

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Agar kerangka pemikiran dapat dijadikan sebagai standar dalam mengajukan hipotesis penelitian, diperlukan penelitian yang relevan untuk mendukungnya. Penelitian yang relevan untuk penelitian ini terdiri dari:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Judul Penelitian dan Nama Penelitian | Metode yang digunakan dan hasil penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|---|---|
| 1. | “Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur” oleh Neny Tresna Fairisati Diana Juni Mulyati Ni Made Ida Pratiwi 2016 | Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan - Struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Struktur modal dan pertumbuhan perusahaan secara bersama – sama berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. | - Sama-sama mencakup variabel <i>Capital Availability</i> | - Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge</i> , dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Struktur Modal Dan Pertumbuhan - Objek dari peneliti terdahulu Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa |

| | | | | |
|----|---|--|---|--|
| | | | | Administrasi Niaga Untag Surabaya |
| 2. | “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya” oleh Aida Fatimatus Sahroh 2018 | Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukan - Literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha - Tingkat penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha - Literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha | - Sama-sama mencakup variabel penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha | - Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge</i> , dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial - Objek dari penelitian terdahulu ialah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Unesa sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya |

| | | | | |
|----|--|--|---|--|
| 3. | <p>“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, <i>Self Efficacy</i>, <i>Locus of Control</i> Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha” Oleh Aprilda Yanti 2019</p> | <p>Menggunakan metode penelitian asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Secara simultan, terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan, self efficacy, Locus of Control dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha. - Secara parsial pendidikan kewirausahaan dan Locus of Control tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. - Secara parsial self efficacy dan karakter wirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha | <p>- Sama-sama mencakup variabel pendidikan kewirausahaan</p> | <p>- Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media</i>, <i>Enterpreneurial Knowledge</i>, dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Pendidikan Kewirausahaan, <i>Self Efficacy</i>, <i>Locus of Control</i> dan Karakter Wirausaha</p> <p>- Objek dari penelitian terdahulu ialah Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara di kota Medan sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa Administrasi</p> |
|----|--|--|---|--|

| | | | | Niaga Untag Surabaya |
|----|--|---|---|--|
| 4. | “Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha” oleh Nanda Tri Wardani dan Retno Mustika Dewi 2021 | Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan - Motivasi, kreativitas, inovasi, dan modal usaha secara serentak berpengaruh positif signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA. - Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA. - Kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA. - Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA. | - Sama-sama mencakup variabel <i>Capital Availability</i> | - Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media</i> , <i>Enterpreneurial Knowledge</i> , dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha - Objek dari penelitian terdahulu ialah mahasiswa aktif PE (Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA) sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | | <p>- Modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA.</p> | | |
| 5. | <p>“Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi” oleh Karmila Fairuz Mahdiyyah dan Waspodo Tjipto Subroto 2022</p> | <p>Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan</p> <p>- Pemanfaatan sosial media dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi.</p> <p>- Motivasi berwirausaha dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi.</p> | <p>- Sama-sama mencakup variabel pemanfaatan sosial media</p> | <p>- Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge</i>, dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi</p> <p>- Objek dari penelitian terdahulu ialah Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa</p> |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | | | | Administrasi Niaga Untag Surabaya |
| 6. | “Pengaruh Modal Usaha, Lingkungan Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha” oleh Yolla Triyana Meifa 2022 | Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan - Modal Usaha berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. - Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. - Self efficacy berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. | - Sama-sama mencakup variabel modal usaha | - Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge</i> , dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Modal Usaha, Lingkungan Dan Self Efficacy - Objek dari penelitian terdahulu ialah Pemuda di Desa Negeri Besar Way Kanan sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya |
| 7. | “Pengaruh Modal Kerja, Pendidikan Dan Teknologi Terhadap | Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan | - Sama-sama mencakup variabel modal | - Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media,</i> |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| | <p>Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Sentra Industri Tas Dan Koper Tanggulangin” oleh Hadi Noviono dan Dyah Pelitawati 2019</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Tidak terdapat pengaruh Modal Kerja, Pendidikan terhadap Pendapatan UMKM di sentra industri tas dan koper Tanggulangin. - Terdapat pengaruh Teknologi terhadap Pendapatan UMKM di sentra industri tas dan koper Tanggulangin. - Modal Kerja, Pendidikan, Teknologi secara simultan berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM di sentra industri tas dan koper Tanggulangin. | <p>kerja dan pendidikan</p> | <p><i>Enterpreneurial Knowledge</i>, dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Modal Kerja, Pendidikan Dan Teknologi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objek dari penelitian terdahulu ialah Umkm Di Sentra Industri Tas Dan Koper Tanggulangin sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya |
| 8. | <p>“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha” oleh Gloria Patri Cendyta,</p> | <p>Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh positif pendidikan kewirausahaan | <ul style="list-style-type: none"> - Sama-sama mencakup variabel pendidikan | <ul style="list-style-type: none"> - Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media</i>, <i>Enterpreneurial Knowledge</i>, dan <i>Capital Availability</i> |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| | Rachmawati Novaria, Sri Andayani 2019 | <p>terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh positif kreativitas terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. - Pendidikan kewirausahaan dan kreativitas secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. | | <p>sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Pendidikan Kewirausahaan Dan Kreativitas</p> |
| 9. | <p>“Pengaruh Kemampuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Laundry Di Kelurahan Nginden Jangkungan Kota Surabaya” oleh Jastrina Pindaw Diana Juni Mulyanti, IGN Anom Martua 2023</p> | <p>Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan Kewirausahaan berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Laundry yang ada di kelurahan Nginden Jangkungan Kota Surabaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. - Media Sosial berpengaruh Terhadap Keberhasilan | <ul style="list-style-type: none"> - Sama-sama mencakup variabel media sosial | <ul style="list-style-type: none"> - Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge</i>, dan <i>Capital Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Kemampuan Kewirausahaan Dan Media Sosial - Objek dari penelitian terdahulu ialah Usaha Laundry |

| | | | | |
|----|---|--|---|---|
| | | <p>Usaha Laundry yang ada di kelurahan Nginden Jangkungan Kota Surabaya, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.</p> <p>- Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Kemampuan Kewirausahaan dan Media Sosial Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap Usaha laundry yang berada di kelurahan Nginden Jangkungan Kota Surabaya.</p> | | <p>Di Kelurahan Nginden Jangkungan Kota Surabaya sedangkan objek penelitian penulis Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya</p> |
| 10 | <p>“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Attitude Toward Entrepreneurship Terhadap</p> | <p>Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan</p> <p>- Pendidikan Kewirausahaan dapat</p> | <p>- Sama-sama mencakup variabel pendidikan</p> | <p>- Peneliti menggunakan variabel <i>Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge, dan Capital</i></p> |

| | | | | |
|--|---|---|--|--|
| | <p>Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)” Oleh Hikmah et al. (2023)</p> | <p>mempengaruhi Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus. - Lingkungan Keluarga dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus. - Attitude Toward Entrepreneurship dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus.</p> | | <p><i>Availability</i> sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Attitude Toward Entrepreneurship</p> |
|--|---|---|--|--|

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kewirausahaan

2.2.1.1 Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) dapat diartikan sebagai jiwa, semangat, sikap, perilaku, dan potensi kemampuan individu dalam mengelola usaha dan/atau kegiatan yang mengarah pada upaya menemukan, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi guna memberikan pelayanan yang lebih baik. dan memperoleh keuntungan yang lebih besar (Subijanto, 2012).

Kewirausahaan pada prinsipnya merupakan suatu kemampuan berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, motivator, tujuan, siasat/strategi, dan kiat-kiat dalam menghadapi tantangan hidupnya (Hunger dan Wheelen, 2003) dalam (Wiratno, 2012).

2.2.1.2 Keberhasilan Kewirausahaan

Seorang wirausaha yang berhasil membuat usaha yang dirintisnya berhasil ialah seseorang yang meningkatkan sumber daya yang tersedia, visi dan misi yang mampu diwujudkan, tingkat pendapatan yang meningkat, produktivitas usaha yang berkembang, citra yang baik dari pelanggan dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya (Irawan dan Mulyadi, 2016) dalam (Arnesia, 2020).

2.2.1.3 Nilai-Nilai Kewirausahaan

Menurut Alma (2011) serta Irawan dan Mulyadi (2016) dalam (Arnesia, 2020):

1. Percaya Diri
2. Inisiatif
3. Memiliki Motif Berprestasi
4. Memiliki Jiwa Pemimpin
5. Berani
6. Orisinalitas
7. Tingkat Pendapatan
8. Tingkat Produktivitas
9. Visi dan Misi yang tercapai dan
10. Citra Baik dari Pelanggan.

2.2.2 *Positive Impact Use of Social Media*

2.2.2.1 Pengertian/Definisi *Positive Impact Use of Social Media*

Positive Impact Use of Social Media adalah dampak positif dari penggunaan sosial media. Menurut Cross (2013) dalam (Sahroh, 2018) “media sosial adalah ungkapan yang mengacu pada sekelompok teknologi yang menyatukan orang-orang untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan interaksi konten pesan online.” Menurut Carr & Hayes (2015) dalam (Fairuz Mahdiyyah & Tjipto Subroto, 2022) media sosial merupakan infrastruktur online yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk terhubung dan berkomunikasi dengan komunitas yang lebih luas, meskipun tidak mendorong harga diri konsumen yang bersumber dari konsentrasi, loyalitas, dan kesadaran akan hubungan pribadi dengan orang lain.

Dari definisi di atas, media sosial berarti alat komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan sesama pengguna, baik secara pribadi atau publik, dan berbagi konten dengan cepat dan mudah.

2.2.2.2 Jenis-jenis *Positive Impact Use of Social Media*

Di bawah ini adalah beberapa platform media sosial yang dapat dibedakan satu sama lain berdasarkan karakteristik dan penerapannya menurut (Hardy, 2016) dalam (Rijalus, 2018):

a. *Relationship Networks*

Di mata masyarakat umum, media sosial hanyalah situs tempat orang berinteraksi dan berkomunikasi. Beberapa platform media sosial yang diklasifikasikan sebagai *Relationship Networks* adalah Google Plus, Facebook, LinkedIn, dan lain sebagainya.

b. *Media Sharing Networks*

Berbeda dengan platform media sosial lainnya, fokus utama yang satu ini Instagram, konten visual. Memang benar bahwa pengguna memiliki kemampuan untuk mengunggah dan mengedit gambar sebelum menandai atau menyebut pengguna lain di keterangan. Hal yang sama berlaku untuk platform media sosial seperti YouTube dan Vimeo selain aplikasi berbasis video seperti Vine dan Snapchat sebagai subjek utama

c. *Online Reviews*

OpenRice, TripAdvisor, dan Zomato merupakan tiga contoh platform review online berbasis lokasi yang memiliki keunikan tersendiri sebagai media sosial yang menggunakan teknologi geolokasi. Sistem identifikasi lokasi geografis disebut geolokasi. Menentukan keberadaan suatu barang, seperti komputer atau ponsel pintar terhubung dengan internet. Saat ini, teknologi ini bersifat tidak langsung menciptakan lanskap media sosial yang lebih canggih.

d. Forum Diskusi

Salah satu bentuk media sosial paling awal yang ada pada tahun-tahun awal internet adalah forum diskusi. Pengguna internet berkumpul dalam kelompok jauh sebelum mereka menggunakan Facebook untuk menandai teman di gambar.

e. *Social Publishing Platforms*

Blog dan microblog merupakan termasuk social media publishing. Platform ini dipisahkan ke dalam kategori seperti media sosial yang dapat digunakan untuk interaksi real-time yang mendalam di Twitter termasuk kategori mikroblogging. Apabila strategi pemasaran menggunakan content marketing, akan lebih efektif apabila pemasaran menggunakan blog.

f. *E-commerce*

Terakhir, namun sama pentingnya, ini sedang terjadi, media sosial memungkinkan pengguna berbelanja dan menelusuri produk hanya dengan

beberapa ketukan jari. Ibarat Buka Lapak, Lazada, Shoopee, Blibli dan online shopping lainnya.

Menurut (Lampauta dkk., 2023) Dalam era global ini menggunakan media sosial dapat mempermudah konsumen untuk berinteraksi kepada pemilik usaha, jenis media sosial tersebut berupa:

- a. Whatsapp
- b. Instagram dan
- c. Facebook

2.2.2.3 Dampak Positif Penggunaan Sosial Media

Menurut (Sanggabuwana & Andrini, 2017) Sebenarnya ada banyak cara untuk mendapatkan keuntungan dari bisnis sederhana. Misalnya keuntungan pemasaran strategis sambil memanfaatkan media sosial yang berfungsi dengan baik antara lain:

1. Media sosial dapat mengurangi semua biaya pemasaran. Menggunakan Twitter, grup di WhatsApp dan Facebook jauh lebih murah daripada membuat brosur sebagai alat pemasaran dan riset pasar.
2. Media sosial berdampak pada hasil pencarian di mesin pencari. Ini menunjukkan seorang wirausaha UKM berharap media sosial akan melakukan hal tersebut yang kemudian berpengaruh terhadap tampilan situs web bisnis melalui mesin pencari, caranya adalah dengan menghasilkan konten terbaik dan menarik, sehingga situs web akan bekerja jika anda tertarik dengan materinya. Yang jelas, buatlah link ke website tersebut maka akan meningkatkan lalu lintas situs web. Media sosial adalah instrumen yang ideal untuk menemukan pengunjung yang dapat diterima bahkan menyebarluaskan web secara gratis.
3. Media sosial dapat digunakan untuk memberikan layanan yang menguntungkan pelanggan. dengan penggunaan media sosial mirip dengan Facebook atau Twitter mudah berkomunikasi, dan memungkinkan pemilik usaha kecil untuk menjawab pertanyaan dari pelanggann, hal itu juga dapat terlihat oleh pelanggan lain.
4. Dengan media sosial yang digunakan para pengusaha UKM mampu menciptakan karakter online berdasarkan kepribadian bisnis sesuka hati. Media sosial cocok untuk mendemonstrasikan kepribadian bisnis UKM, yang mampu menampilkan informasi pekerja, kantor, dan lain-lain. Membangun citra merek pada merek perusahaan secara sederhana sehingga mudah diingat dan dapat menjaga loyalitas pelanggan.
5. Media Sosial dapat menjebatani pengusaha UKM menjalin hubungan dengan perusahaan lain. Media sosial juga dapat menghubungkan pemilik

bisnis dengan pelanggan, serta mendapat relasi partner dan distributor baru. Bahkan media sosial memungkinkan pengusaha memiliki kesempatan untuk memberikan layanan pelanggan terbaik melalui komunikasi media online.

6. Pelanggan dapat memberikan ulasan terkait bisnis keramik di media sosial, dimana ketika pelanggan memberikan pujian pada layanan pelayanan UKM maka secara tidak langsung dapat memberikan testimoni kepada teman-teman mereka, kemungkinan besar hal itu akan menjadikan mereka pelanggan potensial juga.
7. Dengan media sosial yang digunakan para pengusaha UKM di bidang keramik bisa memberi nilai tambah bermanfaat, jika pemilik mampu memenuhi permintaan pelanggan, maka perusahaan memiliki nilai tambah yang signifikan. Pelanggan akan merasa dihargai.
8. Media sosial memfasilitasi pemilik UKM untuk menerima manfaat yang kompetitif jika menerapkannya dengan benar, media sosial bisa meningkatkan jumlah pencarian perusahaan UKM dengan memberi layanan pelanggan terbaik, menciptakan kepribadian online yang kuat, bertemu calon mitra bisnis baru dan membangun koneksi.

2.2.2.4 Dampak Negatif Penggunaan Sosial Media

(Sanggabuwana & Andrini, 2017) dampak negatif dari penggunaan sosial media dalam berwirausaha antara lain:

- 1) Ada kesenjangan dalam pengetahuan. Baik antara pengguna media sosial yang memiliki akses mudah terhadap beragam informasi dan non-pengguna, atau dalam komunitas media sosial itu sendiri, seperti antara anggota kelompok dan non-anggota.
- 2) Kecanduan media sosial, suatu kondisi di mana seseorang mengembangkan ikatan yang kuat dengan media sosial. menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial, yang menyebabkan dia sering mengabaikan orang lain dan bahkan tugas-tugas yang seharusnya dia lakukan.
- 3) Menurunnya intensitas komunikasi tatap muka.
- 4) Menimbulkan rasa iri pada orang lain. Misalnya dengan membagikan produk bermerek berbeda atau sejenisnya di media sosial.
- 5) Mengambil identitas baru yang benar-benar bertentangan dengan siapa diri anda sebenarnya.
- 6) Pencurian identitas, seperti memalsukan pembuatan profil Facebook artis agar terkesan asli.
- 7) Pencurian atau penggunaan data yang tidak semestinya, termasuk catatan, gambar, dll.

- 8) Memproduksi konten palsu.
- 9) Konsumtif, seperti tertarik pada berbagai iklan dan secara impulsif menggunakan kartu kredit untuk melakukan pembelian.
- 10) Memudahkan penyebaran virus. Misalnya dengan menulis konten yang tertaut ke website tertentu yang terinfeksi virus.

2.2.2.5 Indikator *Positive Impact Use of Social Media*

Indikator tingkat penggunaan media sosial menurut Kurniawan dan Harti (2013) dalam (Sahroh, 2018) yaitu:

1. Sarana komunikasi
2. Akses internet
3. Pemanfaatan

2.2.3 *Enterpreneurial Knowledge*

2.2.3.1 Pengertian/Definisi *Enterpreneurial Knowledge*

Enterpreneurial Knowledge adalah pengetahuan berwirausaha, menurut (Alma, 2013) dalam (Yanti, 2019) proses mendidik siswa untuk mendirikan usaha sekaligus memupuk jiwa kewirausahaan untuk menghasilkan wirausahawan yang terampil dikenal dengan pendidikan kewirausahaan. Menurut Chimucheka, (2013) dikutip dalam (Yanti, 2019) menyatakan bahwa salah satu faktor yang melatar belakangi tumbuhnya kewirausahaan di suatu negara adalah peran perguruan tinggi dalam menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan.

Pendidikan Kewirausahaan adalah program atau kurikulum pendidikan yang fokus pada pengajaran konsep bisnis, keterampilan manajemen, dan pemahaman tentang bagaimana memulai dan menjalankan bisnis.

2.2.3.2 Manfaat *Enterpreneurial Knowledge*

Jiang et al (2017) dalam (Wardhani & Nastiti, 2023) tentang Pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan pasca sekolah menengah menunjukkan bagaimana pendidikan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha.

Latief et al. (2018) dan Syardiansah et al. (2020) dalam (Wardhani & Nastiti, 2023), Universitas menawarkan kurikulum kewirausahaan dalam upaya untuk menarik minat masyarakat terhadap bidang ini, khususnya mahasiswa.

Meskipun pendidikan kewirausahaan dapat dimulai melalui mata kuliah di universitas, proses menjadi wirausaha akan lebih cepat jika pendidikan kewirausahaan diintegrasikan ke dalam keluarga, masyarakat, dan lembaga pendidikan (Mora et al., 2020; Latief et al., 2019) dalam (Wardhani & Nastiti, 2023).

2.2.3.3 Kebijakan *Enterpreneurial Knowledge*

Dalam implementasi program pendidikan kewirausahaan, terdapat dua kebijakan terkait dengan kewirausahaan, yaitu:

- 1) Kewirausahaan sebagai mata pelajaran di tingkat pendidikan menengah, dan sebagai mata kuliah pada jenjang pendidikan tinggi, serta
- 2) Kewirausahaan sebagai keahlian yang mengacu pada standar kompetensi (Depdiknas, 2010) dalam (Wiratno, 2012).

2.2.3.4 Indikator *Enterpreneurial Knowledge*

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Pendidikan Kewirausahaan adalah indikator yang disebutkan oleh M. Yusuf dan Sutanti (2020) dalam (Hidayati & Rosmita, 2022):

1. Kurikulum
2. Kualitas Tenaga Pendidik
3. Fasilitas Belajar Mengajar

2.2.4 *Capital Availability*

2.2.4.1 Pengertian/Definisi *Capital Availability*

Menurut (Putri dkk, 2014), dalam (Wardani & Dewi, 2021) Sejumlah uang yang dapat digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan bisnis disebut modal bisnis. Menurut (Putri dkk, 2014) dalam (Wardani & Dewi, 2021) modal usaha seharusnya tersedia sebelum seseorang memutuskan untuk memulai usahanya.

Capital Availability adalah ketersediaan sumber daya finansial atau keuangan yang dapat digunakan oleh individu, perusahaan, atau organisasi untuk mendukung aktivitas bisnis, proyek, atau keperluan finansial lainnya.

2.2.4.2 Manfaat *Capital Availability*

Manfaat *Capital Availability* kerja menurut Munawir (2004) dalam (Ginting, 2018) adalah:

- a. Melindungi bisnis dari krisis modal kerja yang disebabkan oleh penurunan nilai aset lancar.
- b. Memungkinkan pembayaran semua hutang tepat waktu.
- c. Memungkinkan penyimpanan inventaris yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- d. Memungkinkan bisnis untuk menawarkan persyaratan kredit yang lebih baik kepada klien mereka.
- e. Memungkinkan bisnis berjalan lebih efektif karena mendapatkan produk atau layanan yang mereka butuhkan sangatlah mudah.

2.2.4.3 Jenis *Capital Availability*

(Tambunan, 2020) Jenis-jenis modal menurut sumbernya terdiri dari:

- 1) Modal asing/utang,
Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang di peroleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya di peroleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi, dan komisi yang besarnya
- 2) Modal sendiri,
Modal sendiri adalah dana yang di siapkan oleh pengusaha dalam memulai dan mengembangkan usaha dan berasal dari simpan di rumah maupun di Bank dalam bentuk simpanan dan deposito
- 3) Modal patungan.
Patungan modal atau *joint venture* adalah sebuah struktur perjanjian dengan dua pihak perusahaan atau lebih yang bertujuan sama. Perjanjian tersebut tidak dibedakan antara joint venture sebagai penanam modal asing maupun penanam modal dalam negeri menurut (Suryana dkk., 2020).

Sedangkan, jenis modal berdasarkan bentuknya menurut (Tambunan, 2020):

- 1) Modal investasi, dan
Modal investasi adalah modal yang di gunakan untuk jangka Panjang dan dapat di gunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun. Penggunaan utama modal investasi jangka panjang adalah untuk membeli aktiva tetap, seperti tanah, bangunan dan gedung, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, serta inventaris lainnya
- 2) Modal kerja.
Modal kerja adalah modal yang di gunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun. Modal kerja di gunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan, dan biaya pemeliharaan serta biaya- biaya lainnya.

2.2.4.4 Indikator *Capital Availability*

Nugraha (2011:9) dalam (K. Putri dkk., 2014) “modal usaha adalah uang yang dijadikan pokok, atau induk, dalam bertransaksi, mengeluarkan uang, dan lain sebagainya; aset adalah uang, barang, atau sumber daya lain yang dapat digunakan untuk menciptakan sesuatu yang menambah nilai. Dari pengertian tersebut dapat maka indikator modal usaha:

1. Struktur permodalan: modal sendiri dan modal pinjaman
2. Memanfaatkan modal tambahan

3. Hambatan untuk memperoleh modal dari luar
4. Keadaan usaha setelah penambahan modal

2.2.5 Minat Berwirausaha

2.2.5.1 Pengertian/Definisi Minat Berwirausaha

Menurut Mahanani dan Sari (2018) dalam (Wardani & Dewi, 2021) keinginan untuk memiliki dan menjalankan usaha sendiri dikenal dengan istilah minat berwirausaha. Sedangkan menurut Mat dkk. (2015) dalam (Wardani & Dewi, 2021) minat berwirausaha bukan sekedar keinginan, ini adalah keinginan yang didukung oleh bukti tambahan, seperti mengambil langkah proaktif untuk terlibat dalam upaya kewirausahaan.

Dari definisi di atas maka minat berwirausaha adalah minat berwirausaha adalah kemauan untuk mengejar peluang bisnis, mengatasi tantangan, dan menciptakan nilai dalam dunia bisnis, serta memiliki dorongan untuk mengambil risiko guna mencapai tujuan bisnis.

2.2.5.2 Faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha

Tidak dapat dipungkiri, salah satu aspek terpenting dalam dunia usaha adalah ketersediaan modal usaha, Oleh karena itu, tidak heran jika modal usaha dianggap dapat memicu minat seseorang untuk menjadi seorang wirausaha (Alma, 2010), tingkat modal usaha yang tinggi akan meningkatkan minat masyarakat untuk menekuni wirausaha (Anggraini, 2017) dalam (Wardani & Dewi, 2021).

Selain faktor di atas, elemen tambahan yang juga dapat mempengaruhi minat berwirausaha adalah kreativitas dan inovasi (Mahanani & Sari, 2018) dalam (Wardani & Dewi, 2021).

Penelitian Yusuf & Sutanti (2020) dalam (Wardhani & Nastiti, 2023) menunjukkan bahwa:

- 1) Minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pendidikan kewirausahaan;
- 2) Minat mahasiswa dalam berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh lingkungan; dan
- 3) Minat berwirausaha siswa dipengaruhi secara positif dan signifikan baik oleh pendidikan kewirausahaan maupun lingkungan.

2.2.5.3 Indikator Minat Berwirausaha

Menurut Rasli dalam Jaya dan Seminari (2016) dalam (Meifa & Sanjaya, 2022) minat berwirausaha diukur dengan skala entrepreneurial intention dengan indikator:

- 1) Memiliki keputusan untuk memulai bisnis sendiri
- 2) Memiliki rencana mendirikan bisnis sendiri dan
- 3) Menargetkan intensitas kewirausahaan

2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional

2.3.1 Definisi Konsep

Definisi konseptual menurut Singarimbun dan Effendi (2001:121) dalam (W. Putri dkk., 2023) adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti dalam mengoperasikan konsep tersebut di lapangan.

2.3.2 Definisi Operasional

Definisi Operasional definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 1999: 152) dalam (Ali, 2022).

Tabel 2.2 Indikator Setiap Variabel

| Variabel | Definisi Konsep | Definisi Operasional |
|--|--|---|
| <i>Positive Impact Use of Social Media</i> | Menurut Cross (2013) dalam (Sahroh, 2018) “media sosial adalah ungkapan yang mengacu pada sekelompok teknologi yang menyatukan orang-orang untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan interaksi konten pesan online.” | Menurut Kurniawan dan Harti (2013) dalam (Sahroh, 2018) yaitu: a. Sarana komunikasi b. Akses, <i>network</i> , jaringan c. Pemanfaatan |
| <i>Entrepreneurial Knowledge</i> | (Alma, 2013) dalam (Yanti, 2019) proses mendidik siswa untuk mendirikan usaha sekaligus memupuk jiwa kewirausahaan untuk menghasilkan wirausahawan yang terampil dikenal dengan pendidikan kewirausahaan. | M. Yusuf dan Sutanti 2020:77 dikutip dari (Hidayati & Rosmita, 2022): a. Kurikulum b. Kualitas Tenaga Pendidik c. Fasilitas Belajar Mengajar |
| <i>Capital Availability</i> | (Putri dkk., 2014), dalam (Wardani & Dewi, 2021) Sejumlah uang yang dapat digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan bisnis disebut modal bisnis. | Nugraha (2011:9) dalam (K. Putri dkk., 2014) a. Memanfaatkan modal tambahan |

| | | |
|--------------------|---|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> b. Hambatan untuk memperoleh modal dari luar c. Keadaan usaha setelah penambahan modal |
| Minat Berwirausaha | Mahanani dan Sari (2018) dalam (Wardani & Dewi, 2021) keinginan untuk memiliki dan menjalankan usaha sendiri dikenal dengan istilah minat berwirausaha. | <p>Menurut Rasli dalam Jaya dan Seminari (2016) dalam (Meifa & Sanjaya, 2022) minat berwirausaha diukur dengan skala entrepreneurial intention dengan indikator:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki keputusan untuk memulai bisnis sendiri b. Memiliki rencana mendirikan bisnis sendiri dan c. Menargetkan intensitas kewirausahaan |

2.4 Pola Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Hubungan *Positive Impact Use of Social Media Terhadap Minat Berwirausaha*

Adanya media sosial dinilai lebih baik dan bisa meningkatkan minat belajar dalam berwirausaha. Seperti pada penelitian (Fairuz Mahdiyyah & Tjipto Subroto, 2022) bahwa pemanfaatan sosial media dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Dampak positif penggunaan media sosial mempengaruhi minat berwirausaha seseorang, media sosial menjadi sumber informasi yang besar dan dapat diakses dengan mudah. Melalui platform seperti Tiktok, Twitter, dan Instagram, pengguna dapat mengakses berbagai cerita sukses, tips, dan panduan tentang wirausaha. Hal ini dapat memberikan inspirasi dan memotivasi individu untuk mengeksplorasi ide-ide bisnis mereka sendiri. Media sosial memungkinkan individu untuk membangun jaringan yang luas dengan profesional, pelaku bisnis, investor potensial, dan mentor. Melalui berbagai grup dan komunitas yang terkait dengan wirausaha, individu dapat berinteraksi, berbagi pengetahuan, dan memperluas jaringan mereka. Ini dapat membantu dalam mendapatkan dukungan, saran, dan sumber daya yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Media sosial juga merupakan platform yang efektif untuk mempromosikan produk atau layanan. Dengan biaya yang relatif rendah atau bahkan gratis, pengguna dapat

menciptakan konten kreatif, membangun merek mereka, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini dapat membantu para wirausahawan baru untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan potensial tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk pemasaran konvensional.

2.4.2 Hubungan *Entrepreneurial Knowledge* Terhadap Minat Berwirausaha

Pendidikan kewirausahaan seperti penguasaan dalam keahlian untuk mengenali peluang – peluang bisnis baru, memuali sebuah bisnis dan organisasi kewirausahaan dimana keahlian tersebut di dapat dari pendidikan kewirausahaan di bangku perkuliahan dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, seperti dalam penelitian (Cendyta dkk., 2019) bahwa terdapat pengaruh positif pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Pengetahuan wirausaha atau entrepreneurial knowledge merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi minat seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Pengetahuan wirausaha membantu seseorang memahami proses bisnis secara menyeluruh, termasuk tahapan mulai dari perencanaan bisnis hingga eksekusi dan pengembangan. Dengan pemahaman ini, individu cenderung lebih percaya diri dan termotivasi untuk memulai bisnis mereka sendiri. Pengetahuan wirausaha memungkinkan seseorang untuk mengenali peluang bisnis di sekitar mereka. Ini mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar yang tidak terpenuhi, tren industri, dan celah pasar yang dapat dieksploitasi. Semakin baik pemahaman tentang bagaimana mengenali dan mengevaluasi peluang bisnis, semakin besar kemungkinan seseorang untuk tertarik pada wirausaha. Pengetahuan wirausaha juga mencakup pemahaman tentang bagaimana mengelola risiko dalam bisnis. Ini termasuk identifikasi, evaluasi, dan mitigasi risiko yang terkait dengan memulai dan menjalankan bisnis. Individu yang memiliki pengetahuan ini cenderung lebih siap untuk menghadapi tantangan dan ketidakpastian yang melekat dalam dunia wirausaha.

2.4.3 Hubungan *Capital Availability* Terhadap Minat Berwirausaha

Ada pengaruh modal usaha terhadap pengembangan usaha, artinya semakin baik pengusaha mengelola modal usaha yang dimiliki, maka semakin baik pula pengembangan usaha yang dilakukan, seperti pada penelitian (K. Putri dkk., 2014). *Capital Availability* memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha, *Capital Availability* yang mudah diakses dapat meningkatkan minat seseorang untuk memulai bisnis. Ketika seseorang merasa bahwa modal tersedia dengan mudah, mereka cenderung lebih termotivasi untuk mengambil langkah-langkah awal dalam memulai bisnis mereka sendiri. *Capital Availability* juga dapat mempengaruhi persepsi terhadap peluang investasi. Jika seseorang melihat bahwa modal tersedia dalam jumlah yang memadai, mereka mungkin lebih cenderung untuk melihat peluang-peluang bisnis yang menarik dan

merasa lebih percaya diri untuk mengambil risiko dalam berwirausaha. Selain itu, modal yang cukup dapat memberikan ruang bagi inovasi dan pengembangan ide. Ketika seseorang memiliki akses ke modal yang cukup, mereka dapat mengalokasikan sumber daya untuk riset dan pengembangan produk atau layanan baru, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat mereka untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha.

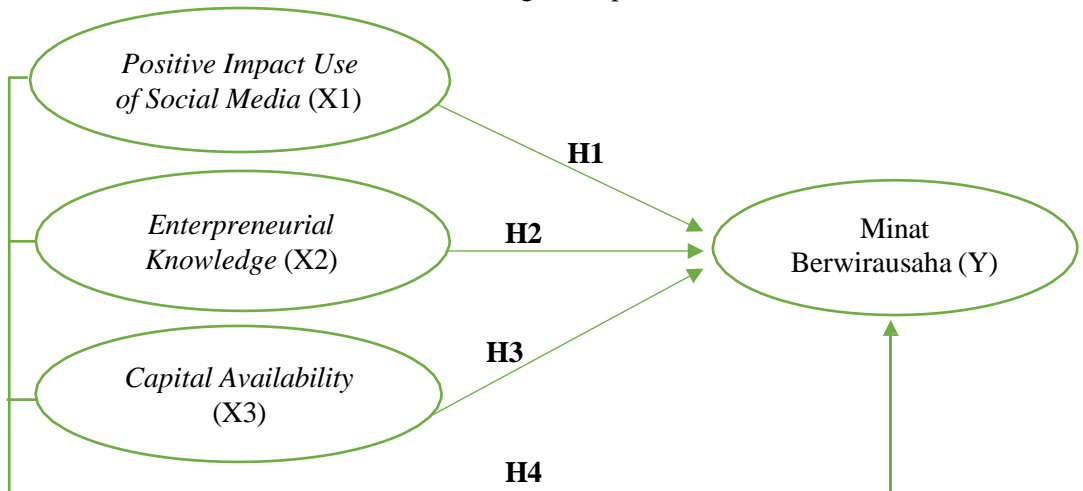
2.4.4 Hubungan *Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge, Capital Availability Terhadap Minat Berwirausaha*

Hubungan antara penggunaan media sosial, pengetahuan wirausaha, dan *Capital Availability* menciptakan fondasi yang kuat untuk meningkatkan minat seseorang dalam berwirausaha. Pertama, penggunaan media sosial memberikan akses yang luas terhadap informasi, inspirasi, dan komunitas wirausaha, memperluas wawasan dan koneksi individu dalam dunia bisnis. Melalui media sosial, seseorang dapat belajar dari pengalaman orang lain, menemukan peluang bisnis, dan membangun jejaring yang berharga. Kedua, pengetahuan wirausaha mempersiapkan individu dengan pemahaman yang mendalam tentang proses bisnis, keterampilan manajemen, dan kepekaan terhadap peluang. Dengan pemahaman ini, individu memiliki landasan yang kokoh untuk merencanakan dan melaksanakan ide-ide bisnis mereka dengan lebih percaya diri. Terakhir, *Capital Availability* memberikan dukungan finansial yang penting untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Modal yang cukup memungkinkan individu untuk mengambil risiko yang terkontrol, mengakses sumber daya tambahan, dan mewujudkan visi bisnis mereka. Secara keseluruhan, kombinasi penggunaan media sosial yang bijak, pengetahuan wirausaha yang mendalam, dan *Capital Availability* yang memadai secara bersama-sama membentuk lingkungan yang mendukung dan merangsang minat berwirausaha, membuka pintu bagi kesempatan dan pertumbuhan di dunia bisnis.

2.5 Kerangka Berpikir

Melalui landasan teori dan penelitian terdahulu di atas, maka dapat disusun kerangka berpikir dalam penelitian ini dengan model yang mencakup tiga variabel independen, *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Capital Availability*. Lalu terdapat satu variabel dependen yaitu minat berwirausaha.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Data primer diolah penulis, 2024

Pada kerangka pikir di atas, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan beberapa variabel yakni *Positive Impact Use of Social Media* sebagai (X1), *Entrepreneurial Knowledge* sebagai (X2), *Capital Availability* sebagai (X3) Minat Berwirausaha sebagai variabel (Y). Peneliti ingin mengetahui ada tidaknya Pengaruh *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge* dan *Capital Availability* terhadap Minat Berwirausaha baik secara parsial maupun simultan dengan sampel Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

2.6 Hipotesis

Hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2016: 64) dalam (Ali, 2022) adalah jawaban sementara dari masalah yang sedang diteliti atau suatu jawaban yang belum diuji kebenarannya dan bersifat sementara dan dugaan peneliti, sehingga kebenaran dugaan tersebut perlu dibuktikan melalui data yang sudah terkumpul. Berikut ini hipotesis yang dapat diambil dari penelitian ini yang didasarkan pada rumusan masalah, landasan teori, dan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya:

1. H0₁: Tidak ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP Program Studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

- Ha₁: Ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP Program Studi Administrasi Niaga Untag Surabaya
2. H₀₂: Tidak ada pengaruh antara *Enterpreneurial Knowledge* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya
- Ha₂: Ada pengaruh antara *Enterpreneurial Knowledge* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya
3. H₀₃: Tidak ada pengaruh antara *Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya
- Ha₃: Ada pengaruh antara *Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya
4. H₀₄: Tidak ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media, Enterpreneurial Knowledge, Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya
- Ha₄: Ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media, Enterpreneurial Knowledge, Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya.