dan persamaan dari penelitian dengan kedua peneliti sebelumnya. Adapun persamaan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah:

**Tabel 2.2**

**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| No | Persamaan                                                                                                                      |                                                                                                                                |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Penelitian terdahulu                                                                                                           | Penelitian Sekarang                                                                                                            |
| 1  | Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel bebas dan Variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat | Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel bebas dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2   | Menggunakan variabel motivasi intrinsik sebagai variabel bebas dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat                                                                                                                                     | Menggunakan variabel motivasi intrinsik sebagai variabel bebas dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat                                                                                                                                                                                          |
| 3   | Menggunakan variabel penggunaan media sosial sebagai variabel bebas dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat                                                                                                                                | Menggunakan variabel penggunaan media sosial sebagai variabel bebas dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat                                                                                                                                                                                     |
| No  | <b>Perbedaan</b>                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|     | <b>Penelitian Terdahulu</b>                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Penelitian sekarang</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel bebas lain seperti Lingkungan keluarga</li> <li>- Menggunakan subjek penelitian kepada mahasiswa muslim</li> <li>- Tahun penelitian di tahun 2022</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel bebas lain seperti Motivasi Intrinsik, Pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Menggunakan subjek penelitian kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas</li> <li>- Tahun 2023</li> </ul>                                                         |
| 2s. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel bebas lain seperti pemanfaatan media</li> <li>- Menggunakan subjek penelitian kepada mahasiswa ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo</li> <li>- Tahun Penelitian di tahun 2016</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel bebas lain pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial dalam penelitian sekarang</li> <li>- Menggunakan subjek penelitian Kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi</li> <li>- Tahun penelitian di tahun 2023</li> </ul> |

### 2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2022:60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan “model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu masalah yang penting” jadi kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih.

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah *theory of planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). Secara sederhana, teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan positif dan bila ia percaya bahwa orang lain ingin melakukannya. Inti teori ini mencakup 2 hal yaitu; keyakinan tentang kemungkinan

hasil dan evakuasi dari perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan tentang norma yang diharapkan dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*), serta keyakinan tentang adanya faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (*control beliefs*).

Menurut Theory of planned behavior tindakan seseorang pada perilaku tertentu ditentukan oleh minat dan niat adalah minat menurut kamus besar bahasa Indonesia merupakan “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan”. Kesimpulannya minat merupakan sebuah keinginan seseorang untuk mendapatkan atau mencapai sesuatu. Niat menurut kamus besar bahasa Indonesia merupakan “janji untuk melakukan sesuatu jika cita-cita atau harapan terkabul”. Menurut Ajzen (1985) Niat merupakan “Niat adalah indikasi kesiapan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, dan dianggap langsung dari perilaku tersebut”. Teori TPB dapat digunakan untuk menjelaskan minat berwirausaha, dimana minat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi control perilaku. Media sosial dapat mempengaruhi ketiga faktor tersebut. Melalui media sosial, seseorang dapat melihat contoh – contoh seorang wirausaha sukses (norma subjektif), mendapatkan informasi dan motivasi yang mengubah sikap mereka terhadap kewirausahaan, dan lebih yakin dikarenakan media sosial menawarkan berbagai panduan dan dukungan sehingga meningkatkan perceived behavioral control.

Selanjutnya menurut Theory Herzberg (1959) disebut “Teori dua faktor” dari motivasi, yaitu faktor motivasional dan faktor pemeliharaan. Menurut teori ini yang dimaksud faktor motivasional adalah hal-hal yang mendorong berprestasi yang sifatnya intrinsik, yang berarti bersumber dalam diri seseorang. Faktor pemelihara adalah faktor-faktor yang bersifat ekstrinsik yang berarti bersumber dari luar diri yang turut menemukan perilaku seseorang dalam kehidupan seseorang. Menurut Herzberg (2011) yang tergolong sebagai faktor motivasional antara lain ialah pekerjaan seseorang, keberhasilan yang diraih, kesempatan bertumbuh, kemajuan dalam karir dan pengakuan orang lain.

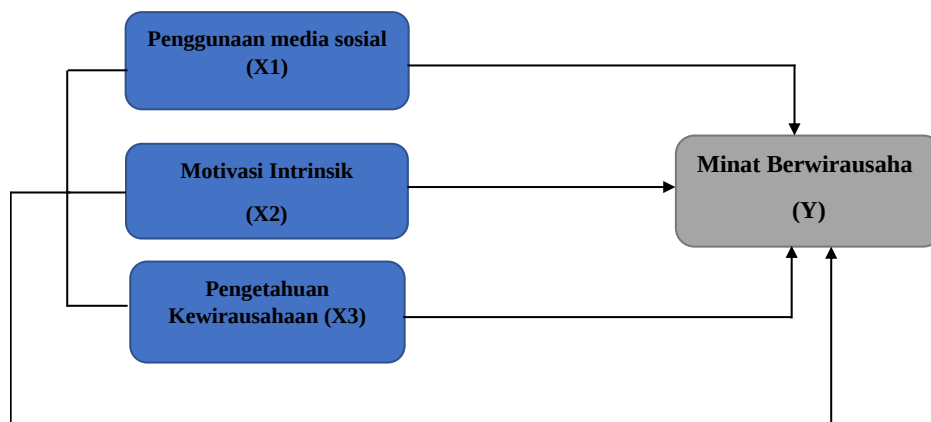
Dalam teori Zimmerer (1996) menyatakan bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan yang diberikan oleh Pendidikan kewirausahaan, baik formal, maupun non-forma, berdampak pada munculnya keinginan untuk berwirausaha.

Sehingga dapat dikatakan bahwa, Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu unsur yang menyebabkan ketertarikan untuk menjadi pengusaha. Untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan terhadap mahasiswa maka dapat dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan terhadap mahasiswa tentang usaha yang dirintis, meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang sifat dan kemampuan individu, serta penting untuk memberikan pengetahuan kewirausahaan terhadap mahasiswa.

Berdasarkan Theory McClelland dalam Utami (2007:21) menjelaskan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha yaitu motivasi, pengalaman atau pengetahuan dan kepribadian. Dengan motivasi yang tinggi, penguasaan pengetahuan yang baik, dan kepribadian yang menarik akan dapat menumbuhkan minat berwirausaha. Tingginya rendahnya minat berwirausaha seseorang tentu terkait dengan motif yang mendasarnya karena media sosial merupakan salah satu faktor penting untuk membangkitkan minat berwirausaha.

Berdasarkan teori tersebut, variabel yang melatar belakangi pemilihan minat berwirausaha adalah penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan. Dengan begitu penggunaan media sosial sangat berpengaruh terhadap minat atau tidaknya seseorang berwirausaha sebagai sikap awal mengambil keyakinan akan motivasi intrinsik yang akan diterimanya Ketika menjadi seorang wirausaha. Namun, faktor pengetahuan juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh karena menjadi dorongan seseorang untuk memulai suatu usaha dan menjadi seorang wirausaha.

Dilandasi kerangka pemikiran diatas, maka dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1**

### **Kerangka Berpikir**

#### **2.4. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis menurut Sugiyono (2022:63) merupakan “jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, dimana rumusan masalah peneliti dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Hipotesis juga dapat digunakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, bukan jawaban yang didasarkan pada data.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat dijelaskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Ha : Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha
2. Ha : Motivasi intrinsik tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha
3. Ha : Pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha
4. Ha : Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha