

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dan pedoman dalam penulisan skripsi ini adalah:

- a. Ahmad Tri Atmaja, Margunani, 2016 dengan judul Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pendidikan kewirausahaan dan aktivitas wirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Semarang baik secara simultan maupun parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ketua PKM-K tahun pendanaan 2015 yang berjumlah 67 mahasiswa dan teknik sampling menggunakan sampel jenuh yang berjumlah 67 mahasiswa. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Penelitian ini menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan aktivitas wirausaha berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Semarang (62,3%). Pengaruh secara parsial juga didapatkan pada tiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada pendidikan

kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa (14,98%). Sedangkan aktivitas wirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa (36,12%). Saran yang diberikan untuk dapat memaksimalkan minat berwirausaha mahasiswa diantaranya adalah pendidikan kewirausahaan bisa dimasukkan pada kurikulum wajib dalam perkuliahan di Universitas Negeri Semarang. Sehingga pengetahuan akan kewirausahaan menjadi lebih berkembang dan timbul minat untuk menjadi wirausahawan.

- b. Rosalia Vernanda, Lisa Rokhmani, 2021 dengan judul Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pembelajaran Kewirausahaan, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Negeri Malang.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh parsial atau simultan dari motivasi kewirausahaan, pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial pada minat berwirausaha mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi, Universitas Negeri Malang, tahun 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori. Sampel dari penelitian ini merupakan 100 mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi, Universitas Negeri Malang, tahun 2017. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan data didapatkan melalui kuesioner. Tes statistic prasyarat pada penelitian ini meliputi tes normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Teknik regresi linear berganda digunakan untuk proses

analisa data. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) adanya efek partial dari motivasi kewirausahaan pada minat berwirausaha, (2) adanya efek partial dari pendidikan kewirausahaan pada minat berwirausaha (3) adanya efek partial dari penggunaan media sosial pada minat berwirausaha, dan (4) adanya efek simultan dari motivasi berwirausaha, pendidikan kewirausahaan, dan penggunaan media sosial pada minat berwirausaha. Sehingga, motivasi kewirausahaan, pendidikan kewirausahaan, dan penggunaan media sosial membawa pengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi tahun 2017, Universitas Negeri Malang.

- c. Maria Gustina, Ati Sumiati, Mardi, 2021 dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 di Fakultas Ekonomi UNJ angkatan 2018 yang berjumlah 269 orang dengan sampel sebanyak 161 orang menggunakan teknik proportional random sampling. Pengumpulan data menggunakan instrument kuesioner dengan skala likert. Uji persyaratan analisis yang dilakukan menunjukkan hasil yakni data berdistribusi normal dan linear. Berdasarkan hasil uji hipotesis dan uji koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa semua

hipotesis diterima. Koefisien determinasi pada penelitian ini adalah 46,7% yang menunjukkan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga dalam memengaruhi minat berwirausaha sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Penggunaan Media Sosial

2.2.1.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial

Pada Januari 2020 menurut Hootsuite, diperkirakan pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang dan pengguna media sosial mencapai 160 juta pengguna dengan penetrasi 59% yang tersebar di seluruh wilayah. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 12 juta (8,1 persen) antara April 2019 dan Januari 2020.

Media sosial sering digunakan untuk menggambarkan website seperti Facebook, Youtube dan Twitter, dan semua tempat dimana seseorang dapat berinteraksi dan terlibat dengan orang lain secara sederhana hanya dengan melakukan login melalui komputer atau perangkat mobile.

Menurut Zarella (dalam Mulyandi & Puspitasari, 2018) sosial media adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman teman mereka yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Meike dan Young dalam Ahmad Setiadi (2016) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Van Dijk dalam Ahmad Setiadi (2016) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.

Kaplan dan Haenlin dalam Dewi Untari (2018) mendefinisikan Media Sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi dan teknologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Rahayu & Laela, 2018) sosial media merupakan sarana bagi pengguna untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran sosial media semakin diakui dalam mendorong kinerja bisnis. Sosial media memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

Penggunaan media sosial menjadi alat yang efektif untuk menggabungkan, membandingkan dan mengevaluasi informasi untuk peluang kewirausahaan. Selain itu, yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu faktor lingkungan. Faktor lingkungan memiliki hubungan dengan penggunaan media

sosial karena memungkinkan akses ke komunitas dan memudahkan pengusaha untuk berkomunikasi dengan pelanggan untuk mengumpulkan informasi tentang pasar. Di awal tahap kewirausahaan dengan inovasi terbuka yang dinamis, jejaring sosial dan komunikasi dianggap komponen penting. Selain itu, media sosial digunakan individu terkait dengan pengenalan peluang melalui pemahaman tentang perkembangan teknologi, perubahan, dan pasar tren. Perspektif penemuan peluang mempertimbangkan kondisi pasar yang ada sebagai sumber peluang yang mendorong tindakan dan kinerja kewirausahaan. Dalam perspektif ini, peluang dipandang sebagai yang ada di lingkungan dan sebagai kesesuaian antara sumber daya pengusaha dan perubahan lingkungan dalam teknologi, preferensi konsumen, dan pasar. Namun, keuntungan menggunakan media sosial dalam berbisnis atau usaha yaitu informasi tentang peluang dapat diperoleh dengan mudah dan diakses dengan jaringan sosial atau menggunakan media sosial.

Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog, dan lainnya. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya (Williams dkk. 2012). Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Masyarakat bisa saling membagi ide, berkolaborasi, dan bekerja sama untuk menciptakan kreasi,

berdebat, berpikir, menemukan teman baru, membangun sebuah komunitas dan masih banyak lagi (Susi Desmaryani, 2018)

Ada 4 peran sosial media menurut Komsu Komaranti (2013) yaitu :

1. Membangun dan menjaga hubungan

Untuk dapat tetap berhubungan dan menjaga hubungan dengan pengguna lainnya dibutuhkan media sosial sebagai media penghubung. Dengan membentuk semacam kelompok pertemanan yang mengarahkan pengguna untuk saling bertukar informasi, saling mengirim pesan teks atau pesan, ataupun hanya sekedar menjadi salah satu daftar pertemanan dari pengguna lainnya.

2. Keefektifan kerja

Sosial media juga sangat berpengaruh besar terhadap keefektifan kerja dan produktifitas kerja masyarakat. Karena dari sosial media penggunanya dapat mudah mengakses hal-hal apa saja yang ingin diakses dan dibagikan kembali ke masyarakat. Dan juga tidak terbatas ruang dan waktu. Tidak memerlukan uang dan usaha yang banyak untuk mendapatkan sebuah informasi.

3. Mengekspresikan diri

Youtube dan Instagram menjadi salah satu media sosial yang dapat dijadikan sebagai media pengekspresian diri. Melalui platform ini pengguna dapat membagikan atau mengunggah konten menarik yang berkaitan dengan minat dan bakatnya sendiri. Bukan hanya mengekspresikan diri

akan tetapi berguna untuk mengekspresikan sebuah produk dan sebagai identitas dari suatu brand.

4. Mendidik

Media sosial adalah salah satu sumber pendidikan bagi masyarakat. Beragam jenis informasi dapat dengan mudah diakses dan diperoleh masyarakat. Karena melalui media sosial penyebaran informasi tentang perkembangan di bidang pendidikan lebih mudah untuk dapat diakses dan ditemukan. Ketersediaan informasi pendidikan dapat ditemukan dan disaring berdasarkan usia, kepentingan yang biasanya ingin dicari. Media sosial mengajak masyarakat yang tertarik menggunakannya untuk berpartisipasi dalam memberikan kontribusi, memberi komentar, dan membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Ketika fitur handphone atau telepon genggam semakin maju maka media sosial akan mengikuti perkembangannya disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pada saat itu. Untuk mendapatkan kabar atau informasi yang cepat cukup menggunakan media sosial yang bisa digunakan setiap saat dan dimana saja.

Menurut Puntoadi dalam Dewi Untari (2018) penggunaan atau pemanfaatan sosial media sebagai berikut:

- a) Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka

dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam (Puntoadi, 2011:21)

- b) Keunggulan membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang akan menentukan. Berbagai social media dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media. (Puntoadi, 2011: 6).

Hal ini tentu memberikan kesempatan bagi wirausaha untuk bertumbuh secara dinamis. Hal ini bisa dijadikan sebagai peluang yang bagus bagi wirausahawan kedepannya guna menggali potensi berwirausaha melalui media sosial. Saat ini pun, media sosial menjadi strategi yang paling banyak digunakan dan ampuh untuk mempromosikan produk-produk yang dijual. (Wikipedia)

Indicator penggunaan media sosial yang digunakan pada penelitian ini menurut Myfield dalam Rahayu dan Laela (2018) adalah

1. Partisipasi

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik

2. Keterbukaan

Hampir semua pelayan social media terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi.

3. Percakapan

Komunikasi yang terjalin antara dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui social media tersebut

4. Komunikasi

Social media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit.

5. Saling terhubung

Hampir semua social media berhasil pada saling terhubung, membuat link pada situs-situs, sumber sumber lain dan orang-orang.

6. Keterampilan.

2.2.2 Pembelajaran Kewirausahaan

2.2.2.1 Pengertian Pembelajaran Kewirausahaan

Secara umum belajar dapat dikatakan sebagai suatu proses perubahan tingkah laku sebagai hasil interaksi individu dengan lingkungannya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Reber (1988) dalam buku psikologi pendidikan (2007: 72) mendefinisikan belajar dalam dua pengertian. Pertama, belajar sebagai proses memperoleh pengetahuan dan kedua, belajar sebagai perubahan kemampuan bereaksi yang relatif langgeng sebagai hasil latihan yang diperkuat. Sedangkan Kimble (1961: 31) mendefinisikan belajar sebagai perubahan yang relative permanen didalam behavioral potentiality (potensi

behavioral) yang terjadi sebagai akibat dari reinforced practice (praktik yang diperkuat).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara etimologi belajar memiliki arti “*berusaha memperoleh kepandaian atau ilmu*”. Definisi ini memiliki pengertian bahwa belajar adalah perubahan tingkah laku yang relatif tetap dan terjadi karena latihan dalam rangka memperteguh pengalaman. Sehingga dengan belajar manusia menjadi tahu, memahami, mengerti, dapat melaksanakan dan memiliki pengalaman (Dr. Sutiah M.Pd, 2020:4)

Pengertian belajar menurut Oemar Hamalik (2001: 27) adalah modifikasi atau memperteguh kelakuan melalui pengalaman (*learning is defined as the modification or strengthening of behavior through experiencing*). Menurut pengertian ini, belajar merupakan suatu proses, suatu kegiatan dan bukan suatu hasil atau tujuan. Belajar bukan hanya mengingat, akan tetapi lebih luas dari itu, yakni mengalami. Hasil belajar bukan suatu penguasaan hasil latihan melainkan pengubahan kelakuan.

Menurut Kimpley dalam Rifqi Festiawan (2020) belajar adalah suatu proses untuk mengubah performansi yang tidak terbatas pada keterampilan, tetapi juga meliputi fungsi-fungsi seperti persepsi, emosi, proses berpikir, sehingga dapat menghasilkan perbaikan performansi.

Belajar mempunyai sejumlah ciri yang tak dapat dibedakan dengan kegiatan kegiatan lain yang bukan belajar. Oleh karena itu, tidak semua kegiatan yang meskipun mirip belajar dapat disebut dengan belajar. Selain itu

banyak faktor faktor yang dapat mempengaruhi proses belajar itu sendiri, faktor tersebut bisa mempengaruhi hasil dari belajar individu, sehingga setiap individu harus mengetahui apasaja faktor-faktor tersebut agar nantinya hasil dari proses belajar akan jauh lebih maksimal.

Selain istilah belajar ada istilah lain yaitu pembelajaran, pada dasarnya pembelajaran sudah berlangsung pada kehidupan sehari-hari, akan tetapi masih sedikit orang yang memahami apa makna pembelajaran itu, karena pembelajaran memiliki beberapa ciri-ciri yang tidak bisa disamakan dengan kegiatan lain, jika tidak sesuai dengan ciri-ciri tersebut maka tidak dapat dikatakan sebagai suatu pembelajaran. Pembelajaran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti proses, cara, perbuatan menjadikan orang atau makhluk hidup belajar atau dapat dipahami.

Pembelajaran dalam pengertian Oemar Hamalik dalam Prenada Media (2017) adalah sebagai suatu kombinasi yang tersusun meliputi unsur-unsur manusiawi, material, fasilitas, perlengkapan, dan prosedur yang yang berpengaruh untuk mencapai tujuan pembelajaran.

Pembelajaran adalah gabungan dari konsep mengajar dan konsep belajar. Penekanannya terletak pada perpaduan antara keduanya, yakni kepada penumbuhan aktivitas peserta didik. Kegiatan pembelajaran merupakan upaya untuk menciptakan pelayanan terhadap kemampuan, potensi, minat, bakat, dan kebutuhan peserta didik yang beragam agar terjadi interaksi yang optimal antara tenaga pendidik dengan peserta didik. Peserta didik dapat mengembangkan

potensi mereka menjadi kemampuan yang semakin lama semakin meningkat dalam mengembangkan sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang diperlukan dirinya untuk hidup bermasyarakat, berbangsa serta berkontribusi pada kesejahteraan hidup umat manusia. Sehingga. Kegiatan pembelajaran diarahkan untuk memberdayakan semua potensi menjadi kompetensi yang diharapkan.

Dalam pembelajaran tentu banyak materi yang disampaikan salah satunya kewirausahaan. Di bangku kuliah kewirausahaan merupakan mata kuliah yang wajib untuk menunjang kreativitas dan inovasi di dalam diri mahasiswa. Selain itu kewirausahaan juga merupakan teori yang mampu membuat beberapa mahasiswa merasakan sisi luar selain bekerja di dalam kantor.

Wirausaha terdiri dari dua kata yaitu Wira berarti pejuang, manusia unggul, pahlawan, teladan dan gagah berani. Usaha berarti bekerja atau berbuat sesuatu. yang menyatakan bahwa berwirausaha mempunyai arti memadukan watak seseorang, sumber daya, dan keuangan. Berwirausaha adalah tentang keahlian yang terdapat dalam diri seseorang yang dapat dikembangkan dengan maksimal sehingga bisa memperoleh kehidupan yang sejahtera (Fini, Marzocchi, & Sobrero, 2019).

Rohadi dalam Ita Athia, Ety Saraswati, Andi Normaladewi (2018) mengemukakan bahwa pada hakekatnya kewirausahaan merupakan suatu sikap mental atau mindset. Mindset kewirausahaan merupakan serangkaian sikap

hidup yang dibutuhkan untuk aktivitas wirausaha. Sikap hidup tersebut diantaranya adalah, jujur, kreatif, inovatif, percaya diri, tahan banting dan berani mengambil resiko.

Entrepreneurial Mindset, menurut McGrath & MacMillan dalam Ita Athia, Ety Saraswati, Andi Normaladewi (2018) ada 7 karakter dasar yang perlu dimiliki setiap calon wirausaha. Ketujuh karakter tersebut adalah:

1. Action oriented.

Bukan tipe menunda, wait and see, atau membiarkan sesuatu (kesempatan) berlalu begitu saja. Dia juga tidak menunggu ketidakpastian pergi dulu baru berusaha. Mereka adalah orang yang ingin segera bertindak sekalipun situasinya tidak pasti (uncertain). Bagi mereka prinsipnya adalah, resiko bukan untuk dihindari melainkan untuk dihadapi dan ditaklukkan dengan tindakan dan kelihaian.

2. Berpikir simpel.

Sekalipun dunia sudah berubah menjadi sangat kompleks, mereka selalu belajar menyederhanakannya. Dan sekalipun berilmu tinggi, mereka bukanlah manusia teknis yang ribet dan menghendaki pekerjaan yang kompleks. Mereka melihat persoalan dengan jernih dan menyelesaikan masalah satu demi satu secara bertahap.

3. Selalu mencari peluang baru.

Apakah itu peluang usaha yang benar-benar baru, atau peluang dari usaha yang sama. Untuk usaha baru mereka selalu mau belajar hal yang baru,

membentuk jaringan dari bawah dan menambah landscape atau scope usahanya. Sedangkan dalam usaha yang sama, mereka selalu tekun mencari alternatif baru, seperti model, desain, platform, bahan baku, energi, kemasan, dan struktur biaya produksi.

4. Mengejar peluang dengan disiplin tinggi.

Peluang bukan hanya dicari, melainkan diciptakan, dibuka, dan diperjelas. Karena wirausaha melakukan investasi dan menanggung resiko, maka seorang wirausaha harus memiliki disiplin yang tinggi. Wirausaha-wirausaha yang sukses bukanlah pemalas atau penunda pekerjaan. Setiap gagasan brilliant dan inovatif biasanya harus dibangun dari bawah dan disusun seluruh mata rantai nilainya (value chain).

5. Hanya mengambil peluang yang terbaik.

Ukuran terbaik itu adalah pada nilai-nilai ekonomis yang terkandung didalamnya, masa depan yang lebih cerah, kemampuan menunjukkan prestasi, dan perubahan yang dihasilkan. Semua itu biasanya dikaitkan dengan “rasa suka” terhadap obyek usaha atau kepercayaan bahwa dia “mampu” merealisasikannya.

6. Fokus pada eksekusi.

Wirausaha bukanlah seorang yang hanya bergelut dengan pikiran, merenung atau menguji hipotesis, melainkan seorang yang fokus pada eksekusi. Mereka tidak mau berhenti pada eksploitasi pikiran atau berputar-putar dalam pikiran penuh keragu-raguan.

7. Memfokuskan energi setiap orang pada bisnis yang digeluti.

Seorang wirausaha tidak bekerja sendirian. Dia menggunakan tangan dan pikiran banyak orang, baik dari dalam maupun luar perusahaannya dengan cara membangun jaringan.

Wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kebebasan dan memiliki kemampuan untuk bisa hidup mandiri dalam menjalankan bisnis atau usaha mereka. Bebas yang dimaksud adalah bebas untuk merancang, mengelola, menentukan dan mengendalikan bisnisnya. Semua orang adalah wirausaha dalam arti mereka mampu berdiri sendiri untuk menjalankan bisnisnya dan pekerjaan guna mencapai tujuan pribadi mereka. Istilah entrepreneurship pada abad pertengahan digunakan untuk menggambarkan seseorang aktor yang memimpin sebuah proyek produksi.

Pembelajaran Kewirausahaan terdiri dari setiap pedagogis (program) atau proses pendidikan untuk sikap kewirausahaan dan keterampilan. Peran utama Program pembelajaran kewirausahaan adalah untuk meningkatkan kesadaran terhadap kewirausahaan, untuk memungkinkan mengembangkan keterampilan kewirausahaan, mengajar siswa untuk mempraktikkan teori, dan menonjolkan jalur kewirausahaan sebagai pilihan karir (Fayolle A, 2013:7).

Mahasiswa yang mengikuti pembelajaran kewirausahaan memang menunjukkan niat yang lebih besar untuk memulai bisnis. Menemukan bahwa investasi pada pendidikan kewirausahaan di universitas dapat memfasilitasi total sumber daya manusia aset yang diperlukan untuk ditemukan dan / atau

dibuat peluang bisnis baru, yaitu mempromosikan hasil niat untuk menjadi seorang pengusaha dan lebih cenderung menciptakan inovatif yang tinggi untuk melakukan pertumbuhan (Solesvik M, 2014:58)

Menurut Asmani dalam Nova Tiara Ramadhan (2017) Pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu membangkitkan semangat berwirausaha, berdikari, berkarya dan mengembangkan perekonomian nasional

Menurut Mulyani dalam Nova Tiara Ramadhan (2017) pendidikan kewirausahaan akan mendorong para pelajar dan mahasiswa agar memulai mengenali dan membuka usaha atau berwirausaha berwirausaha.

Pembelajaran kewirausahaan sebisa mungkin dirancang dengan baik agar dapat memberikan dampak untuk bisa mendorong minat berwirausaha. Menurut Suherman (2008:45) ada 5 pola pembelajaran kewirausahaan yaitu:

a) Pengetahuan

Pemikiran yang diisi tentang pengetahuan tentang dasar wirausaha, nilai-nilai, semangat, sikap dan perilaku, agar seseorang memiliki pemikiran kewirausahaan yang baik.

b) Perasaan

Yang diisi dengan peristiwa yang empatisme sosial ekonomi, sehingga peserta didik mampu merasakan suka duka kewirausahaan dan memperoleh pengalaman secara empiris dari para wirausaha terdahulu.

c) Keterampilan

Bagi seseorang yang ingin berwirausaha maka hendaklah ia memiliki keterampilan didalamnya. oleh karena itu, dalam konteks ini pembelajaran kewirausahaan memberikan bekal dengan teknik-teknik berwirausaha.

d) Kesehatan fisik

Kesehatan fisik yang dimaksud adalah mental dan sosial, seseorang hendaknya diberikan teknik untuk mengantisipasi terhadap berbagai hal atau masalah yang mungkin bisa timbul dalam berwirausaha baik berupa permasalahan, persoalan, maupun resiko lain sebagai wirausaha.

e) Pengalaman langsung

Pengalaman ini berupa pemagangan yang pernah dilakukan atau aktivitas berwirausaha yang didampingi oleh seseorang yang profesional atau mentor yang kemudian akan dijadikan sebagai role model.

Pembelajaran kewirausahaan menjadi faktor yang dapat menumbuhkan minat seseorang untuk berwirausaha. Dengan pembelajaran, maka ada pemahaman teori dasar tentang kewirausahaan mulai dari perencanaan bisnis yang matang dan kematangan mental atau keberanian untuk mengambil risiko yang akan terjadi dalam menjalankan bisnis atau usaha tersebut (Tio Prasetyo, 2020:11)

Menurut Kustini (2020) indikator pembelajaran kewirausahaan yaitu

1. Jiwa berwirausaha
2. Wawasan berwirausaha
3. Tumbuhkan kesadaran

2.2.3 Minat Kewirausahaan

2.2.3.1 Pengertian Minat Kewirausahaan

Menurut M. Ginting and E. Yuliawan dalam Dorris Yadewani (2017)

Minat adalah perasaan tertarik atau berkaitan pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang meminta/menyuruh yang mana minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seorang lebih tertarik pada suatu obyek lain dan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas.

Definisi lain tentang minat menurut S. M. Uldi Pristiana dalam Dorris Yadewani (2017) adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan mencari obyek tertentu, perhatian terhadap obyek cenderung perilaku individu dalam kegiatan.

Menurut Evaliana dalam Diana Aqmala (2020) minat merupakan suatu keinginan yang bisa mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas karena adanya rasa ketertarikan dan suka tanpa paksaan dari siapapun.

Menurut Bharata (2019) minat adalah kecenderungan seseorang untuk tertarik pada sebuah obyek atau menyukai sebuah obyek.

Rochayani dalam Ni Putu Pebi Ardiyani (2016) minat adalah ketertarikan atau dorongan yang tinggi dari seseorang yang menjadi penggerak seseorang untuk melakukan sesuatu guna mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan perasaan senang, suka dan gembira

Menurut S. S. Kadarsih dalam Dorris Yadewani (2017) minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri

Menurut Rahmadi & Heryanto (2016:156) minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut.

Menurut Wijaya dalam Ni Putu Pebi Ardiyani (2016) minat berwirausaha yaitu kesediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan suatu usaha, kesediaan untuk menanggung berbagai macam risiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukan, bersedia menempuh jalur dan cara baru dan kesediaan untuk belajar dari pengalaman

Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman di mana akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut.

Menurut Dewi dalam Noormalita Primandaru (2017), faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu:

1. Faktor Intrinsik

Faktor intrinsik adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh rangsangan dari dalam diri individu itu sendiri. Faktor-faktor intrinsik sebagai pendorong minat berwirausaha terdiri dari perasaan dan emosi, pendapatan, motivasi dan cita-cita, dan harga diri.

2. Faktor Ekstrinsik

Faktor ekstrinsik adalah faktor-faktor yang mempengaruhi individu karena pengaruh rangsangan dari luar. Faktor-faktor ekstrinsik yang mempengaruhi minat berwirausaha terdiri dari dukungan lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang, dan pendidikan dan pengetahuan.

Minat tersebut tidak bersifat genetik yang dibawa sejak lahir, namun minat tersebut tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhi seseorang tersebut. Faktor yang mempengaruhi minat untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa faktor yaitu antara kepribadian dan lingkungannya (Bygrave dalam Budi Wahyono, 2014).

Minat berwirausaha dapat dilihat dari dua faktor yaitu pertama orang tersebut berani untuk mencoba melakukan kegiatan berwirausaha dan kedua bagaimana orang tersebut memiliki upaya untuk melakukan kegiatan berwirausaha atau berbisnis seperti halnya mengelola waktu, mengatur tujuan, dan mengelola keuangan. Karena *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kreatifitas dalam berbisnis dengan berani menanggung resiko dan ketidakpastian dengan tujuan untuk mencari sebuah keuntungan dari bisnis

tersebut. Selain itu pertumbuhan bisnisnya berdasarkan peluang dan mampu atau tidaknya seseorang tersebut menggunakan sumber atau modal dengan maksimal (Tutang MM SE, 2021)

Menurut Diana Aqmala (2020) Indikator minat berwirausaha yang digunakan dalam penelitian ini antara lain

1. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri;
2. Ketahanan fisik, keuletan, mental, ketekunan, dan berusaha;
3. Sikap jujur dan tanggung jawab;
4. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif;
5. Kemauan keras untuk mencapai sebuah tujuan dan kebutuhan hidup;
6. Berorientasi kemasa depan dan berani mengambil resiko.

2.3 Pengaruh antar Variabel Penelitian

2.3.1 Pengaruh Kemampuan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Dalam penelitian Komang Sumerta (2020) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Hal ini diungkapkan juga oleh Kumara (2020) menyatakan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha. Hasil penelitian Suratno (2020) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pada saat ini semakin banyak masyarakat khususnya kalangan anak muda yang aktif menggunakan media

sosial. Dengan menggunakan media sosial tersebut maka seorang individu dapat dengan mudah mencari berbagai informasi-informasi terkait peluang usaha maupun berbagai ide - ide menarik dalam berbisnis. Selain itu dengan adanya media sosial ini masyarakat dapat dengan mudah melakukan kegiatan promosi dengan lebih hemat. Dengan adanya berbagai kemudahan yang dimiliki dalam menggunakan media sosial ini dapat menumbuhkan minat berwirausaha khususnya di kalangan mahasiswa, hal ini sesuai dengan penelitian yang sebelum dilakukan oleh Sahroh (2018) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

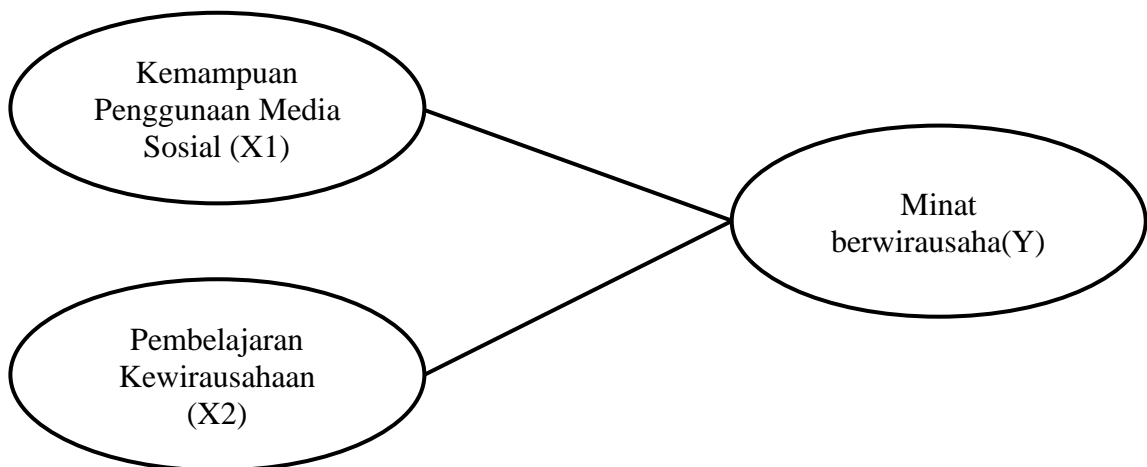
2.3.2 Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Lestari dan Wijaya dalam Ni Putu Pebi Ardiyani (2016) penelitiannya menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan akan memiliki nilai-nilai hakiki dan karakteristik kewirausahaan sehingga akan meningkatkan minat serta kecintaan mereka terhadap dunia kewirausahaan. Suhartini dalam Ni Putu Pebi Ardiyani (2016) mengatakan pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Jadi apabila seseorang mendapatkan pendidikan tentang kewirausahaan, maka akan semakin memahami keuntungan menjadi seorang wirausaha dan semakin tertarik untuk menjadi seorang wirausahawan. Melalui pembelajaran kewirausahaan yang diajarkan di Perguruan Tinggi, mampu mumbuhkan jiwa kewirausahaan yang dapat digunakan sebagai bekal ketika sudah lulus. Hasil analisis tersebut memperkuat

teori yang dikembangkan oleh Syahrudin (2018), yang menyatakan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, salah satunya pendidikan kewirausahaan yang dapat memunculkan minat berwirausaha pada diri mahasiswa. Sejalan dengan teori tersebut, terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi (2019), yang menyatakan bahwa pembelajaran kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian Andung dkk (2019), menyatakan bahwa terdapat pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

2.4 Kerangka Teori

Pembelajaran Kewirausahaan menempati (X1) dan media sosial menempati (X2), sehingga keduanya termasuk dalam variabel bebas yang merupakan suatu rangsangan bagi variabel terikat yaitu hasil belajar (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis

Dalam penelitian ini diajukan sebuah hipotesis sebagai sebuah jawaban sementara terhadap permasalahan yang akan dikemukakan. Adapun hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini ialah:

1. Diduga penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2018.
2. Diduga pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2018.