

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Minat Berbisnis Online

2.1.1.1 Pengertian Minat Berbisnis Online

Minat adalah perasaan ketertarikan atau kecenderungan yang terkait dengan suatu objek atau keinginan yang muncul dari diri sendiri, tanpa dipengaruhi oleh keinginan orang lain. Sementara itu, bisnis *online* merupakan upaya untuk memperoleh keuntungan finansial dengan memanfaatkan inovasi sebagai media untuk menjalankan kegiatan usaha. Menurut Kotler & Keller (2016) dalam (Sumerta et al., 2020:632) Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan sesuatu. Bisnis merupakan topik yang menarik untuk dibicarakan lebih lanjut. Hal ini bukan hanya karena bisnis berfungsi sebagai cara untuk menghasilkan pendapatan, tetapi juga sebagai sarana bagi individu untuk mengekspresikan potensi dan bakatnya, serta untuk mengaktualisasikan diri di tengah masyarakat. Secara singkat, bisnis merupakan aktivitas menjual barang atau jasa dengan tujuan menghasilkan keuntungan.

Menurut Hakim dalam (Tryazi Putra et al., 2021:33) bisnis *online* adalah wadah untuk berbagi informasi dimana kita dapat menyampaikan ide atau pemikiran untuk membentuk komunitas yang kuat melalui internet. Dari pendapat tersebut tersirat bahwa selama ada akses internet, kita dapat menjalankan bisnis online kapan pun dan di mana pun, bahkan jika kita berpindah dari satu kota ke kota lain. Menurut Kurniawan dalam (Tryazi Putra et al., 2021:33) bisnis *online* merupakan suatu kegiatan yang dilakukan berbasis internet untuk melakukan serangkaian kegiatan yang bisa dilakukan, misalnya berbisnis. Bisnis online telah berkembang sejak lama, namun baru-baru ini menjadi tren populer di Indonesia. Jumlah iklan bisnis online ini terus meningkat setiap hari. Di Indonesia, bisnis online sudah dijalankan oleh berbagai kalangan, mulai dari individu, pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM), hingga perusahaan besar.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa bisnis online adalah usaha yang dipasarkan melalui internet dengan berbagai metode untuk menghasilkan pendapatan. Bisnis online memiliki banyak keunggulan dibandingkan

bisnis offline. Kehadirannya memungkinkan seseorang untuk menjalankan usaha kapan saja dan di mana saja, terlepas dari lokasi. Seiring meningkatnya popularitas bisnis online di Indonesia, jumlah iklannya juga terus bertambah, dengan pelaku yang beragam mulai dari individu hingga perusahaan besar.

Menurut Crow dan Crow dalam Zulkifli & Meifiani (2021:293) Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat, diantaranya yaitu:

1. Faktor Ekonomis yaitu faktor yang berhubungan dengan kedudukan keluarga dalam masyarakat yang dapat dilihat dari pendapatan perbulan, dan pendapatan yang ada di pasaran
2. Faktor Pendidikan yaitu orang yang berpendidikan mampu memberikan pengaruh yang besar pada orang lain agar mereka melakukan sesuatu yang diharapkan.
3. Faktor Situasional (orang dan lingkungan) yaitu keadaan yang berhubungan dengan orang lain terutama orang-orang disekitar kita. Hubungan tersebut dapat terjadi karena seseorang memiliki daya tarik atau keunggulan tertentu. Sehingga orang lain akan simpati kepadanya.
4. Keadaan Psikis yaitu keadaan yang berpengaruh kepada tingkah laku dan pola pikir seseorang. Keadaan psikis ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap minat. Keadaan psikis tersebut terdiri dari pemikiran, motivasi, pembelajaran, sikap, dan keyakinan yang teguh.

2.1.1.2 Jenis- Jenis Bisnis Online

Ada beberapa jenis bisnis online yang bisa dilakukan oleh siapapun asal mempunyai koneksi internet. Jenis-jenis bisnis online yaitu:

1. *Dropshipping*

Dropshipping adalah bisnis online tanpa modal besar, di mana Anda menjual produk orang lain dengan memanfaatkan internet, seperti melalui media sosial atau website. Keuntungan diperoleh dari selisih harga jual dan harga supplier. Supplier akan langsung mengirimkan barang ke pembeli atas nama Anda, sehingga pembeli hanya berhubungan dengan Anda tanpa mengetahui supplier.

2. Join dengan Afiliasi

Metode ini mirip dengan model dropship, afiliasi adalah usaha online tanpa modal dengan ikut memasarkan produk pihak kedua. Yang membedakan adalah penghasilan anda di afiliasi. Pada metode ini anda akan mendapatkan komisi yang nilainya

beragam sesuai dengan kesepakatan. Mulai dari 20 % hingga 50%, bisa kurang atau lebih sangat tergantung dari kebijakan penjual. Untuk menjadi afiliate anda perlu join dengan mendaftarkan diri. Program afiliasi ini bisa join pada supllier dalam maupun luar negeri. Contoh nya amazon.com atau alibaba.com dan masih banyak yang lainnya

3. Jasa membuat website

Jasa pembuatan website adalah peluang bisnis online yang menjanjikan, terutama jika Anda memiliki keahlian dalam programming dan coding. Semakin banyak orang menyadari pentingnya website untuk meningkatkan penjualan, tetapi banyak yang tidak bisa membuatnya sendiri. Selain untuk pelaku usaha, siswa dan pekerja yang membutuhkan kursus atau pelatihan online juga memerlukan akses melalui platform digital untuk mendukung pembelajaran mereka.

4. Membuka Toko Online

Peluang usaha toko online yang memberikan layanan pesan antar menjadi sesuatu usaha online yang paling menjanjikan, utamanya dengan pangsa pasar mereka yang tinggal di Kota besar.

5. Menjadi Influencer

Tidak perlu menjadi artis atau figur terkenal untuk menjalani bisnis ini. Faktanya, banyak usaha kecil dan menengah yang mencari figur untuk mempromosikan produk mereka dengan biaya terjangkau. Ini bisa menjadi peluang bisnis online yang menarik, karena influencer marketing tetap menjadi strategi digital marketing yang efektif bagi para pelaku usaha online untuk memasarkan produk mereka.

2.1.1.3 Indikator Minat Berbisnis Online

Menurut Theory of Planned Behavior yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) dalam Kardiana & Melati (2019:1184), minat diartikan sebagai cerminan dari usaha atau niat seseorang dalam berupaya untuk melakukan suatu tindakan. Minat seseorang umumnya dapat dikenali melalui perilaku dan keinginannya terhadap suatu hal atau aktivitas tertentu. Namun, untuk mengukur sesuatu, sebenarnya bisa dilakukan dengan mengamati beberapa indikator. Adapum indikator minat bisnis *online* menurut Wildan F.Taufiq (2019:133) yaitu sebagai berikut :

1. Kesadaran

Kesadaran adalah keadaan dimana seseorang mengetahui atau mengerti dengan jelas apa yang ada dalam pikirannya.

2. Kemauan

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

3. Perasaan tertarik

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

4. Percaya diri

Percaya diri adalah keyakinan seseorang mengenai peluang untuk berhasil mencapai tugas tertentu, yang mana seseorang mahasiswa harus mempunyai keyakinan diri yang tinggi untuk mencapai karirnya nanti.

2.1.2 Penggunaan Media Sosial

2.1.1.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial

Menggunakan aplikasi media sosial seperti TikTok, Instagram, WhatsApp, dan lainnya memungkinkan pengusaha menjangkau pelanggan lebih luas sekaligus menemukan inspirasi baru untuk mengembangkan ide bisnis mereka (Hikmatullila & Dewi, 2024:337). Menurut Cahayani (2022:98) mendefinisikan media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial menurut (Prasetio, 2020:37) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Taprial dan Kanwar menyatakan bahwa “ media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.” (Cahayani et al., 2022:98). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa media sosial adalah platform online yang memudahkan individu untuk berinteraksi, berbagi, dan menciptakan konten secara praktis. Media ini memungkinkan penggunanya untuk terhubung dan berkomunikasi secara daring melalui berbagai bentuk seperti jejaring

sosial, blog, forum, dan media lainnya. Dengan kata lain, media sosial menjadi sarana yang efektif untuk membangun hubungan sosial dan berbagi informasi secara luas.

2.1.2.1 Indikator Penggunaan Media Sosial

Media sosial seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tumblr, Pinterest, WeChat dan Google sangat mempermudah pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, mencari informasi ataupun membagikan informasi (Suprianto. K & Hajar, 2024:331). Media sosial adalah platform interaksi antar individu yang dilakukan secara online tanpa batas ruang dan waktu. Pesan yang disampaikan tidak hanya ditujukan kepada satu orang, tetapi juga dapat menjangkau banyak orang sekaligus. Selain itu, pesan dapat disampaikan secara bebas tanpa harus melalui perantar. Kemudian pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya, serta penerima pesan yang menentukan waktu interaksi, yang diukur melalui indikator Penggunaan media sosial menurut Fikri (2023:27), yaitu:

1. Frekuensi

Frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya perhari, per minggu, atau per bulan)

2. Durasi

Durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).

3. Penghayatan

Penghayatan mengacu pada tingkat keterlibatan emosional dan kognitif pengguna saat menggunakan media sosial, termasuk pemahaman dan resonansi terhadap konten yang dikonsumsi. Penghayatan mencerminkan seberapa dalam pengguna meresapi informasi dan interaksi yang terjadi di media sosial, bukan sekadar penggunaan pasif. Penghayatan ini penting untuk menilai kualitas penggunaan media sosial, karena keterlibatan yang tinggi dapat mendorong motivasi dan minat, misalnya dalam konteks berbisnis online,

4. Perhatian atau atensi

Mencakup seberapa serius dan terlibatnya pengguna dalam membaca, menanggapi, atau berinteraksi dengan konten yang ada di media sosial. Tingkat

perhatian yang tinggi menunjukkan bahwa pengguna tidak sekadar membuka media sosial, tetapi juga benar-benar memperhatikan isi dan berpartisipasi aktif dalam interaksi sosial di dalamnya. Perhatian ini penting karena menentukan kualitas interaksi dan dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku pengguna.

2.1.3 Ekspektasi Pendapatan

2.1.3.1 Pengertian Ekspektasi Pendapatan

Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh seseorang berupa uang maupun barang. Bagi investor, keuntungan lebih penting daripada pendapatan, karena keuntungan adalah jumlah uang yang tersisa setelah dikurangi biaya. Ekspektasi terhadap penghasilan yang lebih tinggi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi pengusaha (Tryazi Putra et al., 2021:34).

Menurut Zimmerer dan Scarborough dalam (Tryazi Putra et al., 2021:35) Ekspektasi pendapatan adalah harapan seseorang terhadap pendapatan yang ingin diterimanya setelah melakukan suatu pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Ekspektasi pendapatan adalah salah satu faktor yang mampu membuat individu melakukan suatu hal seperti minat berwirausaha. Seseorang yang memiliki ekspektasi mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi dengan berwirausaha dibandingkan dengan gaji seorang pegawai, maka inilah alasan yang bisa menjadi pemacu semangat untuk berwirausaha (Jumadi & Mustofa, 2022:117). Ekspektasi pendapatan dapat berpengaruh dengan penggunaan media sosial bagi mereka yang akan memulai usaha ataupun yang sudah menjalankan usaha. Penggunaan media sosial memiliki peran penting dalam membangun kesadaran, mengembangkan merek, dan mempromosikan hasil buatan seperti barang ataupun jasa yang diberikan pebisnis kepada pengguna media sosial lainnya. Apabila seseorang memiliki ekspektasi pendapatan yang tinggi, mereka akan cenderung memanfaatkan media sosial dengan lebih aktif dan strategis sebagai alat pemasaran (Hikmatullila & Dewi, 2024:337).

2.1.3.2 Indikator Ekspektasi Pendapatan

Indikator dalam ekspektasi pendapatan menurut Jonathan & Edy Handoyo (2023:726), yaitu:

1. Harapan memperoleh pendapatan yang tinggi di bandingkan menjadi karyawan

Menggambarkan keyakinan bahwa menjalankan bisnis online mampu memberikan penghasilan lebih besar daripada gaji tetap seorang karyawan.

2. Harapan memperoleh pendapatan di atas rata-rata

Menunjukkan pandangan bahwa berbisnis online berpotensi menghasilkan pendapatan melebihi standar umum masyarakat pada umumnya.

3. Adanya keuntungan lebih besar daripada ikut orang.

Mencerminkan harapan bahwa dengan memiliki usaha sendiri, keuntungan yang diperoleh akan lebih maksimal karena tidak dibagi dengan pihak lain.

4. Adanya pendapatan yang lebih potensial.

Menekankan pandangan bahwa bisnis online memiliki prospek penghasilan jangka panjang yang lebih luas dan berkembang dibandingkan pekerjaan lain.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan minat bisnis *online*. Berikut hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini pada Tabel 2.2 :

Tabel 2.1

Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Hasil
1	Hikmatullila dan Retno Mustika Dewi. <i>JOEAI (Journal of Education and Instruction)</i> Vol. 7 No. 2 Juli-Desember 2024 Hal 335-345.	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 40,2%. Secara parsial ekspektasi pendapatan berpengaruh sebesar 0,781%, penggunaan media sosial berpengaruh sebesar 0,465%.
2	Fernanda Tryazi Putra, Ekawarna Ekawarna dan Rosmiati Rosmiati. <i>JMPIS (Jurnal</i>	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Ekspektasi	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan kewirausahaan,

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Hasil
	<i>Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial</i>) Vol. 2 No. 1 Januari 2021 Hal 31-46.	Pendapatan Terhadap Minat Berbisnis <i>Online</i> Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi 2020	lingkungan keluarga dan ekspektasi pendapatan berpengaruh yang signifikan terhadap minat berbisnis <i>online</i> . Terdapat pengaruh secara tidak langsung antara pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berbisnis <i>online</i> melalui ekspektasi pendapatan.
3	Gusti Ayu Putu Agung Mahadewi dan Ni Luh Sari Widhiyani. <i>Jurnal Akuntansi</i> Vol. 33 No. 6 Juni 2023 Hal. 1600-1612.	Ekspektasi Pendapatan, Penggunaan Media Sosial, <i>E-Commerce</i> dan Minat berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19	Hasil penelitian menunjukkan ekspektasi pendapatan, penggunaan media sosial dan <i>e-commerce</i> berpengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 72,8%. Nilai koefisien variabel ekspektasi pendapatan sebesar 0,643 berpengaruh positif dan signifikan, penggunaan media sosial sebesar 0,231% berpengaruh positif dan signifikan, dan <i>E-Commerce</i> sebesar 0,389% berpengaruh positif dan signifikan.
4	Hilmania, Is Fadhilllah, dan Anis Fitriyasari.	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan	Hasil penelitian menunjukkan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Hasil
	<i>Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial</i> Vol 1 No. 7 Februari 2024 Hal 131-139.	Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT Surabaya	bahwa Ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIE IBMT Surabaya. Ekspektasi pendapatan yang tinggi secara positif berdampak pada peningkatan minat berwirausaha, demikian pula dengan penggunaan media sosial TikTok yang juga berkontribusi dalam meningkatkan minat tersebut.
5	Ni Luh Putu Cahayani, I ketut Westra, Ni Made Ariyati, Ni Komang Netriani, dan Teldi Sumarno Boling Sau. <i>Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha</i> Vol. 14 No. 1 Hal 96-102.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia	Hasil penelitian membuktikan bahwa, variabel Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi 2022
6	Rahmat Jumadi dan Nur Huri Mustofa. <i>Jurnal of Islamic Economics and Banking</i> Vol. 3 No. 2 Januari 2022 Hal. 115-128.	Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan Religius Terhadap Minat Bisnis.	Hasil Penelitian Menunjukan bahwa media sosial dan pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat bisnis, sedangkan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Hasil
			ekspektasi pendapatan dan religius berpengaruh terhadap minat bisnis. Variabel ekspektasi pendapatan menjadi prioritas yang tetap dijaga keberadaannya untuk meningkatkan minat bisnis online dengan memperoleh nilai koefisien 0,392.
7	Dyah Indraswati, Vivi Rachmatul Hidayati, Nourma Prameste Wulandari dan Mohammad Archi Maulyda. <i>Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan</i> Vol. 9 No. 1 Hal. 17-34.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram.	Hasil Penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga secara simultan terhadap minat Berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram.
8	Rizky Setiawan dan Abdul Malik. <i>Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik</i> Volume Vol. 3 No. 3 Juli 2021 Hal. 32-37.	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha pada Masyarakat (Studi kasus pada desa tumpatan nibung dusun VI kecamatan batang kuis Kabupatten Deli Serdang Sumatera Utara.	Hasil penelitian menunjukan bahwa Ekspektasi Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Pada Masyarakat Desa Tumpatan Nibung Dusun VI Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang.
9	Ni Made Sintya. <i>Jurnal Sains, Akuntansi dan</i>	Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi	Hasil Penelitian menunjukan bahwa

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Hasil
	<i>Manajemen</i> Vol. 1 No. 1 Januari 2019 Hal. 337-380.	Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Mahasarakswati Denpasar.	Motivasi ,efikasi diri, lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat Berwirausaha, sedangkan ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
10	Kuswanto Kuswanto, Denia Brother Tarigan dan Ahmad Nasori. <i>INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE</i> Vol 11 No. 1. June 2023 Hal.120-131.	THE INFLUENCE OF LEARNING MOTIVATION AND INCOME EXPECTATIONS ON STUDENT INTEREST IN ENTREPRENEURSHIP (PENGARUH MOTIVASI BELAJAR DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT MAHASISWA TERHADAP WIRAUSAHA)	Hasil penelitian menunjukan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara motivasi belajar kewirausahaan terhadap minat mahasiswa dalam kewirausahaan. sedangkan Ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara bersamaan, variabel motivasi belajar dan ekspektasi pendapatan secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa terhadap kewirausahaan.

2.2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Hasil Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hikmatullila dan Retno Mustika Dewi (2024) dengan judul “Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” meneliti dengan persamaan variabel yang diteliti yaitu ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial sebagai variabel independen (bebas), sedangkan Kebaruan (*novelty*) atau perbedaan penelitian ini dengan terdahulu adalah terdapat adanya perbedaan subjek penelitian pada penelitian ini yaitu mahasiswa program studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi, sedangkan terdahulu pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Fernanda Tryazi Putra, Ekawarna Ekawarna dan Rosmiati Rosmiati (2021) dengan judul “ Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berbisnis *Online* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi 2020” meneliti dengan persamaan variabel yang diteliti yaitu Ekspektasi Pendapatan sebagai variabel independen (bebas) dan minat Berbisnis *Online* sebagai variabel dependen (terikat), sedangkan kebaruan (*novelty*) atau perbedaan penelitian ini dengan terdahulu adalah pada subjek penelitiannya pada penelitian terdahulu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi 2020, sedangkan penelitian penulis mahasiswa Program studi Rumpun ilmu ekonomi universitas siliwangi.
3. Penelitian oleh Gusti Ayu Putu Agung Mahadewi dan Ni Luh Sari Widhiyani (2022) dengan Judul “ Ekspektasi Pendapatan, Penggunaan Media Sosial, *E-commerce* dan Minat Berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19” meneliti dengan persamaan menggunakan variabel ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial sebagai variabel independen (bebas), sedangkan kebaruan (*novelty*) atau perbedaan penelitian ini dengan terdahulu adalah pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *probability sampling* jenis *simple random sampling*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik *Stratified Random Sampling*.
4. Penelitian oleh Hilmania, Is Fadhillah, dan Anis Fitriyasari (2024) dengan Judul “ Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT Surabaya” meneliti dengan persamaan salah satu variabel independennya yaitu Ekspektasi

Pendapatan, sedangkan kebaruan (*novelty*) atau perbedaan penelitian ini dengan terdahulu adalah terletak pada subjek penelitian pada penelitian ini mahasiswa STIE IBMT Surabaya, sedangkan pada penelitian penulis pada Mahasiswa program studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi.

5. Penelitian oleh Ni Luh Putu Cahayani, I Ketut Westra, Ni Made Ariyati, Ni Komang Netriani, dan Teldi Sumarno Boling Sau (2022) dengan Judul “Pengaruh Penggunaan Media sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia” meneliti dengan persamaan penggunaan media sosial sebagai variabel independen (bebas) dan menggunakan teknik *proposional random sampling*, sedangkan kebaruan (*novelty*) dengan penelitian terdahulu adalah subjek penelitian pada penelitian ini mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia, sedangkan penelitian penulis pada Mahasiswa Program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi.
6. Penelitian oleh Rahmat Jumadi dan Nur Huri Mustofa (2022) dengan Judul “Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, dan Religius Terhadap Minat Bisnis” meneliti dengan persamaan ekspektasi pendapatan sebagai variabel independen (bebas), sedangkan kebaruan (*novelty*) dengan penelitian dahulu adalah terletak pada teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Stratified Random Sampling*.
7. Penelitian oleh Dyah Indraswati, Vivi Rchmatul Hidayati, Nourma Pramestie, dan Mohammad Archi Maulyda (2021) dengan Judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram” meneliti dengan persamaan salah satu variabel independen (bebas) yaitu Penggunaan Media Sosial, sedangkan kebaruan (*novelty*) dengan penelitian terdahulu subjek penelitian dan variabel dependen (terikat) pada penelitian ini yait minat berwirausaha dan pada penelitian penulis minat berbisnis *online*.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Setiawan dan Abdul Malik (2021) dengan Judul “Pengaruh Ekspektasi Pendapata Terhadap Minat Berwirausaha pada Masyarakat (Studi Kasus Pada Desa Tumpatan Nibung Dusun VI Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara) meneliti dengan

persamaan ekspektasi pendapatan sebagai variabel independen (bebas), sedangkan kebaruan (*novelty*) pada penelitian penulis ada penambahan variabel independen (bebas) yaitu penggunaan media sosial dan penggantian variabel dependen (terikat) menjadi Minat Berbisnis *Online* dan teknik pengambilan sampel dengan teknik *Stratified Random Sampling*.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Sintya (2019) dengan Judul “Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasarwati Denpasar” meneliti dengan persamaan ekspektasi pendapatan sebagai variabel independen (bebas), menggunakan analisis regresi linear berganda, sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Propotionate stratified random sampling*, sedangkan pada penelitian penulis menggunakan teknik *simple random sampling*
10. Penelitian yang dilakukan oleh Kuswanto Kuswanto, Denia Brother Tarigan dan Ahmad Nasori. (2023) dengan Judul “THE INFLUENCE OF LEARNING MOTIVATION AND INCOME EXPECTATIONS ON STUDENT INTEREST IN ENTREPRENEURSHIP” meneliti dengan persamaan salah satu variabel independen (bebas) yaitu Ekspektasi Pendapatan, sedangkan kebaruan (*novelty*) atau perbedaan dengan terdahulu adalah terletak pada metode penelitian pada penelitian ini metode kuantitatif *ex post facto*, pada penelitian penulis menggunakan metode kuantitatif survei, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Sampling area* , sedangkan pada penelitian penulis menggunakan teknik *Stratified Random Sampling*.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, masih terdapat perbedaan hasil (research gap) terkait pengaruh penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. Beberapa studi menyatakan keduanya berpengaruh signifikan, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. Selain itu, sebagian besar penelitian berfokus pada mahasiswa di universitas lain, masyarakat umum, atau menggunakan variabel tambahan yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan dengan subjek mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi untuk memberikan bukti

empiris baru, sekaligus memperkuat pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berbisnis online di kalangan mahasiswa.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual atau bisa disebut dengan kerangka berfikir atau kerangka teoritis merupakan panduan komprehensif yang mencerminkan teori yang relevan untuk hipotesis penelitian, serta memberikan kerangka kerja yang merinci pertimbangan filosofis, epistemologis, metodologis, dan analitis bagi peneliti (Iba & Wardhana, 2023:148). Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2023:95). Kerangka konseptual mencakup pemikiran peneliti mengenai judul penelitian yang akan dilakukan, masalah atau kesenjangan yang diidentifikasi dan ingin diteliti atau diisi, pertanyaan yang ingin diajukan, interaksi yang cukup dengan literatur, teori-teori yang relevan yang sudah ada, penerapan metodologi yang sesuai, pengumpulan data, analisis, pembahasan hasil/interpretasi, kesimpulan dan rekomendasi, kontribusi terhadap pengetahuan yang sudah ada, serta saran-saran untuk penelitian lebih lanjut di bidang tersebut. (Salawu Oyesola et al., 2023:2105).

Teori yang melandasi penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau Teori Perilaku Terencana yang diciptakan dari perluasan dan perbaikan *Reason Action Theory* oleh Fishben dan Ajzen tahun 1975 (Ajzen, 1991:181). Ajzen dan Fishben (1991) menerangkan bahwa intensi dalam teori ini adalah dimensi subjektivitas individu yang berkaitan atas hubungan antara seseorang dan tindakan yang akan dilakukan. Intensi dianggap sebagai indikator seberapa besar individu bersedia berusaha untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku. Intensi atau niat dalam konteks ini dipandang sebagai pengukuran sejauh mana upaya individu untuk melaksanakan tindakan tersebut (Hikmatullila & Dewi, 2024:338). Dalam persepsi kontrol terhadap perilaku, terdapat faktor-faktor latar belakang individu yang dapat memengaruhi minat. Beberapa faktor tersebut meliputi pendidikan kewirausahaan, tingkat kepercayaan diri, dan harapan terhadap pendapatan. Berdasarkan (Ajzen, 1991:188) menyebutkan, ada tiga faktor pembentuk intensi (niat), yakni:

1. Sikap Berperilaku

Sikap terhadap perilaku seseorang yang mengacu pada pembentukan evaluasi yang berdampak positif maupun negatif. Sikap merupakan kecenderungan untuk menanggapi hal-hal yang disenangi ataupun yang tidak disenangi pada suatu peristiwa ataupun objek. Menurut (Felya & Budiono, 2020:13) Sikap dianggap sebagai variabel pertama yang mempengaruhi minat seseorang dalam berperilaku. Pandangan tentang suatu sikap dipengaruhi oleh keyakinan sebagai akibat dari tingkah laku yang dilakukan. Pandangan atas sikap diyakini mempunyai dampak langsung terhadap kehendak individu untuk berperilaku yang kemudian diafiliasikan dengan norma subjektif.

2. Norma Subjektif

Norma subjektif mengacu pada pandangan seseorang tentang harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam hidupnya terkait perilaku tertentu. Pandangan ini bersifat pribadi dan dipengaruhi oleh kepercayaan normatif serta dorongan untuk patuh. Keyakinan ini berhubungan dengan bagaimana individu atau kelompok setuju atau tidak terhadap pelaksanaan perilaku, dengan referensi pengaruh berasal dari keluarga, teman, pasangan, atau kolega (Hikmatullila & Dewi, 2024:338).

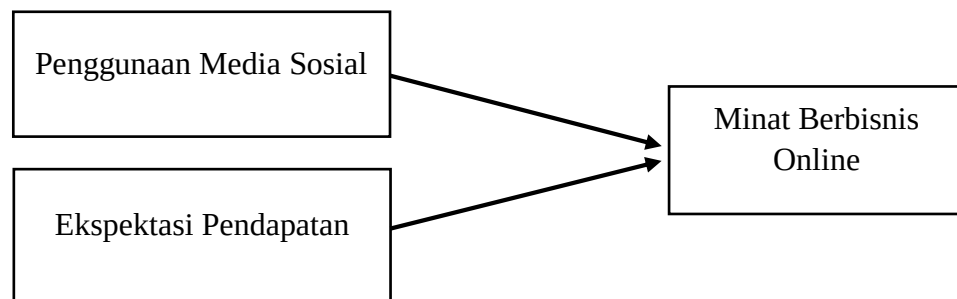
3. Kontrol Perilaku

Persepsi kontrol perilaku mencerminkan sejauh mana tindakan dianggap mudah atau sulit untuk dilakukan. Individu menjadi lebih yakin atas tindakan yang diambil apabila memiliki pengendalian perilaku yang kukuh. Misalnya pada konteks minat berwirausaha, jika individu mempunyai keyakinan kuat dalam kemampuannya untuk mengatasi tantangan dan risiko tanpa keraguan, maka keinginan dan keyakinannya untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha akan semakin semangat (Maullah & Rofiuddin, 2021:107).

Dalam penelitian ini yang mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berbisnis *online* berkaitan dengan konsep yang terdapat pada *theory of planned behavior*. Konsep sikap terhadap perilaku dapat dilihat melalui variabel ekspektasi pendapatan dan kontrol perilaku tercermin melalui variabel penggunaan media sosial, semakin seseorang merasa mampu menggunakan media sosial secara efektif untuk berbisnis, maka semakin besar pula rasa percaya diri dan kendali yang ia rasakan dalam menjalankan aktivitas tersebut. Dengan adanya kemudahan akses, fitur interaktif, serta efisiensi waktu dan biaya yang ditawarkan media sosial, individu akan merasa bahwa berbisnis online adalah kegiatan yang mudah dilakukan. Oleh karena

itu, semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial, maka semakin besar pula minat individu untuk berbisnis online.. di mana kontrol perilaku dalam penggunaan media sosial dapat dilihat melalui prediksi individu terkait kesulitan dan kemudahan mengoperasikan media sosial untuk berwirausaha, sehingga seorang individu perlu memahami penggunaan media sosial baik itu untuk berjualan ataupun pembelian barang agar usaha yang dijalankan bisa berkembang pesat (Mahadewi & Sari Widhiyani, 2023:1603).

Dari permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya dan adanya teori-teori yang mendukung penelitian ini, maka kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1

Kerangka Berfikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan bersifat sementara karena jawabannya baru didasarkan pada teori yang belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2023:99). Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbisnis *online*.
2. Ekspektasi Pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbisnis *online*.
3. Penggunaan media sosial dan Ekspektasi Pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbisnis *online*.