

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Ringkasan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penelitian adalah sebagai berikut

Table 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variable	Metode analisis	Hasil analisis
1	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya Aida Fatimatus Sahroh (2018)	Literasi Ekonomi (X1) Media Sosial (X2) Minat Berwirausaha (Y)	penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif,	Literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa
2	Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Yusril Rosyid Kurniawan dan Harti (2012)	Penggunaan Media Sosial(X1) Minat Berwirausaha (Y)	Analisis data menggunakan linier sederhana, uji-t dan uji normalitas	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan antara tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha
3	Pengaruh Status	Status Ekonomi	Analisis regresi linier	Hasil penelitian dan diskusi hasil penelitian

	Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Percaya Diri Terhadap Minat Wirausaha Siswa Smp Negeri Di Kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya Muhammad Thohir, Yoyok Soesatyo, Harti (2016)	Orang Tua (X1), Literasi Ekonomi (X2) Percaya Diri (X3) Minat Berwirausaha (Y)	berganda dengan pendekatan kuantitatif	dapat disimpulkan bahwa Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi, dan Percaya diri berpengaruh signifikan terhadap Minat Wirausaha
4	Impact of Sosial Media on entrepreneurship development among user in zamfara stage Yinka Calvin Ojeleye (2018)	Sosial Media Aplications (X), Small Business (Y)	Analisis regresi linier berganda, uji reabilitas, dan uji normalitas.	Sosial media secara signifikan berdampak terhadap pengembangan kewirausahaan di Negara bagian Zamfara, Nigeria

2.2 Landasan Teori

2.2.1. Minat Kewirausahaan (Y)

Peter F. Drucker dalam Kasmir (2011;20) dalam Aida fatimatus zuhro (2011) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan menurut penelitian dari David E. Rye yang dikutip Sudaryono (2010;34), wirausaha adalah seorang yang mengorganisasikan. Sudaryono (2010;35) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa wirausaha sebagai padanan entrepreneur dapat dipahami dengan mengurai istilah tersebut menjadi sebagai berikut : Wira = utama, gagah, luhur, berani, teladan dan pejuang. Usaha = penciptaan kegiatan dan atau berbagai aktivitas bisnis. Identik

dengan wiraswasta, yang berarti: Wira = usaha, gagah, luhur, berani, teladan dan pejuang, Swa = sendiri, Sta = berdiri Swasta = berdiri di atas kaki sendiri atau juga dengan istilah lain mampu berdiri dengan kemampuan mereka sendiri.

Slameto mengemukakan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan kepada suatu hal dan beraktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan adanya suatu hubungan antara diri sendiri dengan yang ada diluar diri. Semakin kuat dan dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat (Slameto 2003:180). Riyanti (2003;21) juga menjelaskan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan bila seseorang bebas memilih. Menurut Sumarwan (2003) pengukuran minat terhadap pekerjaan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan struktur pembentukan minat berperilaku yaitu: (1) komponen kognitif; (2) komponen afektif ;(3) Komponen konatif. Kemudian Aspek-aspek minat dijelaskan oleh Pintrich & Schunk (1996), sebagai berikut:

- a. Sikap umum terhadap aktivitas (general attitude toward the activity), yaitu perasaan suka tidak suka, setuju tidak setuju dengan aktivitas, umumnya terhadap sikap positif atau menyukai aktivitas.
- b. Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas (specific conciused for or living the activity), yaitu memutuskan untuk menyukai suatu aktivitas atau objek.

- c. Merasa senang dengan aktivitas (enjoyment of the activity), yaitu individu merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas yang diminatinya.
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (personal importance or significance of the activity to the individual).
- e. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas (intrinsic interest in the content of the activity), yaitu emosi yang menyenangkan yang berpusat pada aktivitas itu sendiri.
- f. Berpartisipasi dalam aktivitas (reported choice of or participation in the activity) yaitu individu memilih atau berpartisipasi dalam aktivitas.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Minat Berwirausaha adalah suatu motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan dan menciptakan suatu hal yang baru dan berbeda. Seperti yang diungkapkan oleh Suryawan (2006) minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta ketersediaan untuk bekerja keras atau berkemauan untuk mampu berdiri atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialaminya. Menurut Djali (2008), faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha ada empat yaitu : (1) kemauan; (2) ketertarikan; (3) Lingkungan keluarga; (4) Lingkungan pendidikan.

2.2.2. Literasi Ekonomi (X1)

Menurut Matsuura (2006) bahwa literasi bukan hanya suatu keahlian berpikir dan membaca melainkan suatu proses pembelajaran (learning) dan keahlian hidup (life skill) yang digunakan manusia, komunitas ataupun suatu bangsa untuk bertahan dan secara berkelanjutan mengalami perkembangan. Dapat diartikan juga bahwa, tanpa literasi maka suatu bangsa, komunitas ataupun manusia akan mengalami kesulitan memastikan untuk tetap bertahan hidup selayaknya sebagai manusia. Tidak jauh berbeda, menurut Collins dan Thesaurus (2006) Bahwa literasi berarti kemampuan membaca, menulis, pendidikan, pembelajaran dan pengetahuan. Sumber lain, the new American webster handy college dictionary bahwa literasi diartikan sebagai membaca dan ilmu pengetahuan. Selain itu, literasi juga berkaitan dengan pembelajaran. Vol. 4. No. 2, Tahun 2016 153 Makna kemampuan (ability) mengindikasikan bahwa pemahaman tentang literasi ekonomi dihasilkan dari suatu proses belajar yang berkesinambunga atau berjenjang. Disampaikan pula oleh Wulandari (2011) bahwa literasi ekonomi adalah ketrampilan dalam hidup (life skill) yang harus dimiliki oleh siapapun untuk membuat keputusan ekonomi yang baik. Oleh karena itu, literasi ekonomi dapat diaplikasikan untuk konteks individu maupun rumah tangga.

Dalam mengukur suatu literasi yang ada dalam suatu pendidikan adapun Indikator literasi ekonomi yang diungkapkan Robert F. Duvall,

Presiden dan CEO The National Consulting on Economic Education (NCEE) dalam Aida Fatimatus Sahroh (2018) yaitu:

- 1) Mengidentifikasi tentang membuat pilihan
- 2) Membuat keputusan yang cerdas sebagai konsumen, produsen, dan penabung
- 3) Memberikan penilaian manfaat dan biaya terhadap mengalokasikan barang dan jasa
- 4) Mengidentifikasi insentif yang mempengaruhi perilaku masyarakat dan menjelaskan bagaimana insentif mempengaruhi perilaku mereka sendiri
- 5) Menawarkan tukaran dan mengerti laba untuk diri mereka sendiri dan dengan lainnya
- 6) Menerangkan cara mereka bisa mendapatkan laba diri sendiri dan orang lain dengan menumbuhkan keterampilan
- 7) Mengidentifikasi pasar sebagai pembeli dan penjual
- 8) Meramal perubahan faktor selera konsumen atau teknologi produsen mempengaruhi harga
- 9) Menerangkan cara perubahan tingkat persaingan dipasar yang berbeda
- 10) Menggambarkan peran dari berbagai lembaga ekonomi dan menjelaskan pentingnya hak milik dalam ekonomi pasar
- 11) Menerangkan cara hidup orang akan lebih susah didunia tanpa uang, sebaliknya di dunia dimana uang mampu menghilangkan nilainya
- 12) Menjelaskan kondisi membayar atau menerima bunga

- 13) Memperkirakan pendapatan masa depan
- 14) Mengetahui risiko dan potensi kembali ke kewirausahaan, serta keterampilan yang di perlukan untuk terlibat didalamnya
- 15) Memperkirakan akibat dari keputusan investasi yang dibuat oleh individu, perusahaan, dan pemerintah;
- 16) Mengetahui dan mengevaluasi manfaat dan biaya dari alternatif kebijakan publik
- 17) Menentukan berapa kebijakan publik dari segi manfaat yang dihasilkan, dan menilai siapa yang menanggung biaya
- 18) Menafsirkan laporan media tentang kondisi ekonomi;
- 19) Membuat keputusan dengan mengantisipasi akibat inflasi dan pengangguran;
- 20) Mengantisipasi dampak dari kebijakan pemerintah

2.2.3 Pengertian Media Sosial (X2)

Cross (2013) “media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web.

Menurut Tjiptono (2008) dalam komunikasi internet terdapat beberapa fasilitas, diantaranya fasilitas internet tersebut terdapat tujuh aplikasi standar internet yaitu: E-mail; Word Wide Web; News Group; File Transfer Protocol; Telnet; Gopher; Chat. Menurut Kaplan dan Haenlein

(2010) ada tujuh jenis media sosial, namun inovasi dan perubahan terus terjadi. Sosial media yang ada saat ini yaitu : 1) Jejaring sosial seperti facebook, instagram, myspace dan twitter, 2) Blog, 3) Wikis seperti Wikipedia dan ensiklopedia online website, 4) Podcasts, 5) Forum, 6) Komunitas konten seperti flickr dan 7) Microblogging.

Menurut Antony Mayfield (2008;4-5) dalam Kurniawan dan Harti (2013), media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Ia juga menyatakan sosial media paling baik dipahami sebagai kelompok media online jenis baru yang berbagi sebagian atau semua karakteristik sebagai berikut :

(a) Partisipasi, media sosial mendorong adanya kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batas antara media dan penonton.

(b) Keterbukaan, kebanyakan layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mereka mendorong adanya pembicaraan, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali terdapat hambatan untuk

mengakses dan memanfaatkan konten-konten yang terdapat dalam sosial media.

(c) Percakapan, Sedangkan kita mengenal media tradisional adalah tentang "siaran satu arah" (konten ditransmisikan atau didistribusikan hanya kepada penonton) tetapi media sosial lebih baik karena di dalamnya menggunakan percakapan dua arah.

(d) Komunitas, media sosial memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi secara efektif melalui pembentukan komunitas online. Masyarakat dapat selalu berbagi tentang apapun, seperti berbagi tentang film favorit, atau isu politik yang sedang hangat dan lain sebagainya.

(e) Keterhubungan, sebagian besar jenis media sosial berkembang pada keterhubungan mereka. Mereka memanfaatkan link ke situs, beberapa sumber terpercaya, serta ke teman-teman mereka. Keterhubungan adalah yang paling penting perannya dalam sosial media dan membuat para pengguna merasa dimanjakan dengan fasilitas dapat terhubung walau tak bertemu. Hermawan Kertajaya dalam bukunya *New Wave Marketing* (2008) dalam Kueniawan dan Harti (2013) berujar bahwa, "mangan ora mangan sing penting CONNECT". Makan tidak makan yang penting selalu terhubung.

Dalam mengukur tingkat penggunaan media sosial Indikator tingkat penggunaan media sosial menggunakan tiga indikator menurut Kurniawan dan Harti (2013) yaitu:

- Sarana komunikasi, dari hasil penelitian membuktikan bahwa seseorang lebih mudah berkomunikasi melalui akun media sosial serta lebih mudah bersosialisasi dengan banyak teman di media sosial;
- Akses, menjelaskan bahwa mengakses media sosial tidak memerlukan biaya yang banyak dan dapat memanfaatkan wifi secara gratis;
- Pemanfaatan, menjelaskan bahwa banyak seseorang memanfaatkan media sosial untuk sarana entertainment serta mengetahui berita terkini.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha

Literasi ekonomi dan Minat berwirausaha dalam penelitian sebelumnya yang diungkapkan oleh Aida Fatimatus Sahroh Mahasiswa (2018) mengatakan bahwa Literasi ekonomi dan minat berwirausaha dapat dikatakan saling berkaitan, dimana literasi ekonomi mahasiswa dapat menumbuhkan peran wirausaha agar dapat mengalokasikan pendapatan setiap individu dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan, ketika masalah pokok ekonomi muncul seperti penawaran tinggi dan permintaan menurun. Selain hal tersebut dengan memahami literasi selama di bangku kuliah mereka akan lebih paham mengenai cara mengatur keuangan mereka sehingga akan lebih mendukung mereka untuk menjadi wirausahawan seperti yang diungkapkan oleh Japelli (2010) yang menegaskan bahwa literasi ekonomi penting dalam hal mengambil keputusan untuk bagaimana

cara menginvestasikan kekayaan mereka dan berapa banyak untuk melakukan peminjaman kredit dipasar keuangan.

2.3.2 Hubungan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Media sosial dan minat berwirausaha saling berkaitan seperti yang diungkapkan oleh Aida Fatimatus Sahroh (2018) mahasiswa lebih mudah dalam mengakses hal hal tentang wirausaha, komunikasi dan mencari informasi melalui media sosial pada smartphone. Sehingga dengan adanya smartphone akan lebih memudahkan mereka dalam hal promosi mencari bahan baku yg baik untuk produk mereka dan lain sebagainya sebagai penunjang untuk melakukan wirausaha. Dengan segala kemudahan yang diberikan oleh media sosial di atas tentunya juga akan mengubah minat mahasiswa dari menggunakan media sosial hanya untuk bersenang senang ke hal yang lebih bermanfaat. Sejalan dengan hal tersebut kartajaya juga mengungkapkan bahwa media sosial mampu mengubah monolog menjadi dialog dengan adanya dialog online dapat mengubah orang-orang dari pembaca menjadi penerbit. Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat dikatakan bahwa media sosial saling berkaitan dengan minat mahasiswa untuk berwirausaha yang didukung dengan segala kemudahan yang diberikan oleh media sosial

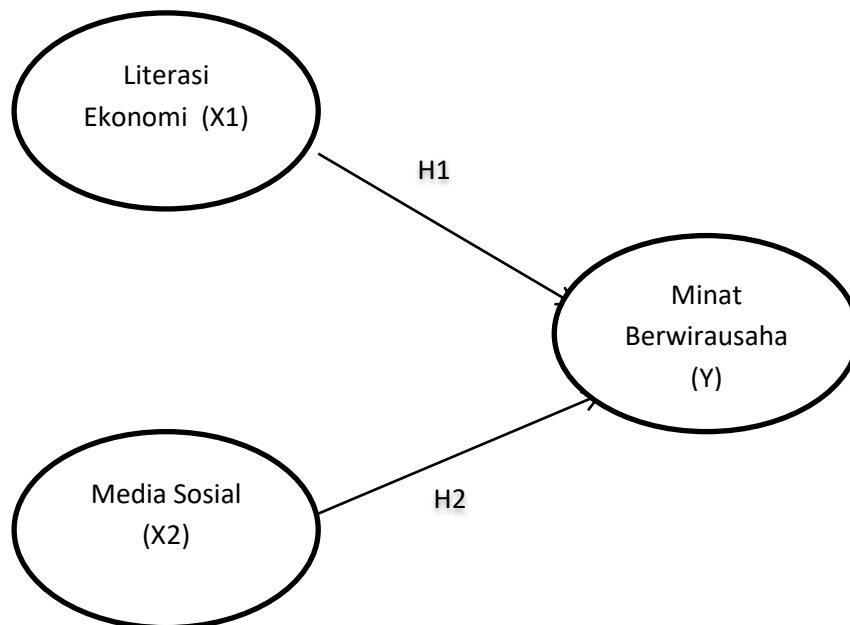
2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka di atas yang membahas mengenai Literasi ekonomi, media sosial, dan minat berwirausaha maka disimpulkan (H1) menjelaskan bahwa literasi

ekonomi (X1) sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Seperti yang diungkapkan oleh Aida Fatimatus Zuhro (2018) bahwa Literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya. Hal ini juga didukung oleh teori Japelli (2010) yang menjelaskan bahwa memiliki literasi ekonomi yang tinggi sejak di bangku pendidikan diharapkan dapat menjadi langkah awal yang baik dalam menentukan minat berwirausaha di masa depan, dijelaskan oleh Japelli (2010).

Kemudian dijelaskan pula untuk H2 bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut didukung oleh pernyataan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawan dan Harti (2012) yang hasilnya bahwa terdapat pengaruh tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, dengan tingkat pengaruh yang termasuk dalam kategori rendah.

Setelah mengetahui dijelaskan mengenai teori diatas didapat kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar kerangka konsep 2.1

2.5 Hipotesis Penelitian

H1: Semakin tinggi Literasi Ekonomi maka semakin tinggi pula minat Berwirausaha Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang

H2: Semakin tinggi penggunaan Media Sosial maka semakin tinggi pula tingkat minat Berwirausaha Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang