

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Pengetahuan Kewirausahaan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan**

Menurut Iswandari (2013) (dalam Flora Puspitaningsih, 2014:227), “Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha.”

Sedangkan menurut Mustofa (2014) (dalam Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine, 2017:9) “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.”

Dari berbagai pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan jiwa yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang baru ataupun mengembangkan peluang-peluang usaha yang didapat dari informasi sehingga dapat mendatangkan manfaat dan keuntungan untuk banyak pihak.

### 2.1.1.2 Pengetahuan yang Harus Dimiliki Seorang Wirausaha

Eddy Soeryanto Soegoto (2014:32) mengungkapkan Entrepreneur adalah seorang yang memiliki jiwa dan kemampuan (*ability*) yang bersifat kreatif dan inovatif, mampu menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*), mampu memulai usaha (*start up*), mampu membuat sesuatu yang baru (*creative*), mampu mencari peluang (*opportunity*), berani menanggung risiko (*risk bearing*) dan mampu mengembangkan ide dan meramu sumber daya. Seorang Entrepreneur harus memiliki kompetensi berikut :

1. ***Knowing Your Business***, harus mengetahui semua yang terkait dengan aktivitas Bisnis yang akan dilakukan
2. ***Knowing The Basic Business Management***, mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasikan dan mengendalikan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan dan melakukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses, dan pengelolaan semua sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien.
3. ***Having the proper attitude***, sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Bersikap sebagai pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah hati.
4. ***Having adequate capital***, memiliki modal yang cukup, modal materi maupun rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup waktu cukup uang, cukup tenaga, tempat, dan mental.

5. ***Financial competence***, memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/rugi. Ia harus mengetahui bagaimana mendapatkan dana dan cara menggunakannya.
6. ***Managing time efficiently***, kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung dan menepati waktu sesuai dengan komitmen.
7. ***Managing people***, kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan, menggerakkan (memotivasi) dan mengendalikan orang lain dalam menjalankan perusahaan.
8. ***Satisfying customer by providing high quality product***, memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat, dan memuaskan.
9. ***Knowing how to compete***, mengetahui strategi/cara bersaing. Ia harus dapat mengungkapkan strength, weaks, opportunity dan threat dirinya dan pesaing. Ia harus menggunakan analisis SWOT baik terhadap dirinya maupun pesaing.
10. ***Copying with regulations and paper work***, membuat aturan atau pedoman yang jelas tersurat tidak tersirat didalam perusahaan.
11. ***Technical competence***, memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun (*know-how*) sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih.
12. ***Marketing competence***, memiliki kompetensi dalam menemukan yang cocok, mengidentifikasi pelanggan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan.
13. ***Human relation competence***, kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar

perusahaan.

### **2.1.1.3 Sikap Kewirausahaan Menurut**

Eddy Soeryanto Soegoto (2014:30), sikap yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha dalam membangun dan mengembangkan usaha adalah :

#### **1. Disiplin.**

Disiplin atas ketepatan waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja, kesepakatan yang dibuat, dan taat azas.

#### **2. Komitmen tinggi.**

Memiliki komitmen yang tinggi, jelas, terarah, dan bersifat progresif (berorientasi pada kemajuan) atas kesepakatan yang telah dibuat dengan seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain.

#### **3. Jujur.**

Kejujuran sangat melekat pada konsep pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen dan harus menjunjung tinggi kejujuran dalam melakukan kegiatan usahanya sehingga akan mendapatkan konsumen aktual dan potensial, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

#### **4. Kreatif dan Inovatif.**

Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Kreativitas yang tinggi tetap membutuhkan sentuhan inovasi agar laku dipasar. Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausahawan dalam menambahkan nilai guna/nilai manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan market oriented atau apa yang sedang laku dipasaran.

## **5. Mandiri**

Mandiri yakni tidak tergantung pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan usahanya.

## **6. Realistis**

Penetapan keputusan bisnis harus realistis, objektif dan rasional dengan melihat fakta/realitas di lapangan dan menyeleksi masukan atau saran dari luar.

### **2.1.1.4 Faktor Pada Pengetahuan Kewirausahaan**

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:35), faktor-faktor yang harus ada pada diri seorang Entrepreneur adalah :

#### **1. *The Creativity***

Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya.

#### **2. *The Commitmen***

Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilkan dari waktu dan usaha yang ada.

#### **3. *The Risk***

Siap menghadapi risiko yang mungkin timbul, baik risiko keuangan, fisik dan risiko sosial.

#### **4. *The Reward***

Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi.

### **2.1.1.5 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan**

Pengetahuan kewirausahaan menurut (Suratno, 2020 :480) adalah pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat konsumennya. Indikator pengetahuan wirausaha meliputi :

Menurut mustofa (2014 :54) 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)

## **2.1.2 Penggunaan Media Sosial**

### **2.1.2.1 Pengertian Media Sosial**

Media sosial merupakan salah satu dari perkembangan internet. Memiliki kamera berkualitas tinggi pada smartphone membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan, orang akan mudahnya mengambil gambar dimanapun dan kapanpun, setelah itu diupload ke media sosial menurut Prihatiningsih (2017:52) . Jenis media sosial yang biasa digunakan antara lain facebook, twitter, path dan instagram.

Instagram ini media yang sebagian besar digunakan oleh para pelaku usaha di desa Langensari menurut Rambe (2021:67) hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa media sosial instagram dan kreativitas positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha .

### **2.1.2.2 Karakteristik Media sosial**

Menurut Pratiwi (2021) medias sosial memiliki karakter yang hampir mirip dengan (cyber) disebabkan media sosial adalah salah satu anak dari paltfrom media siber. Adapun menurut Nasrullah (2016 : 15) yaitu ;

- a. Jaringan, yaitu ilmu komputer yang memiliki arti suatu struktur yang dapat menghubungkan komputer maupun perangkat keras lainnya.
- b. Informasi, menjadi peran penting dalam media sosial karena dapat menkreasikan konten, komoditas dan interaksi.
- c. Arsip, menjadi wadah informasi yang bisa diakses kapan saja dan tidak akan hilangkan saja.

- d. Interaksi, terbentuknya hubungan antar pengguna dengan perantara teknologi
- e. Simulasi Sosial, dimana keadaan interaksi melalui tatap muka di media sosial
- f. Konten oleh pengguna, menunjukkan bahwa segala aktivitas konten di media sosial seluruhnya berdasarkan milik dan aksi pemilik akun media sosial tersebut.
- g. Penyebaran, melalui konten

### **2.1.2.3 Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil asli. Instagram mempunyai sejumlah fitur-fitur unggulan yang membuatnya digemari oleh jutaan pengguna, Seperti :

#### a) Kamera

kamera, dimana lewat Instagram pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya.

#### b) Editor

Instagram punya tool editor yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang dijepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 tool editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan,

kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan.

c) *Tag dan Hashtag* (mebagikan)

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga punya fitur tag dan hashtag yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

d) *Caption*

berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan hashtag.

e) *Integrasi ke Jejaring Sosial*

Seperti yang sudah disinggung, Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti Facebook, dan Twitter. Bila tool ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

Semakin banyak orang yang menyadari bahwa instagram merupakan alat promosi yang sangat ampuh. Kecendrungan para pengguna internet ialah lebih tertarik pada bahasa visual. Dibandingkan dengan media sosial lainnya, instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia, para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar didepan mata.

Gaya-gaya promosi dengan instagrampun sangat unik dan variatif. Kadang kita bisa menikmati rangkaian foto yang dibuat secara estetis dan sangat

menarik perhatian. penerapan promosi pun bisa diterapkan. Misalnya dengan menyelenggarakan sebuah kompetisi khusus bagi para penggemar fotografi. Hanya berbekal gadget dan aplikasi instagram, maka berbagai karya foto pun bisa dihasilkan dan seolah-olah seperti karya para fotografer profesional.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari instagram adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah follower sebanyakbanyaknya. Metode ini sebenarnya sama persis dengan twitter yang menghasilkan banyak seleb di Indonesia. Begitu pula dengan dunia instagram yang melahirkan sejumlah seleb dengan ribuan bahkan jutaan follower. Ketika seseorang sudah punya banyak follower, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah vendor untuk memasang iklan di akun instagram mereka. Itulah yang disebut sebagai buzzer yang mampu mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di instagram atau media sosial lainnya.

#### **2.1.2.4 Indikator Penggunaan Media Sosial**

Dalam pengoperasian media sosial ini menurut Chris Heurer, pendiri *social media club* dan inovator media baru, terdapat 4C yang menjadi fokusnya Solis, 2010:39 dalam (Veby dan Evawani, 2014:105), yaitu:

1. **Context (Konteks):** Bagaimana membingkai cerita. Cara penyampaian pesan kepada khalayak dalam rangka menarik perhatian, informasi, promosi, dan sebagainya.
2. **Communication (Komunikasi):** Bagaimana praktek berbagi cerita, kami sebagai pendengar, penjawab, dan menumbuhkan respon. Proses

penyampaian pesan yang berlangsung, informasi yang disampaikan bisa memberikan pemahaman dan tanggapan atau umpan balik dalam komunikasi antara administrator social media dan pengguna.

3. **Collaboration (Kolaborasi):** Berkerjasama untuk membuat segala hal lebih lebih efisien dan efektif. Social media mendorong kontribusi dan umpan balik.
4. **Connection (Koneksi):** Pemeliharaan hubungan yang telah dibangun untuk memberikan kenyamanan dalam hubungan yang telah dibangun.

Menurut Meutia (2017:5-6) Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Menurut Rahma (2022:195) Konten juga sangat penting dari bagian promosi dimana bisa dituangkan dalam Instagram, Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan. Sedangkan untuk kata gram berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram

### **2.1.3 Keberhasilan Usaha**

#### **2.1.3.1 Pengertian Keberhasilan Usaha**

Menurut (Svetlana, 2018) Keberhasilan usaha artinya pencapaian suatu tindakan dalam periode waktu tertentu atau dalam parameter yang ditentukan, atau

dapat juga berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan. Menurut (Rizki Zulfikar,2020 ) Keberhasilan perusahaan dalam menjaga kelangsungan usahanya penjualan produk terletak pada kemampuannya untuk mengubah pola pikir dan sifat inovatif pemiliknya terkait kemampuan mereka untuk menyampaikan nilai bagi pelanggan.

Menurut (Minds, 2012) Keberhasilan usaha adalah yang menghasilkan pengembalian yang dapat diterima dari aset yang digunakan. Ini adalah apa yang diposisikan untuk terus berjalan dengan baik tanpa tergantung pada pemiliknya. Menurut (Rizki Zulfikar, 2018) keberhasilan usaha dapat dicapai jika kinerja pemasaran berjalan dengan baik sejalan dengan promosi besar-besaran disertai dengan target pasar yang jelas, maka keberhasilan usaha dapat dicapai.

Pada penelitian ini yang dimaksud dengan keberhasilan usaha ialah pencapaian dalam usaha yang dapat mencapai tujuan dari suatu usahanya yang menggambarkan dari posisi usahanya dapat berada lebih baik daripada yang ada di sekelasnya dan dapat mengembalikan aset yang telah digunakan.

#### **2.1.3.2 Faktor Keberhasilan Usaha**

Menurut (Hendro, 2011) faktor-faktor yang mendorong Keberhasilan Usaha sebagai berikut :

##### **1. Faktor Peluang**

Sebagai wirausaha harus membuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usahanya.

##### **2. Faktor SDM**

Melakukan pelaksanaan sesuai dengan perencanaan dan tepat,

mengawasi suatu kegiatan sesuai dengan perencanaan dan target.

### **3. Faktor Keuangan**

Pengendalian biaya dan anggaran, pencairan dan modal kerja, dana investasi, perencanaan dan penetapan harga produk, perhitungan risiko keuangan sehingga dapat dikendalikan dengan baik.

### **4. Faktor Organisasi**

Organisasi tidak statis tetapi dinamis, kreatif dan berwawasan kedepan.

### **5. Faktor Perencanaan**

Perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang dan pendek, perencanaan produk, perencanaan pemasaran, perencanaan jumlah produk, perencanaan pendistribusian produk, perencanaan informasi teknologi.

### **6. Faktor Pengelolaan Usaha**

**Quality** : mutu produk, mutu operasional, mutu pelayanan

**Time** : waktu penyelesaian produk, waktu, pekerjaan.

**Cost** : mutu yang bagus juga memerlukan biaya yang tinggi belum tentu menghasilkan mutu yang baik

### **7. Faktor Pemasaran dan Penjualan**

Ini merupakan hal yang sangat penting untuk menjalankan suatu usaha

### **8. Faktor Administrasi Pencatatan**

Dokumentasi dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, agar mendapatkan strategi, taktik yang akan dilakukan agar sesuai situasi dan kondisi.

## **9. Faktor Peraturan Pemerintah Peraturan**

Pemerintah daerah seperti pajak, retribusi, pendapatan daerah dan lain-lain.

## **10. Catatan Bisnis Catatan**

Bisnis dapat membantu dalam mengetahui sejauh mana seseorang atau kelompok dalam menjalankan usaha. Beberapa kendala dalam mencapai keberhasilan usaha pada usaha kecil dan menengah menurut (Rizki Zulfikar, 2018) yaitu :

- (1) Kurangnya Modal
- (2) Kesulitan Pemasaran
- (3) Struktur Organisasi Sederhana Dengan Divisi Non-Standar Tenaga Kerja
- (4) Manajemen Kualitas Rendah
- (5) Manusia Terbatas Sumber Daya
- (6) Kualitas Rendah
- (7) Kekurangan Finansial Pernyataan
- (8) Aspek Hukum Yang Lemah
- (9) Kualitas Rendah Teknologi

### **2.1.3.3 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**

Pelaksanaan penelitian terdahulu dimaskusdkan untuk mencari informasi tentang lingkup penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Dapat dipastikan fenomena yang diteliti dalam ruang lingkup ini tidak tumpang tindih dan tidak mengulangi penelitian terdahulu. Dalam tabel 2.1 terdapat penelitian terlebih dahulu yang berhasil dipilih

**Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

No	penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Ini
1	Feryanto PP, I. (2021). ISSN: 1411-9374	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kaos Suci Bandung	$X_1$ dan $X_2$ berpengaruh terhadap Y	Terdapat persamaan variabel $X_1$ , $X_2$ dan Y	- Penelitian ini dilakukan di sentra kaos suci Bandung - Penelitian ini hanya menggunakan 2 indikator di variabel penggunaan media sosial	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
2	Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). ISSN: 2657-0025	Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm	$X_1$ , $X_2$ dan $X_3$ Berpengaruh terhadap Y	Terdapat persamaan Variabel $X_3$ , $X_2$ dan Y	-Penelitian ini Menggunakan 3 Variabel bebas -Penelitian ini dilakukan di Jakarta	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
3	Suratno, Fardiana Kohar (2020) ISSN : 2686-4924	Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Momprenneur di Kota Medan	$X_1$ , dan $X_2$ berpengaruh terhadap Y	Ada persamaan yaitu penggunaan variabel independen media sosial dan pengetahuan kewirausahaan	Penelitian Ini dilakukan Dilakukan di Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan jambi Penelitian terdahulu menggunakan minat berwirausaha sebagai variabel Y	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
4	Ependi, A., & Winarso, B. S.	Pengetahuan Kewirausahaan Dan Karakteristik	$X_1$ dan $X_2$ berpengaruh terhadap Y	Ada persamaan variabel yaitu $X_1$	-Penelitian ini dilakukan di Ngaglik Sleman	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan

	(2019). E-ISSN: 2442- 2630	Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman.		dan Y	-Penelitian ini menggunakan variabel karakteristik kewirausahaan sebagai variabel $X_2$	Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
5	Kristiana, K. W., Minarsih, M. M., & Wulan, H. S. (2022) ISSN :	Pengetahuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Dimoderasi Kemampuan Usaha (Studi Kasus Umkm Di Kelurahan Tlogosari Kulon Semarang).	$X_1$ berpegaruh terhadap Y	Ada persamaan variabel yaitu $X_1$ dan Y	-Penelitian ini dilakukan di Tologosari Semarang	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
4	Tanjung, Y., Saputra, s., & Hendriyanto, s. (2021) E-ISSN: 2614-5758	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam	X berpengaruh terhadap Y	Ada persamaan Variabel Y	-Penelitian ini dilakukan di desa Sekoci berada di kecamatan Besitang Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara -Penelitian menggunakan variabel Y pemasaran inovasi produk	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
5	Primbada, S. (2015) E-ISSN: 2721-2076	Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UMKM)	X berpengaruh terhadap Y	Ada persamaan yaitu variabel penggunaan media sosial	-Penelitian ini dilakukan Di Malang Raya -Penelitian ini menggunakan variabel y umkm	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat  - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial

6	Moy, M. M., Cahyadi, E. R., & Anggraeni, E. (2020). E-ISSN :2407-5434	<i>The Impact Of Social Media On Knowledge Creation, Innovation, And Performance In Small And Medium Enterprises</i>	adanya pengaruh $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ terhadap Y	Ada persamaan yaitu variabel penggunaan media sosial	-Penelitian ini dilakukan di Indonesia di daerah jabodetabek -Penelitian ini tidak menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan dan keberhasilan usaha	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
7	Gashi, R., & Gashi, H. (2021) E-ISSN : 2610 – 9182	<i>Impact Of Social Media On The Development Of NewProducts, Marketing and Customer Relationship Management In Kosovo.</i>	adanya pengaruh $X_1$ dan $X_2$ , $X_3$ terhadap Y	Ada persamaan yaitu variabel penggunaan media sosial	-Penelitian ini dilakukan di kosovo -Penelitian ini mempunyai 3 variabel bebas	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
8	Wahyuni, K., Yanto, H., & Oktarina, N. (2021). E-ISSN 2502-4485	<i>The Influence Of Entrepreneurial Knowledge, Family Roles, And Social Media On Interest In Entrepreneurs hip With Self Efficacy As Mediator Variable</i>	adanya pengaruh $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ terhadap Y	Ada persamaan yaitu variabel sosial media dan pengetahuan	-Penelitian ini dilakukan di SMK N 1 Bangsri, Jepara -Penelitian ini tidak menggunakan keberhasilan usaha sebagai Y	- Penelitian ini dilakukan di desa Langensari kecamatan Lembang kabupaten Bandung Barat - Penelitian ini menggunakan 4 indikator di variabel penggunaan media sosial
9	Samoedra, A. D., Perkasa, G., Fathonaturohman, G., Purba, J. I., & Setiana, M. A. (2020). ISSN 1567-	<i>Does Entrepreneurial Knowledge And The Use Of Social Media Will Affect Entrepreneurial Interest</i>	Adanya pengaruh signifikan $X_1$ dan $X_2$ terhadap Y	Ada persamaan yaitu variabel sosial media dan pengetahuan	-Penelitian ini dilakukan di kota Bandung -Penelitian ini tidak menggunakan keberhasilan usaha sebagai variabel y	Penelitian ini dilakukan di Desa Langensari Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat Penelitian ini tidak menggunakan variabel Y Minat berwirausaha

	2141					
10	Jyanthi Octavia (Jurnal Riset Akuntansi – Volume VII / No.1 / April 2015) ISSN : 086-0447	Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Produsen Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)	Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan X1 dan X2 terhadap Y	Ada persamaan yaitu variabel Y keberhasilan usaha	-Penelitian ini dilakukan di Cibaduyut Kota Bandung -Penelitian ini menggunakan X <sub>1</sub> dan X <sub>2</sub> yang berbeda	Penelitian ini dilakukan di Desa Langensari Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat Penelitian ini tidak menggunakan variabel X1 pengaruh kewirausahaan dan X2 kompetensi wirausaha

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran melatar belakangi penelitian ini dengan dijadikan alat untuk mengarahkan alur pikir menjadi lebih terarah. Peneliti mengangkat masalah dalam penelitiannya yang akan di jelaskan disini tentang pokok masalah tersebut.

### **2.2.1 Keterkaitan Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha**

Menurut Ependi (2019:9) Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dalam jurnal yang berjudul pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (umkm) di kecamatan ngaglik kabupaten Sleman.

Menurut Kristiana (2022:19). Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dalam jurnal pengaruh motivasi dan pengetahuan usaha terhadap keberhasilan usaha umkm dimoderasi kemampuan usaha (studi kasus umkm di kelurahan tlogosari kulon semarang).

Hal ini menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha harus memiliki aspek untuk menentukan keberhasilan usaha dengan pengetahuan kewirausahaan dengan kemampuan mengambil resiko, menganalisis peluang usaha dan merumuskan solusi masalah

### **2.2.2 Hubungan Media Sosial Instagram terhadap Keberhasilan Usaha**

Hasil penelitian Rambe (2021:37) menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada momprenenur di kota Medan dengan jurnal yang berjudul Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram

dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Mompreneur di Kota Medan

Media sosial memiliki pengaruh yang terhadap keberhasilan usaha UMKM menurut Hariyanto (2023:516) dalam jurnal yang berjudul pengaruh kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan media sosial terhadap keberhasilan usaha umkm.

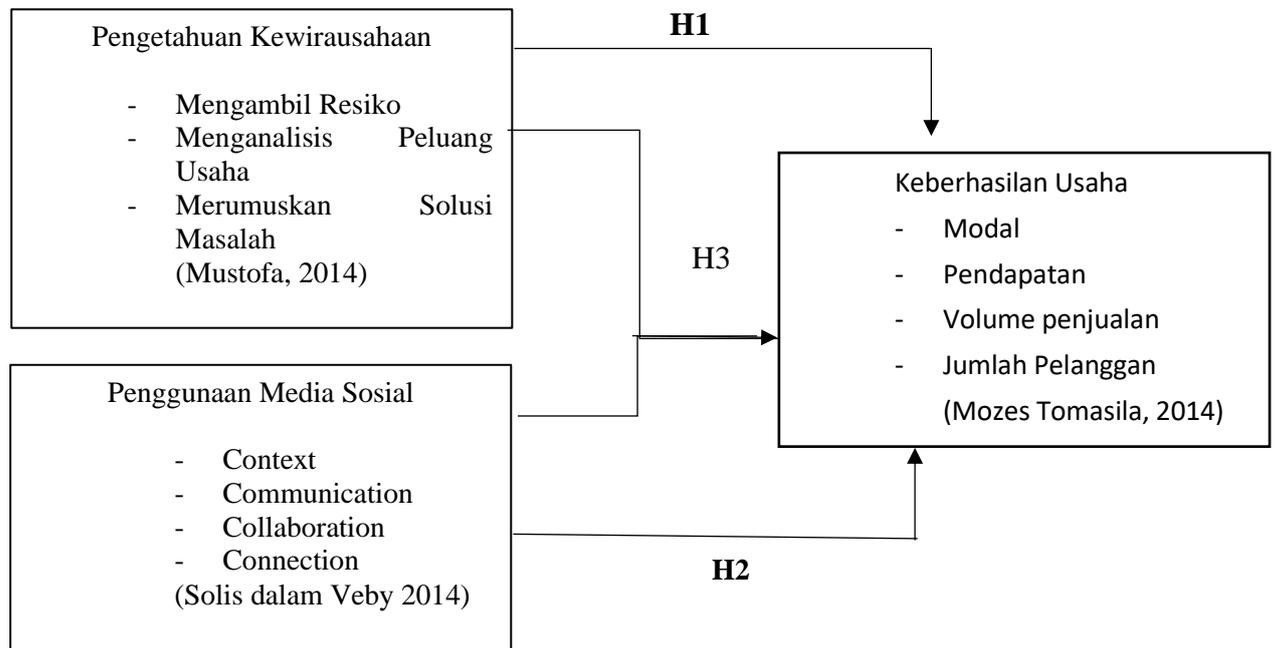
Hal ini menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha harus memiliki aspek untuk menentukan keberhasilan usaha dengan pengetahuan kewirausahaan dengan kemampuan *context* (konteks), *comunication* (komunikasi), *collaboration* (Kolaborasi), *connection* (Koneksi).

### **2.2.3 Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media**

#### **Sosial Instagram Terhadap Keberhasilan Usaha**

Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha menurut Feryanto (2021:4) dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kaos Suci Bandung.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha harus memiliki kemampuan dalam aspek pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial untuk mencapai keberhasilan Usaha yang dijalankan



**Gambar 2.1 Bagan Pradigma Penelitian**

### 2.3 Hipotesis

Indah (2021) hipotesis adalah jawaban sementara yang diberikan karena hanya berdasarkan teori yang relevan belum berdasarkan fenomena atau data empiris. Merupakan pernyataan yang penting yaitu terdapat dalam hipotesis sebuah penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka didalam penelitian ini terdapat hipotesis sebagai Berikut :

- H1: Diduga terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada usaha Sentra Kaktus di Desa Langensari Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat

- H2: Diduga terdapat pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Keberhasilan Usaha pada usaha Sentra Kaktus di Desa Langensari Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat
- H3: Diduga terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Instagram Secara Simultan Terhadap Keberhasilan Usaha pada usaha Sentra Kaktus di Desa Langensari Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat