

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Pengetahuan Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah suatu hasil dari rasa keingintahuan melalui proses sensoris, terutama pada mata dan telinga terhadap objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang penting dalam terbentuknya perilaku terbuka atau open behavior (Donsu, 2017).

Pengetahuan atau knowledge adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap suatu objek melalui pancaindra yang dimilikinya. Panca indra manusia guna penginderaan terhadap objek yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan perabaan. Pada waktu penginderaan untuk menghasilkan pengetahuan tersebut dipengaruhi oleh intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Pengetahuan seseorang sebagian besar diperoleh melalui indra pendengaran dan indra penglihatan (Notoatmodjo, 2014).

Dari beberapa definisi pengetahuan dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk menangkap, mengingat, mengulang, menghasilkan informasi sehingga otak akan bekerja, dan menyimpan informasi tersebut di dalam memori.

2.1.1.2 Pengertian Kewirausahaan

Rusdiana (2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan

mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsenkuensinya.

Soetadi (2010) juga berpendapat bahwa kewirausahaan merupakan sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam berusaha untuk memajukan karya baktinya dalam rangka upaya meningkatkan pendapatan di dalam kegiatan usahanya. Selain itu, Soetadi (2010) juga menambahkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Dari beberapa definisi tentang kewirausahaan bisa disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menciptakan peluang dan dimanfaatkan dengan baik sehingga akan memperoleh keuntungan lebih besar dan hasilnya berguna bagi orang lain.

2.1.1.3 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan dari definisi pengetahuan dan definisi kewirausahaan maka dapat di pahami pengetahuan kewirausahaan adalah Intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.

Pernyataan ini diperkuat oleh pernyataan Mustofa (2014) bahwa Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan

sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

2.1.1.4 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut mustofa (2014) ada 3 indikator Pengetahuan Kewirausahaan :

1. Mengambil resiko usaha

Adalah sebuah tindakan yang dihubungkan dengan suatu kemungkinan munculnya kerugian yang tak terduga dan memang tidak diharapkan terjadi. (Berani mengambil resiko dalam melakukan usaha).

2. Menganalisis peluang usaha

Analisis peluang usaha adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk melakukan riset, perencanaan, prediksi, hingga proses evaluasi suatu usaha, baik yang sudah dijalankan maupun baru akan berjalan. (Bisa menganalisis peluang usaha yang terjadi saat ini)

3. Merumuskan solusi masalah

Adalah yang berhubungan dengan usaha untuk mencapai tujuan. Menghimpun fakta-fakta obyektif yang berkaitan dengan masalah yang difikirkan. Mengolah fakta-fakta dengan berfikir tertentu (diri dan orang lain) Memilih alternative yang paling tepat. (Bisa mengambil jalan keluar ketika menghadapi permasalahan ketika menjalankan usaha).

2.1.2 Media Sosial

2.1.2.1 *Pengertian Media Sosial*

Media sosial adalah suatu media daring yang memudahkan para penggunanya untuk melakukan interaksi sosial secara online. Di sana mereka bisa berkomunikasi, networking, berbagi, dan banyak kegiatan lainnya. Media daring yang sering digunakan saat ini adalah Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, dan lain sebagainya.

Media sosial juga merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti blog, facebook, twitter, youtube, dan sebagainya memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak, iklan TV, brosur dan selebaran.

2.1.2.2 *Indikator Media Sosial*

Beberapa indikator-indikator media sosial online, yaitu :

1. Kemudahan

hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli online adalah faktor kemudahan penggunaan. Faktor kemudahan ini terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara online. Biasanya calon pembeli akan mengalami kesulitan pada saat pertama kali bertransaksi online, dan cenderung mengurungkan niatnya karena faktor keamanan

serta tidak tahu cara bertransaksi online. Di lain pihak, ada juga calon pembeli yang berinisiatif untuk mencoba karena telah mendapatkan informasi tentang cara bertransaksi online. Suatu website online shop yang baik adalah yang menyediakan petunjuk cara bertransaksi online, mulai dari cara pembayaran, dan fitur pengisian form pembelian.

2. Kepercayaan

Adalah suatu keadaan yang terjadi ketika seorang mitra percaya atas keandalan serta kejujuran mitranya. Konsumen yang memiliki kepercayaan akan bersedia untuk bergantung pada penyedia jasa dan juga bersedia untuk melakukan tindakan untuk penyedia jasa. Hal yang menjadi pertimbangan seorang pembeli selanjutnya adalah apakah mereka percaya kepada website yang menyediakan online shop dan penjual online pada website tersebut. Kepercayaan pembeli terhadap website online shop terletak pada popularitas website online shop tersebut. Semakin popularitas suatu website, maka pembeli lebih yakin dan percaya terhadap reliabilitas website tersebut. Selanjutnya, kepercayaan pembeli terhadap penjual online terkait dengan keandalan penjual online dalam menjamin keamanan bertransaksi dan meyakinkan transaksi akan diproses setelah pembayaran dilakukan oleh pembeli. Keandalan ini terkait dengan keberadaan penjual online. Semakin berkembangnya teknologi, semakin berkembang pula modus penipuan berbasis teknologi pada online shop. Pada situs-situs online shop, tidak sedikit penjual online

fiktif yang memasarkan produk fiktif juga. Seorang pembeli harus terlebih dahulu untuk mengecek keberadaan penjual online. Biasanya pada situs online shopping, situs akan menampilkan informasi tentang penjual-penjual yang “Lapak” nya sering diakses oleh orang. Pembeli dapat memanfaatkan informasi ini ketika akan membeli online (Benito Adityo, 2011).

2.1.3 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan suatu usaha tidak mungkin diraih begitu saja, tetapi keberhasilan usaha dapat dilihat dari diri wirausahawanya itu sendiri, karena keberhasilan disebabkan oleh wirausahawan memiliki otak yang cerdas, kreatif memiliki rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkannya secara produktif atau secara tepat.

Menurut Suryana dalam Trustorini Handayani (2017:36) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live).

Seperti yang dikemukakan oleh Suryana bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko, langkah berikutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikannya dan menjalankannya.

Menurut Porter yang dikutip oleh (Sumarwan, 2013) suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan apabila :

1. Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan serta diperbarui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan internal.
2. Perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan "penjualan dan probabilitas."

Kemudian dapat di simpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah adanya peningkatan laba yang di alami oleh perusahaan dimana hal ini dapat terjadi akibat meningkatnya dari kinerja usaha dan juga image perusahaan.

2.1.3.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Menurut Tulus Tambunan Dalam Penelitian Rizki Pamungkas (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas sdm, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya, kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu; sistem perekonomian, sosio-kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan

kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

Menurut Suyatno (2010:179) berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil hasil identifikasi penelitian Luch tersebut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seseorang pengusaha.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha. Keberhasilan suatu usaha diidentikkan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha, tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan pribadi atau kepuasan batin.

2.1.3.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut suryani dalam penelitian Mozes Tomasila (2014:51), indikator keberhasilan usaha sebagai berikut:

1. Modal

Merupakan aset utama perusahaan untuk menjalankan bisnis dimana umumnya berbentuk dana atau uang. Dengan uang maka bisnis bisa berjalan dengan lancar untuk mendukung proses produksi hingga pemasarannya.

2. Pendapatan

Merupakan jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya bisnis nya, kebanyakan di peroleh dari hasil penjualan produk dan/atau jasa kepada para pelanggan

3. Volume Penjualan

Merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya jumlah Produk atau jasa yang terjual dalam sebuah usaha

4. Jumlah Pelanggan

Merupakan banyaknya orang yang meminta atau menginginkan suatu persediaan barang maupun jasa yang kemudian membeli produk atau jasa yang telah kita tawarkan.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini, Penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Mila Setiawati (2015)	Pengaruh Media Sosial terhadap minat beli konsumen pada Universitas Pasir Pengaraian	Media sosial sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen terbukti dengan banyaknya jumlah konsumen yang pernah berbelanja dimedia sosial yaitu yang lebih dari satu kali.	Menggunakan Variabel Media sosial sebagai variabel independent	Tidak menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan dan keberhasilan usaha
2	Josia Sanchayan, Hendrawan, Hanisirine (2017) ISSN: 2477-0574	Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha	Sikap mandiri dan motivasi konsentrasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Yang menjadi pengaruh utama dalam membangun minat untuk berwirausaha adalah pengetahuan tentang kewirausahaan yang dimiliki.	Menggunakan Variabel Pengetahuan Kewirausahaan sebagai variabel yang diteliti	Menggunakan variabel tambahan penelitian (penggunaan media sosial) dan menggunakan variabel motivasi sebagai dependent
3	Bety Anggraeni (2015)	Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha	Ada pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis deskriptif presentase pada variabel pengetahuan kewirausahaan diperoleh nilai rata-rata 78 dalam kategori baik.	Menggunakan variabel Pengetahuan Kewirausahaan sebagai variabel yang diteliti	Menggunakan variabel minat berwirausaha sebagai variabel dependent.
4	Lies Indriyanti (2013) ISSN : 2252-7826	Analisis Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil	Faktor modal, skill, dan lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha baik secara parsial maupun simultan	Menggunakan Variabel Keberhasilan usaha sebagai variabel independent	Tidak menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan dan media sosial.
5	Afni Nurmaladewi (2019)	Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan networking pada kinerja wirausahawan	Pengetahuan kewirausahaan dan networking, secara bersama-sama berpengaruh signifikan	Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel yang diteliti.	Menggunakan variabel networking sebagai dependent

		muslim disurabaya	terhadap kinerja wirausahawan		
6	Suratno, Farida Kohar (2020) ISSN : 2686-4924	Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, media sosial dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha	Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha	Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan dan media sosial sebagai variabel yang diteliti.	Menggunakan variabel motivasi berwirausaha sebagai variabel dependent
7	Citra Sugianto Putri (2016)	Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Cherie melalui minat beli	Media sosial berpengaruh langsung signifikan terhadap minat beli konsumen Cherie.	Menggunakan variabel media sosial sebagai variabel yang diteliti	Menggunakan keputusan pembelian sebagai variabel dependent.
8	Ika Prima Melyana (2015)	Pengaruh sikap dan pengetahuan kewirausahaan terhadap kesiapan berwirausaha melalui self-efficacy	Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa sikap kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap kesiapan berwirausaha secara positif dan signifikan	Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel dependent	Tidak menggunakan variabel media sosial
9	Fitria Lestari (2017)	Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha	Jiwa kewirausahaan para pengusaha sentra industri rajutan di Binongjati Bandung secara umum berada dalam kategori baik.	Menggunakan variabel keberhasilan usaha sebagai variabel yang akan diteliti	Menggunakan jiwa kewirausahaan sebagai variabel dependent
10	Shehnaz Tehseen (2015)	Entrepreneurial Competencies and SMEs Business Success: The Contingent Role of External Integration	This paper has described the conceptual framework regarding the importance of entrepreneurial competencies towards the business success of SMEs by incorporating the concept of external integration as a moderator between the relationships of the independent and dependent variables	Menggunakan variabel Keberhasilan Usaha sebagai variabel independen yang akan diteliti	Menggunakan Entrepreneurial sebagai variabel dependent

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian yang dilakukan sebelumnya bahwa dalam menjalankan usaha akan menciptakan keinginan pengusaha terus melakukan perbaikan secara terus menerus apabila pengetahuan manajemen dapat memberikan manfaat dalam menciptakan keunggulan dalam bersaing.

Bukan hanya pengetahuan manajemen saja yang dibutuhkan pengusaha melainkan ada beberapa faktor lain yang dibutuhkan pengusaha yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri salah satu contohnya adalah dengan penggunaan media sosial agar selalu bisa berkembang, dan melakukan penjualan pun dapat lebih mudah dan efisien.

Rusdiana (2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya.

keberhasilan usaha yang ingin di capai suatu usaha tentu perlulah memperhatikan banyak hal dalam pencapaiannya. mulai dari bahan baku, proses pembuatan sampai kemudian produk sampai ke tangan konsumen, hal ini haruslah sangat diperhatikan oleh para pelaku usaha agar tujuan mereka dapat tercapai. Hal tersebut ada pada penerapan strategi yang dilakukan oleh sebuah usaha. Penerapan strategi yang baik akan sangat bermanfaat bagi suatu usaha dikarenakan hal tersebut

dapat di gunakan pada kegiatan usaha mereka, sehingga usaha yang di jalankan akan dapat meningkat dikarenakan strategi yang di terapkan tepat dengan tujuan yang ingin di capai. Usaha yang menerapkan strategi yang baik dan juga mengahislan produk yang sangat baik juga akan memiliki keunggulan dalam persaingan yang terjadi pada perusahaan. Perusahaan haruslah memperhatikan beberapa hal di antaranya penurunan pada biaya yang dikeluarkan, melakukan evaluasi pada kualitas produk sehingga produk yang di hasilkan akan terus berkembang, meningkatkan keunikan dari produk, dan juga memperhatikan permintaan konsumen dan juga pelayanan yang di berikan kepada konsumen.

2.2.1 Hubungan Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha

Pengetahuan adalah suatu hasil dari rasa keingintahuan melalui proses sensoris, terutama pada mata dan telinga terhadap objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang penting dalam terbentuknya perilaku terbuka atau open behavior (Donsu, 2017).

Pengetahuan atau knowledge adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap suatu objekmelalui pancaindra yang dimilikinya. Panca indra manusia guna penginderaan terhadap objek yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan perabaan. Pada waktu penginderaan untuk menghasilkan pengetahuan tersebut dipengaruhi oleh intensitas perhatiandan persepsi terhadap objek. Pengetahuan seseorang sebagian besar diperoleh melalui indra pendengaran dan indra penglihatan (Notoatmodjo, 2014).

Rusdiana (2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsenkuensinya.

Selain itu, Soetadi (2010) juga menambahkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Dari beberapa definisi tentang kewirausahaan bisa disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menciptakan peluang dan dimanfaatkan dengan baik sehingga akan memperoleh keuntungan lebih besar dan hasilnya berguna bagi orang lain. Berdasarkan dari definisi pengetahuan dan definisi kewirausahaan maka dapat di pahami pengetahuan kewirausahaan adalah Intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.

Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Hal ini di perlukan dalam penentuan harga jual sehingga akan berpengaruh seberapa besar pendapatan yang akan di

dapat sebuah perusahaan yang tentunya akan berpengaruh kepada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh sebuah perusahaan.

2.2.2 Hubungan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha

Di zaman globalisasi ini, gaya hidup masyarakat Indonesia selalu berubah-ubah. Berbagai tren berbelanja diadaptasi oleh masyarakat Indonesia, mulai dari *midnight shopping* sampai yang sedang tren sekarang adalah berbelanja melalui internet (*ecommerce*) atau yang biasa disebut *online shop*. Dengan semakin maraknya penggunaan internet, perdagangan secara elektronik (*ecommerce*) dilakukan oleh bisnis-bisnis dengan berbagai ukuran. *E-commerce* didefinisikan sebagai cara untuk menjual dan membeli barang-barang dan jasa lewat jaringan internet atau media sosial.

Teknologi informasi khususnya internet sangat mempengaruhi dunia marketing, bahkan pemanfaatan internet untuk marketing dianggap sebagai trend setter. Semakin tingginya penggunaan internet berbanding lurus dengan pemanfaatannya di dunia marketing, sehingga dikatakan bahwa marketing *online* mulai populer sejalan dengan makin populernya penggunaan internet (Utami & Triyono, 2012).

Pencarian informasi dan kemudahan penggunaan media sosial merupakan tahap terpenting untuk pengambilan keputusan dalam berbelanja di media sosial. Sebelum konsumen melakukan pembelian, biasanya mereka akan mencari informasi mengenai produk yang diinginkan ataupun produk yang sedang ditawarkan oleh produsen. Bagi konsumen yang ingin berbelanja di media sosial,

pencarian informasi dapat dilihat melalui *search engine* di internet, atau bisa juga dengan berkeliling melihat toko-toko online yang sering ditampilkan di internet. Sehingga penggunaan media sosial dapat menjadikan usaha menjadi lebih mudah, efisien dan juga terjangkau.

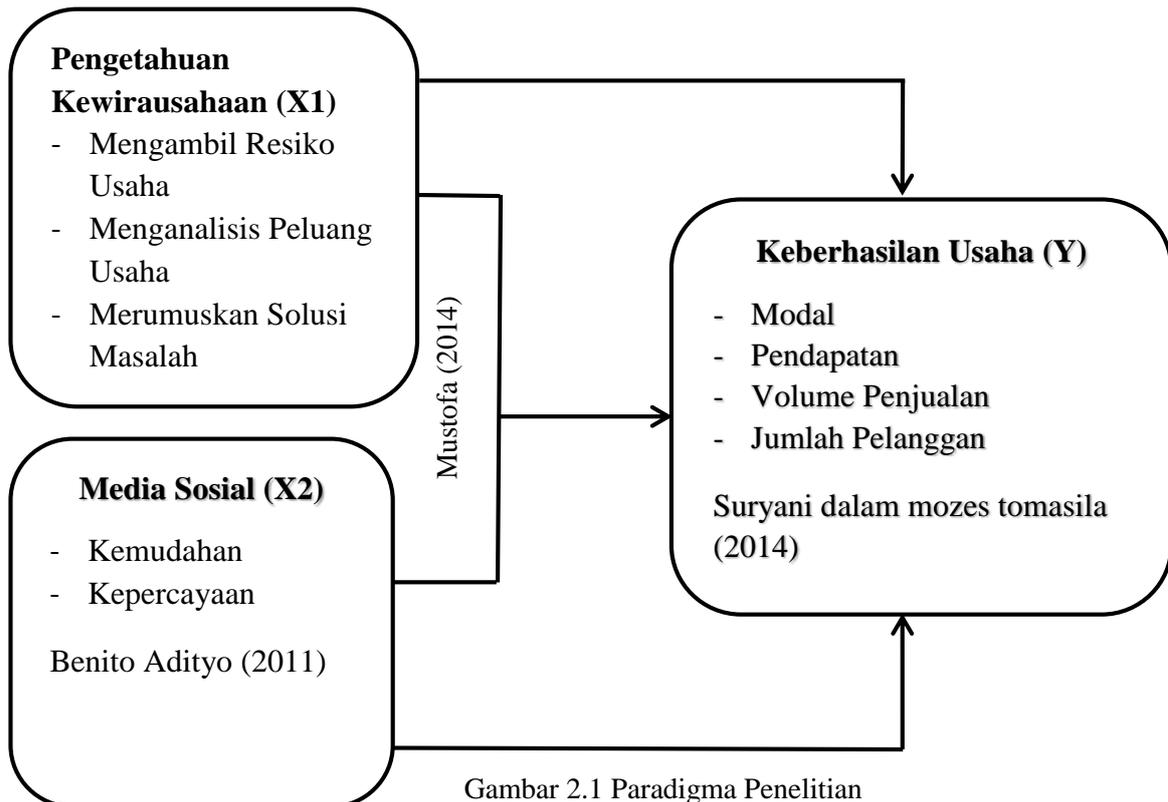
2.2.3 Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media sosial Terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam pencapaian keberhasilan usaha, para pelaku usaha perlu memperhatikan banyak hal terutama pada Pengetahuan yang dimana pengetahuan itu penting dimiliki oleh para pebisnis supaya dapat memikirkan strategi-strategi yang pas untuk kemajuan perusahaan. Dan pada strategi apa yang mereka gunakan dalam usaha mereka, dalam melakukan produksi dalam pembuatan suatu produk untuk dapat di tawarkan kepada para konsumen, tentu para pelaku usaha harus memperhatikan beberapa hal seperti misalkan melakukan penjualan melalui online misalkan instagram, fb ataupun melalui e-commerce cth : Shoppie, Lazada, Bukalapak dll. yang dimana di dalamnya terdapat penghematan biaya, persaingan harga dan juga pemanfaatan harga . Untuk dapat mencapai keberhasilan usaha para pelaku usaha tentunya harus dapat menciptakan produk yang dapat mampu bersaing dengan produk yang di sajikan oleh para pesaing lainnya

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menciptakan keunggulan bersaing harus melakukan kolaborasi yang seimbang antar Pengetahuan dan Kewirausahaan, Pengetahuan sangat penting bagi seorang

pebisnis supaya dapat memikirkan strategi-strategi maupun rencana kedepan supaya dapat menjadikan usaha lebih besar lagi dan pengaruh bagi perusahaan yang ingin bertahan pada persaingan yang sangat ketat pada saat ini.

Paradigma Penelitian



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Dari landasan teori dan tinjauan pustaka, dapat disusun beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Terdapat Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada sentra kaos suci bandung
- H2 : Terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap keberhasilan usaha pada sentra kaos suci bandung

H3 : Terdapat Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap keberhasilan usaha pada sentra kaos suci bandung.