

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Media Sosial

2.1.1.1 Definisi Media Sosial

Carr and Hayes (2015) mendefinisikan sosial media sebagai saluran berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi secara oportunistik dan selektif dalam menampilkan dirinya, baik secara realtime atau tidak, dengan audiens yang luas atau sempit, yang mendapatkan nilai dari konten yang dibuat pengguna dan persepsi dari interaksinya dengan orang lain (Beemt, Thurlings, & Willems, 2020, p. 35)

Media sosial merupakan sarana yang memungkinkan interaksi antarmanusia secara online tanpa batasan ruang dan waktu (Maulana & Salsabila, 2020). Dengan demikian, media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten sesuai pengguna masing-masing (user generated content).

Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) Media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan yaitu media berbasis internet yang memungkinkan didalamnya terdapat interaksi antara individu ataupun suatu kelompok dan organisasi yang di bangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten sesuai pengguna masing-masing (user generated content).

2.1.1.2 Jenis-Jenis Media Sosial

Terdapat beberapa jenis dari media sosial, yaitu (Nasrullah, 2015):

1. Social Networking Yaitu sebuah wadah yang dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi dalam dunia virtual. Contoh dari social networking adalah seperti Instagram dan Facebook.
2. Blog Yaitu salah satu media sosial di mana di dalamnya memberikan pengguna ruang untuk membagikan kegiatan sehari-harinya, saling memberikan pendapat dengan pengguna lain, dan sebagainya.
3. Microblogging Yaitu sebuah media sosial di mana di dalamnya memberikan ruang bagi pengguna untuk mengunggah pesan berupa tulisan dan pendapat. Contoh microblogging adalah media sosial Twitter.
4. Media Sharing Yaitu sebuah media sosial di mana di dalamnya memberikan penggunanya ruangan untuk sharing dan menyimpan berbagai macam media seperti gambar/foto, video, audio/rekaman, dan dokumen secara digital. Contohnya ialah YouTube dan Flickr.
5. Social Bookmarking Yaitu salah satu media sosial yang memiliki kegunaan untuk menyimpan, mengolah, dan mengeksplor suatu informasi/berita

secara online. Contoh salah satu situs social bookmarking yang terkenal adalah Flipboard.

6. Wiki Wiki merupakan sebuah media sosial yang mana isi dari media sosialnya merupakan hasil dari perpaduan informasi para pengguna sehingga sewaktu-waktu pengguna web dapat mengedit konten/informasi yang telah dipublikasi dalam Wiki.

2.1.1.3 Fungsi-Fungsi Media Sosial

Menurut Puntodi (2011), media sosial memiliki beberapa fungsi, di antaranya ialah:

1. Media sosial dapat memberikan kesempatan bagi pebisnis agar dapat berinteraksi lebih intens dengan konsumen. Media sosial menyediakan konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial, berbagai para pebisnis dapat mengetahui lebih jauh kebiasaan dari konsumen yang ditargetkan, dapat melakukan suatu komunikasi secara personal, serta dapat membangun sebuah interest yang lebih dalam bagi konsumennya tersebut.
2. Keuntungan dalam membangun personal branding melalui sosial media. Melakukan personal branding dalam media sosial tidak memerlukan trik atau popularitas palsu sebab yang akan menentukan hal tersebut ialah audiens. Beragam media sosial dapat menjadi media bagi para pengguna untuk berkomunikasi, berdiskusi, dan bahkan bisa mendapatkan suatu popularitas dalam media sosial.

2.1.1.4 Keunggulan Dan Kelemahan Penggunaan Media Sosial

Berikut ini adalah beberapa keunggulan dan kelemahan penggunaan media sosial dalam komunikasi perusahaan dengan pelanggan (Haryanto, 2016):

1. Keunggulan Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Perusahaan dengan Pelanggan:
 - a. Jangkauan yang luas: Media sosial memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih besar dan diversifikasi, tanpa batasan geografis. Hal ini membuka peluang untuk menjangkau pelanggan potensial di berbagai lokasi. (Kaplan, A. M., & Haenlein, 2010a)
 - b. Interaksi langsung: Melalui media sosial, perusahaan dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, mendengarkan umpan balik, menjawab pertanyaan, dan memberikan dukungan. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperkuat hubungan. (Kotler, P., & Keller, 2017)
 - c. Peluang pemasaran yang efektif: Media sosial menyediakan platform yang efektif untuk mempromosikan produk atau layanan, mengadakan kontes, dan menawarkan penawaran khusus. Dengan menggunakan strategipemasaran yang tepat, perusahaan dapat menarik perhatian pelanggan potensial. (Mangold, W. G., & Faulds, 2009a)
2. Kelemahan Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Perusahaan dengan Pelanggan:
 - a. Konten negatif atau keluhan publik: Media sosial memberikan platform yang terbuka untuk pengguna menyampaikan keluhan atau

memberikan ulasan negatif. Hal ini dapat dengan cepat menyebar dan berdampak negatif pada citra perusahaan jika tidak ditangani dengan baik. (Liu,B., & Zhang, 2012)

- b. Risiko privasi dan keamanan: Penggunaan media sosial meningkatkan risiko privasi dan keamanan data. Perusahaan harus memastikan bahwa informasi pelanggan yang sensitif tidak terpapar atau disalahgunakan melalui platform media sosial. (Fuchs, 2017)
- c. Keterbatasan kontrol pesan: Dalam media sosial, perusahaan memiliki keterbatasan dalam mengendalikan dan mempertahankan konsistensi pesan yang disampaikan. Pengguna media sosial juga dapat menginterpretasikan atau menyebarkan pesan perusahaan dengan cara yang tidak diinginkan.

2.1.1.5 Indikator Media Sosial

Menurut (Kurniawan ,Harti 2013) Indikator Media Sosial yaitu:

1. 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.
2. Akses, menjelaskan bahwa mengakses media sosial tidak memerlukan biaya yang banyak dan dapat memanfaatkan wifi secara gratis.
3. Pemanfaatan, menjelaskan bahwa banyak seseorang memanfaatkan media sosial untuk sarana entertainment serta mengetahui berita terkini. Berdasarkan penjelasan diatas bahwa penggunaan media sosial bahwa

media sosial yang dimiliki seseorang dapat bermanfaat lebih dari sekedar berkomunikasi untuk membagikan informasi saja.

Sehingga dengan adanya media sosial sekarang yang telah di unggah seseorang dapat memanfaatkan dan memiliki peran penting dengan cara berwirausaha melalui jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan LinkedIn dapat dengan mudah mempromosikan barang dan jasa melalui sosial media sehingga dapat dengan mudah memulai bisnis atau sebuah usaha baru. Media sosial memiliki peranan penting dalam kewirausahaan, dengan memiliki sosial media dapat membantu menemukan konsumen baru dan dapat memperluas pasar sehingga dimanapun kita berada baik dalam negeri atau luar negeri, dengan hanya memanfaatkan sosial media penjual dengan calon konsumen akan tetap bertemu melalui transaksi chatting pada jejaring sosial.

2.1.2 Pendidikan Kewirausahaan

2.1.2.1 Definisi Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan Kewirausahaan adalah usaha terencana dan aplikatif untuk meningkatkan pengetahuan, intensi atau niat dan kompetensi peserta didik untuk mengembangkan potensi dirinya dengan diwujudkan dalam perilaku kreatif, inovatif dan berani mengambil serta mengelola resiko. (Rosyanti dan Irianto (2019:588).

Pendidikan kewirausahaan adalah sebuah proses dimana seseorang diajarkan untuk mandiri, bisa membaca peluang bisnis dan berjiwa kewirausahaan yang nantinya dapat digunakan sebagai senjata penghancur pengangguran,

kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Gloria Patri Cendyta, 2019).

Pendidikan kewirausahaan adalah pertolongan yang mendidik masyarakat Indonesia agar memiliki dinamika dan kreativitas yang didasarkan pada kepribadian bangsa Indonesia yaitu Pancasila (Purwaningsih & Megaster, 2019).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan yaitu pendidikan kewirausahaan merupakan proses ilmu untuk mengembangkan kreativitas dan inovatif guna mengurangi kemiskinan dan pengangguran yang ada di Indonesia khususnya untuk seorang yang akan menjalankan usaha.

2.1.2.2 Ruang Lingkup Pendidikan Kewirausahaan

Slamet Widodo (2016:118) menyatakan bahwa ruang lingkup pendidikan kewirausahaan ada tiga yaitu:

1. Karakter

Pendidikan karakter termasuk di dalam pendidikan softskills yang merupakan pondasi dari pendidikan kewirausahaan secara keseluruhan

2. Konsep

Materi pembelajaran yang disampaikan meliputi konsep dasar wirausaha dan bisnis. Konsep dasar ini perlu diberikan sehingga peserta didik memahami konsep dan falsafah dari kewirausahaan. Kemampuan peserta didik dalam menyusun rencana bisnis juga menjadi salah satu perhatian. Model pembukuan sederhana juga perlu diajarkan dengan harapan mereka nantinya dapat menjalankan usaha secara akuntabel.

3. Keterampilan

Ruang lingkup keterampilan disesuaikan dengan usaha dan potensi usaha instansi pendidikan. Pada instansi yang mengembangkan pertanian, tentu keterampilan teknis di bidang budidaya pertanian merupakan materi yang disampaikan dalam pembelajaran.

2.1.2.3 Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan

Menurut Laksmi Dewi, Ahmad Yani dan Asep Dudi (2015: 403) Pendidikan kewirausahaan dapat dilaksanakan secara terpadu dalam proses belajar mengajar di instansi pendidikan dengan berbagai kegiatannya. Beberapa pengintegrasian pendidikan kewirausahaan dapat berbentuk :

1. Pendidikan Kewirausahaan Melalui Pengembangan Diri

Kegiatan pengembangan diri merupakan upaya pembentukan karakter termasuk karakter wirausahawan kepribadian peserta didik yang dilakukan melalui kegiatan pelayanan konseling berkenaan dengan masalah pribadi dan kehidupan sosial, kegiatan belajar, dan pengembangan karir. Pengembangan diri bertujuan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan dan mengekspresikan diri. Dalam program pengembangan diri, perencanaan dan pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dapat dilakukan melalui pengintegrasian kedalam kegiatan sehari-hari sekolah misalnya kegiatan 'business day' (bazar, karya peserta didik, dll).

2. Perubahan Pelaksanaan Pembelajaran Kewirausahaan dari Teori ke Praktik

Pembelajaran kewirausahaan diarahkan pada pencapaian tiga kompetensi

yang meliputi penanaman karakter wirausaha, pemahaman konsep dan skill, dengan bobot yang lebih besar pada pencapaian kompetensi jiwa dan skill dibandingkan dengan pemahaman konsep. Salah satu contoh model pembelajaran kewirausahaan yang mampu menumbuhkan karakter dan perilaku wirausaha dapat dilakukan dengan cara mendirikan kantin kejujuran, dsb.

3. **Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan ke dalam Materi Pembelajaran**
Materi merupakan komponen pembelajaran yang paling berpengaruh terhadap apa yang sesungguhnya terjadi pada proses pembelajaran. Banyak pengajar yang mengajar dengan semata-mata mengikuti urutan penyajian dan kegiatan-kegiatan pembelajaran (task) yang telah dirancang oleh penulis buku ajar, tanpa melakukan adaptasi yang berarti. Penginternalisasian nilai-nilai kewirausahaan dapat dilakukan ke dalam bahan materi pelajaran, tugas maupun evaluasi.
4. **Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui Kultur**
Pengembangan nilai-nilai dalam pendidikan kewirausahaan melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan tenaga pengajar, tenaga administrasi ketika berkomunikasi dengan peserta didik dan menggunakan fasilitas sekolah, seperti kejujuran, tanggung jawab, disiplin dan komitmen
5. **Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui Muatan Lokal**
Memberikan peluang kepada peserta didik untuk mengembangkan kemampuannya yang dianggap perlu oleh daerah yang bersangkutan. Contoh peserta didik yang berada di lingkungan sekitar pantai, harus bisa

menangkap potensi lokal sebagai peluang untuk mengelolanya menjadi produk yang memiliki nilai tambah.

2.1.2.4 Indikator Pendidikan Kewirausahaan

Menurut Hutagalung et al. (2017: 336), dalam penelitiannya menyatakan bahwa indikator pendidikan kewirausahaan antara lain:

1. Kurikulum Kompetensi pendidikan berbasis kewirausahaan yang diberikan kepada peserta didik.
2. Kualitas Pendidik Tenaga pendidik harus menguasai ilmu kewirausahaan, dan harus mampu menyampaikan ilmu tersebut dengan baik kepada peserta didik.
3. Fasilitas belajar mengajar Ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan sangat membantu peserta didik untuk menguasai materi tentang kewirausahaan serta membantu pendidik dalam penyampaian.

2.1.3 Minat Berwirausaha

2.1.3.1 Definisi Minat Berwirausaha

Menurut Budi & Fabianus (2018), minat berwirausaha adalah keadaan yang terjadi ketika seseorang melihat ciri atau makna sementara dari situasi sehubungan dengan keinginan atau kebutuhannya sendiri. Dengan demikian dapat diartikan bahwa minat berwirausaha adalah keinginan berwirausaha yang kuat dari seseorang, tanpa didasari atau tidak, yang terpuaskan dengan perilaku tertentu.

Minat dalam berwirausaha merupakan tahap awal yang memainkan peran mendasar bagi seorang individu untuk menciptakan sebuah usaha di masa depan, minat berwirausaha seseorang berasal dari pengenalan peluang usaha serta

memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menciptakan peluang usaha tertentu (Doanh, 2021).

Media sosial saat ini merupakan sarana alternatif bisnis online diluar bisnis konvensional yang dalam teori dikategorikan sebagai e-commerce. E-commerce sudah menjadi bagian sehari-hari bagi para konsumen untuk melakukan transaksi bisnis saat ini. Beberapa hal yang menarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara online diantaranya ialah: transaksi mudah dan cepat dilakukan, harga bersaing dengan pasar konvensional, pengiriman barang dilakukan secara cepat dan pasti sampai ke konsumen (Eddy Soeryanto Soegoto 2018).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan yaitu minat berwirausaha merupakan tahap awal munculnya sebuah keinginan didalam diri seseorang yang mempunyai ketertarikan untuk menciptakan sebuah peluang bisnis dan menciptakan beberapa peluang sebuah usaha baru.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Suryana dalam Rozikin (2014, hlm. 45-47) mengatakan bahwasanya ada faktor dimana secara umum mempengaruhi minat berwirausaha dan dikelompokkan menjadi dua, yakni:

1. Faktor Ekstrinsik Faktor ekstrinsik yaitu sebuah faktor yang berpengaruh pada individu akibat adanya pengaruh rangsangan dari luar. Faktor ekstrinsik yang mempengaruhi minat berwirausaha antara lain lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, kesempatan serta pendidikan/pengetahuan.

- a. Peluang, yaitu sebuah kesempatan yang dimiliki seseorang guna melakukan apa yang diinginkannya atau menjadi impiannya. Sebuah wilayah yang memberikan peluang tersebut dan berani mengubah hambatan menjadi peluang disertai dengan keberanian saat mengambil risiko.
 - b. Lingkungan Keluarga, yaitu kelompok masyarakat kecil yang terdiri dari ayah, ibu, anak, dan anggota keluarga lainnya. Minat berwirausaha timbul jika keluarga individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu itu sendiri. Hal itu dikarenakan segala pengajaran dan kegiatan setiap anggota keluarga akan saling mempengaruhi baik sengaja ataupun tidak.
 - c. Lingkungan Masyarakat, yaitu lingkungan di luar lingkungan keluarga, baik di daerah tempat tinggalnya ataupun di daerah lainnya.
 - d. Pendidikan/Pengetahuan, yakni modal dasar yang berguna untuk berwirausaha.
2. Faktor intrinsik Faktor ini dapat timbul dari adanya rangsangan yang mempengaruhi yang berasal pada diri individu itu sendiri. Berikut faktor intrinsik sebagai upaya mendorong minat berwirausaha individu:
- a. Pendapatan, seseorang bisa mendapatkannya dalam bentuk uang atau barang. Keinginan untuk memperoleh penghasilanlah yang mampu membangkitkan minat berwirausaha.
 - b. Harga Diri, manusia yakni makhluk ciptaan Tuhan yang sangat sempurna yang dikaruniai akal, pikiran serta hati nurani. Oleh karena

itu manusia sangat ingin dihormati dan dihargai satu dengan yang lain. Kewirausahaan berguna sebagai upaya dalam meningkatkan harga diri seseorang, sebab dengan adanya usaha seseorang akan menjadi populer, bergengsi agar tidak tergantung dengan orang lain. Keinginan guna meningkatkan harga diri akan menimbulkan minat seseorang untuk berwirausaha.

- c. Perasaan Senang, yaitu sebuah keadaan hati ataupun peristiwa mental seseorang, baik perasaan senang maupun tidak. Perasaan sangat berkaitan dengan kepribadian seseorang, sehingga respon perasaan seseorang dengan hal yang sama tidaklah sama antara orang yang satu dengan orang lain.

Kadarsih, dkk (2013, hlm. 8) mengatakan bahwasanya ada beberapa faktor yang secara umum dapat berpengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa yakni:

1. Faktor self-efficacy, adapun cita-cita, etos kerja, gigih serta gesit dalam self efficacy karena seseorang yang memiliki keyakinan akan kemampuannya akan berusaha keras dengan semangat, ketekunan dan keuletan guna memperoleh cita-citanya.
2. Faktor kebebasan bekerja, keinginan untuk bebas dalam melaksanakan pekerjaan dengan caranya sendiri, bebas bekerja tanpa terikat waktu dan bebas dari aturan kerja yang mengikat merupakan faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Kebebasan lain yang diinginkan dalam bekerja adalah kebebasan untuk mendapatkan penghasilan yang sesuai

dengan usaha dan usaha. Banyak pendapatan yang diperoleh harus setara dengan intensitas pekerjaan yang sudah dilakukan.

3. Faktor visioner, seorang pekerja keras yang memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan adalah gambaran seseorang yang memiliki pemikiran yang jauh ke depan. Faktor ini disebut visioner karena seorang visioner memiliki tujuan yang akan mendasari setiap tindakan yang akan dilakukannya.
4. Faktor keterampilan, disebut keterampilan karena keterampilan memiliki bidang yang luas, di dalamnya terdapat keahlian dalam mencari peluang, keahlian berupa keahlian dan keahlian dalam mengelola uang. Kemampuan seseorang untuk menemukan peluang bisnis yang akan memicu seseorang guna membuat bisnis baru.
5. Faktor ketersediaan modal, antara lain pekerjaan masyarakat sekitar tempat tinggal serta profesi teman yang memotivasi munculnya minat berwirausaha. Lingkungan sosial dimana sebagian besar wirausahawan adalah wirausaha akan sangat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha karena lingkungan sosial akan menuntun seseorang guna membangun jaringan yang bisa membantunya pada proses memulai suatu usaha.
6. Faktor kontekstual, disebut kontekstual karena mengandung pernyataan yang berkaitan dengan makna kewirausahaan yang sebenarnya. Faktor ini terkait dengan lingkungan tempat tinggal, dukungan akademik melalui mata

kuliah kewirausahaan, serta dukungan pemerintah dan swasta lewat program.

2.1.3.3 Unsur-Unsur Minat Berwirausaha

Dalam buku yang di tulis Khairani (2014:137) minat mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

1. Minat merupakan suatu gejala psikologis.
2. Adanya perhatian, perasaan dan pikiran dari subyek karena tertarik.
3. Adanya perasaan senang dari obyek yang menjadi sasaran.
4. Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subyek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.

2.1.3.4 Indikator Lingkungan Bisnis

Menurut Herman 2017, ada beberapa indikator minat berwirausaha yaitu:

1. **Kesadaran** merujuk pada pemahaman dan kesadaran individu atau kelompok terhadap potensi dan peluang yang ada di sekitarnya untuk memulai atau mengembangkan usaha. Ini meliputi pemahaman akan pasar, kebutuhan konsumen, teknologi, dan kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang bisnis yang ada. Kesadaran ini juga mencakup pemahaman akan risiko, persaingan, serta kemampuan untuk merencanakan dan mengelola sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.
2. **Kemauan** merujuk pada dorongan atau keinginan yang kuat dari individu untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha. Ini mencakup motivasi, semangat, dan determinasi untuk memulai dan mengembangkan usaha, meskipun

menghadapi risiko dan tantangan yang mungkin timbul. Kemauan ini mendorong seseorang untuk mengambil inisiatif, mencari peluang, dan bertindak proaktif dalam meraih keberhasilan dalam bidang wirausaha.

3. **Perasaan Tertarik** dalam minat berwirausaha merujuk pada ketertarikan individu terhadap dunia wirausaha dan segala hal yang terkait dengan itu. Ini mencakup rasa ingin tahu terhadap peluang-peluang baru, motivasi untuk belajar lebih banyak tentang dunia bisnis, dan keinginan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausahawan. Perasaan tertarik ini dapat muncul dari pengalaman pribadi, inspirasi dari tokoh-tokoh wirausaha sukses, atau dari pengamatan terhadap lingkungan sekitar yang menawarkan potensi pasar atau peluang bisnis yang menarik.
4. **Perasaan Senang** mengacu pada kepuasan atau kegembiraan yang dirasakan individu ketika terlibat dalam aktivitas wirausaha. Ini mencakup rasa puas atas pencapaian dalam mengembangkan ide bisnis, meraih keberhasilan dalam menjalankan usaha, dan merasakan kebebasan serta kreativitas yang ada dalam berwirausaha. Perasaan senang ini juga dapat berasal dari kesempatan untuk berinovasi, memecahkan masalah, serta memberikan dampak positif bagi diri sendiri, komunitas, atau lingkungan sekitar melalui usaha yang dilakukan.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Bratianu, C.; Stanescu, D.F.; Mocanu, R. Sustainability 2021, 13, 2313.	Exploring the Knowledge Management Impact on Business Education.	Pentingnya memahami bagaimana interaksi antara manajemen pengetahuan, manajemen akademik, kurikulum, lingkungan bisnis, dan pendidikan bisnis secara bersama-sama membentuk pengalaman belajar dan pengajaran dalam konteks pendidikan bisnis.	Memiliki tujuan variabel yang sama yaitu Knowledge Management dan Business Education.	Adanya perbedaan tempat penelitian.
2.	Ngoc Xuan Vu Received: June 4, 2019 Received in revised format: June 27 2019	Knowledge management in business and education: Evidence from Vietnam com panies and universities	Penerapan praktik manajemen pengetahuan yang efektif dipengaruhi oleh pemahaman tentang nilai dan manfaat praktis, karakteristik organisasi, gaya kepemimpinan, dan motivasi karyawan.	Menggunakan variabel Knowledge Management	Perbedaan tempat penelitian
3.	Pavlidou, I.; Dragicevic, N.; Tsui, E. Sustainability 2021	A Multi- Dimensional Hybrid Learning Environment for Business Education: A Knowledge Dynamics Perspective	Pendidikan bisnis tinggi menunjukkan peningkatan perhatian pada peninjauan metode pembelajaran, terutama dengan berkembangnya platform dan sumber daya pendidikan digital. Hybrid Learning Environment (HLE), yang menggabungkan pembelajaran tatap muka dan online, menjadi populer dalam kursus bisnis.	Memiliki variabel Business Education	Adanya perbedaan tempat penelitian, adanya perbedaan beberapa variabel.
4.	Muluken Elias Adamseged 1, and Philipp Grundmann Sustainability Received: 31 August 2020; Accepted: 27 October 2020; Published: 30 October 2020	Understanding Business Environments and Success Factors for Emerging Bioeconomy Enterprises through a Comprehensive Analytical Framework	Kerangka ini dievaluasi secara empiris untuk menilai faktor-faktor seperti regulasi, tren industri, dan dinamika pasar yang memengaruhi perusahaan tersebut. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kondisi lingkungan bisnis di industri bioekonomi Eropa.	Memiliki variabel Busness Environment	Berbeda beberapa variabel

No	Penulis	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
5.	Domingo García Pérez-De-Lema International Journal of Innovation Management (2018) 1950044 (25 pages)	Influence Of The Business Environment InThe Dynamics Of Innovation And In The Performance OfSmes	Menganalisis bagaimana lingkungan kompleks mendorong UKM untuk mengembangkan strategi inovatif. Dengan mempertimbangkan dinamika lingkungan, penelitian menemukan bahwa UKM merespons dengan memperkuat strategi inovasi mereka. Ini menekankan pentingnya adaptasi terhadap perubahan lingkungan bagi kesuksesan UKM.	Memiliki variabel Business Environment	Adanya perbedaan tempat penelitian, adanya perbedaan beberapa variabel.
6.	Farhan Saputra., & Ridho Mahaputra., Amalina Maharani (Jurnal Kewirausahaan Dan MultiTalenta JKMT Vol. 1, No. 1, January 2023)	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jiwa Kewirausahaan berpengaruh terhadap Motivasi Berwirausaha. 2. Jiwa Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha. 3. MotivasiBerwirausaha berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha. 	Memiliki tujuan yang sama dan variabel	Adanya perbedaan tempat penelitian, adanya perbedaan beberapa variabel.
7.	Primandha Sukma Nur Wardhani, Dian Nastiti 2 April 2023 ISSN 2721-8112 (print) ISSN 2722-4899 (online)	Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa	Mata kuliah kewirausahaan bertujuan agar mahasiswa memiliki semangat dan keterampilan tambahan yang dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses di masa depan setelah lulus sehingga dapat mendukung perekonomian negara. Pelaksanaan proses pembelajaran mata kuliah kewirausahaan dosen memberikan materi, teori dan praktik, dalam praktiknya lembaga pendidikan baru saja menyediakan fasilitas yaitu G-Mart agar mahasiswa dapat diarahkan minat dan keterampilannya untuk mengembangkan kewirausahaan di dunia bisnis	Variabel yang sama yaitu, minat berwirausaha	Berbeda tempat penelitian

No	Penulis	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
8.	Sankist, Cecep, Lina, Iwan 2, Desember 2022 p-ISSN: 0216- 1249 e-ISSN: 2541- 4100	Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review	Hampir setiap orang memiliki media sosial untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan aktivitas lainnya. Salah satunya ialah media sosial dapat dijadikan sebagai perantara antara pebisnis dan konsumennya dalam mengomunikasikan produk yang dijualnya sekaligus profil yang dimiliki bisnisnya tersebut. Tidak menutup kemungkinan bahwa pebisnis dapat menjalankan bisnisnya secara offline saja.	Variabel yang sama yaitu, minat berwirausaha	Beberapa variabel yang berbeda
9.	Ni Putu Cempaka Widyawati1 Ni Wayan Mujiati2 E-Jurnal Manajemen, Vol. 10, No. 11, 2021	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Kewirausahaan Dengan Efikasi Diri Kewirausahaan Sebagai Variabel Pemoderasi	Pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap minat kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Udayana. Semakin tinggi pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri kewirausahaan, semakin tinggi pula minat kewirausahaan mahasiswa.	Memiliki variabel yang serupa yaitu Pendidikan Kewirausahaan	Beberapa variabel berbeda dan tempat penelitian berbeda
10.	Nurul Falah Novi Marlena Prodi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2022	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Pengalaman Prakerin Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK	Pendidikan kewirausahaan dan pengalaman prakerin keduanya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara bersama-sama, keduanya mempengaruhi minat berwirausaha secara simultan.	Memiliki variabel yang serupa yaitu Pendidikan Kewirausahaan	Beberapa variabel berbeda dan tempat penelitian berbeda

2.2 Kerangka Pemikiran

Pendidikan merupakan usaha yang tumbuh untuk merencanakan masa depan dengan cara mewujudkan proses belajar ataupun mengajar untuk mengembangkan potensi diri, yang di mana didalamnya terdapat spiritual

keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, ahlak mulia serta keterampilan yang diperlukan oleh dirinya, masyarakat bangsa dan negaranya.

Dengan adanya pendidikan di Indonesia, setidaknya kita harus menyelipkan ilmu pendidikan Kewirausahaan guna mengurangi tingkat pengangguran yang terjadi di Indonesia. Saat ini dalam membangun upaya untuk menumbuhkan keterkaitan pelajar pada kegiatan wirausaha, tingkat pendidikan mulai dari SMP, SMA dan Perguruan Tinggi siap untuk memberikan tentang ilmu pendidikan kewirausahaan yang di mana ilmu tersebut dapat membentuk mental menjadi wirausaha sejak dini yang diharapkan di masa depan guna bermunculannya wirausaha muda penerus bangsa yang kreatif dan inovatif.

Salah satunya di sini adalah peran universitas yang diharapkan membuka pemahaman mahasiswa dan membuka persepsi nya tentang dunia Wirausaha agar mahasiswa mempunyai kreativitas dan ide-ide kreatif yang mereka miliki. Pendidikan Kewirausahaan itu terhadap mahasiswa bermaksud agar mahasiswa dapat membuka lapangan pekerjaan mereka dengan kemampuan Wira Usaha yang telah di pelajari dan tidak terpaku pada pekerjaan yang mereka cari setelah lulus kuliah.

Pendidikan Kewirausahaan ini tidak hanya memberikan tentang teori mengenai Kewirausahaan, tetapi pendidikan Kewirausahaan ini akan membentuk sikap, perilaku dan pola pikir (mindset) seorang Wirausaha yang di mana hal tersebut dapat menjadi Invest atau modal untuk mempersiapkan lapangan usaha atau bisnis. Yang menjadikan modal atau invest untuk seorang wirausaha khususnya

untuk mahasiswa adalah integrasi, pengalaman, keterampilan dan pengetahuan yang penting untuk menjalankan sebuah bisnis.

2.2.1 Keterkaitan Antara Variabel Penelitian

2.2.1.1 Pengaruh Variabel Media Sosial (X) terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y)

Hasil penelitian (Kumara, 2020) dalam jurnal Ridhali Raja Mandawika (2022) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kewirausahaan.

Dapat disimpulkan dari variabel media sosial ini adanya hubungan erat dengan pendidikan kewirausahaan dimana dapat berpengaruh secara signifikan karena lingkungan bisnis dapat dikatakan memiliki suatu pengaruh yang kuat terhadap pendidikan kewirausahaan.

2.2.1.2 Pengaruh Variabel Media Sosial (X) terhadap Minat Berwirausaha (Z)

Hasil penelitian (Komang Sumerta et al., 2020) dalam jurnal Ridhali Raja Mandawika (2022) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Kumara, 2020) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kewirausahaan. Hasil penelitian (Suratno et al., 2020) mengungkapkan bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Dapat disimpulkan keterkaitan terkait variabel manajemen pengetahuan terhadap lingkungan bisnis adanya hubungan yang erat sehingga dapat berpengaruh

secara signifikan baik dari media sosial dan minat berwirausaha termasuk perkembangan teknologi.

2.2.1.3 Pengaruh Variabel Minat Berwirausaha (Z) terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y)

Penelitian Devi & Hadi (2018) dan Aryaningtyas & Palupiningtyas (2017) dalam jurnal Ridhali Raja Mandadwika (2022) menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara dua variabel yaitu minat berwirausaha dan pendidikan kewirausahaan.

Sikap terhadap kewirausahaan diartikan sebagai pola pikir seseorang mengenai niat atau keinginan yang ada dalam diri individu untuk melakukan perilaku kewirausahaan (Niljinda et al., 2019).

Dapat disimpulkan dari variabel niat berwirausaha ini adanya hubungan erat dengan pendidikan kewirausahaan dimana dapat berpengaruh secara signifikan karena lingkungan bisnis dapat dikatakan memiliki suatu pengaruh yang kuat terhadap pendidikan kewirausahaan.

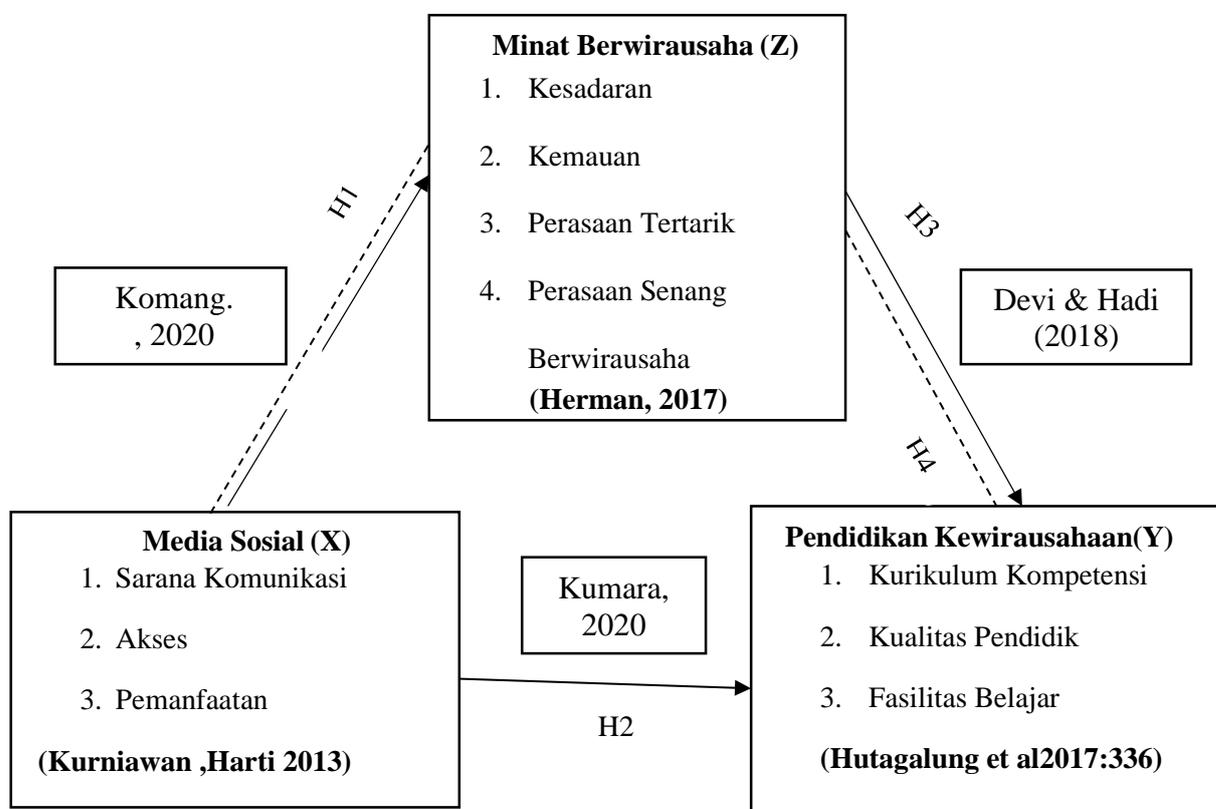
2.2.1.4 Pengaruh Variabel Media Sosial (X) terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y) melalui Minat Berwirausaha (Z)

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan (Harianti et al., 2020) dalam jurnal Ridhali Raja Mandadwika 2022 yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan (metode pembelajaran) dinilai dapat membantu dalam meningkatkan motivasi, kompetensi, dan niat berwirausaha. Hasil penelitian juga mendukung penelitian (Wiyanto, 2017) menunjukkan bahwa dukungan akademik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat mahasiswa untuk menjadi

wirausaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau informasi bagaimana mendorong niat berwirausaha mahasiswa melalui pendidikan kewirausahaan dan dukungan akademik.

Sosial media merupakan fenomena terbaru yang memainkan peran penting dalam pemasaran sebuah produk atau layanan sebuah perusahaan. Perkembangan penggunaan sosial media tidak lagi hanya sekedar bentuk eksistensi diri individu saja namun sudah merambah sebagai media promosi di dunia bisnis (Zou, 2018).

Keterikatan variabel media sosial terhadap pendidikan kewirausahaan melalui minat berwirausaha memiliki hubungan yang erat karena dari tiap variabel memiliki pengaruh yang positif serta bersifat signifikan.



Gambar 2. 1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis yaitu pernyataan sementara dalam penelitian yang kebenarannya perlu untuk dibuktikan. Riset dari objek penelitian perlu memiliki hipotesis-hipotesis yang bermanfaat sebagai pegangan secara sementara dan kebenarannya masih perlu dibuktikan (Sugiyono dalam Iffan, Santy, & Radaswara, 2018).

Hipotesis penelitian didefinisikan sebagai jawaban-jawaban terhadap masalah dari penelitian yang sifatnya sementara sampai dapat dibuktikan. Bukti tersebut dapat berupa kumpulan data yang harus melalui proses pengujian secara empiris dengan penelitian sebagai bentuk untuk menguji kebenarannya. Berikut

merupakan hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran:

- H1 : Diduga terdapat pengaruh Media Sosial (X) terhadap Minat Berwirausaha (Z) pada mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia..
- H2 : Diduga terdapat pengaruh Media Sosial (X) terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y) pada mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia.
- H3 : Diduga terdapat pengaruh Minat Berwirausaha (Z) terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y) pada mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia.
- H4 : Diduga terdapat pengaruh Media Sosial (X) terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y) melalui Minat Berwirausaha (Z) pada mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia.