

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Entrepreneurship atau kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti mulia, luhur, berani, dan pemimpin, Usaha berarti sebuah aktivitas dalam mencapai tujuan atau pekerjaan tertentu dengan menggunakan pikiran. Sehingga, kewirausahaan adalah bentuk aktivitas manusia yang menggunakan pikiran untuk mencapai pekerjaan yang mampu menciptakan kehidupan yang lebih baik. Menurut Listyawati dalam Febrinda (2021)

Kao mendefinisikan *Entrepreneurship* (kewirausahaan) sebagai kemampuan mengidentifikasi peluang usaha secara bijaksana, berani mengambil risiko terhadap peluang usaha dengan keterampilan manajemen yang baik, dan mengembangkan sumber daya manusia, modal, dan sumber daya keuangan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang baik. (Khamimah,2021)

Kewirausahaan adalah penciptaan sesuatu yang baru berdasarkan inovasi, nilai tambah, memberikan manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya dapat berguna bagi orang lain. Menurut Soegoto dalam Hasan et al (2022)

Kewirausahaan merupakan suatu sifat dan watak yang melekat pada diri seseorang yang mempunyai kemauan kuat untuk mengimplementasikan ide-ide inovatif ke dalam dunia nyata dan mampu mengembangkannya secara tangguh. Menurut Irham Fahmi dalam Hasan et al (2022)

2.1.2 *Social Media*

Media sosial menurut Cross dalam Pratiwi (2020) merupakan suatu hal yang didalamnya terdapat bermacam-macam teknologi yang bertujuan untuk

mengikat orang-orang dalam suatu kolaborasi, bertukar informasi, serta berinteraksi dalam bentuk pesan yang berbasis web.

Media sosial merupakan media yang terdiri dari beberapa bagian didalamnya yaitu terdapatnya infrastruktur informasi dan alat yang bermanfaat untuk memproduksi serta mendistribusikan isi media, isi dari media dapat berupa gagasan, berita yang berbentuk digital, serta yang membuat dan menggunakan isi media tersebut ialah individu, organisasi, dan industri. Menurut Parks dalam Pratiwi (2020)

Media sosial adalah sebuah *platform* yang memiliki fokus untuk memberikan fasilitas terhadap pengguna dalam melakukan aktivitas atau berkolaborasi. Dan media sosial dapat dikatakan sebagai media yang dapat mempererat hubungan antar pengguna yang nantinya dapat membentuk suatu ikatan sosial. Menurut Van Dijk dalam Hendriyani (2022)

2.1.3 Social Media Usage

Perkembangan terhadap media sosial memberikan dampak yang besar bagi manusia sehingga seseorang dapat dengan mudah dalam berbagi informasi atau mencari pengetahuan yang relevan untuk pengembangan bisnis. Teknologi digital juga membawa perubahan besar dalam pengelolaan bisnis, seperti proses produksi, layanan, hingga pengantaran ke konsumen. Sehingga penggunaan media sosial dapat menjaga relasi dengan pemasoknya dalam berwirausaha (Azhar & Akhtar, 2020). Ukozor & Ojiakor (2020) juga menekankan bahwa anak muda dekat dengan media sosial, sehingga anak muda dapat memanfaatkannya dalam kewirausahaan.

Penggunaan media sosial mampu dalam merubah cara pandang pengusaha dalam melakukan interaksi, mencari peluang usaha, dan mampu melibatkan beberapa pemangku kepentingan yang terhubung dalam ekosistem eksternal (Benitez et al., 2020)

Penggunaan media sosial seperti *YouTube* dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dalam meningkatkan pelatihan kewirausahaan, hal itu dikarenakan penggunaan media sosial seperti youtube mampu membantu masyarakat untuk belajar secara langsung mengenai tahap-tahap memulai usaha, memasarkan produk, dan juga belajar memproduksi produk. Menurut Darmawati dalam Latipah (2020) mengatakan bahwa terdapat keunggulan dalam melakukan pembelajaran melalui media sosial yaitu masyarakat tidak mudah bosan, dikarenakan mereka dapat mengkonsumsi audio dan visual selama pembelajaran.

Kuswanti dan Oktarina (2019) mengatakan bahwa dengan memanfaatkan media sosial dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam meningkatkan keterampilan berwirausaha, yang nantinya dapat berkembang dalam membuka usaha sendiri yang mampu meningkatkan perekonomian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan definisi *Social Media Usage* yang dikutip oleh Kuswanti dan Oktarina (2019) yang mengatakan bahwa memanfaatkan media sosial dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam meningkatkan keterampilan berwirausaha, yang nantinya dapat berkembang dalam membuka usaha sendiri yang mampu meningkatkan perekonomian.

2.1.4 Entrepreneurial Skill Acquisition

Entrepreneurial Skill Acquisition adalah sebuah keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan bisnis. Menurut Agu dalam Shaibu (2024) mengatakan bahwa *Entrepreneurial Skill Acquisition* harus ditanamkan melalui pendidikan yang tepat agar dapat diarahkan kepada usaha kecil dan menengah, serta mampu untuk menguntungkan individu maupun komunitas di tempat wirausaha dilakukan.

Entrepreneurial Skill Acquisition dipandang sebagai cara seseorang dalam memperoleh keterampilan tertentu dan aktivitas yang diperlukan dalam

bisnis melalui pelatihan untuk memanfaatkan peluang kewirausahaan dalam wirausaha. Menurut Samian & Buntat dalam Shaibu (2024)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan definisi *Entrepreneurial Skill Acquisition* yang dikutip oleh Samian & Buntat dalam Shaibu (2024) yang mengatakan bahwa *Entrepreneurial Skill Acquisition* dipandang sebagai cara seseorang dalam memperoleh keterampilan tertentu dan aktivitas yang diperlukan dalam bisnis melalui pelatihan untuk memanfaatkan peluang kewirausahaan dalam wirausaha.

2.1.5 Innovation

Inovasi adalah sebuah penggunaan teknologi dan pengetahuan baru yang bertujuan untuk memberikan produk baru dan sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut Burtonshaw-Gun dalam Alfulailah (2020). Inovasi merupakan keberhasilan sosial dan ekonomi yang dihasilkan dari pengenalan cara-cara baru untuk mengubah masukan menjadi keluaran, dan oleh karena itu menyebabkan perubahan yang sangat besar dalam persepsi pelanggan ketika membandingkan nilai manfaat dengan harga. Menurut Fontanna dalam Alfulailah (2020)

Menurut West dan Far dalam Alfulailah (2020), inovasi mengacu terhadap suatu produk atau layanan yang dianggap baru. Mereka menyatakan bahwa inovasi adalah penerapan dan pengenalan ide, produk, prosedur, atau proses baru secara sadar dengan melakukan tindakan yang bermanfaat bagi individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan. Inovasi mencakup dalam empat bagian yang penting yaitu proses, produk, organisasi, dan pemasaran. Jensen dan Webster dalam Alfulailah (2020).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan definisi *Innovation* yang dikutip oleh Fontanna dalam Alfulailah (2020) yang mengatakan bahwa *Innovation* merupakan keberhasilan sosial dan ekonomi yang dihasilkan dari pengenalan cara-cara baru untuk mengubah masukan menjadi keluaran, dan oleh

karena itu menyebabkan perubahan yang sangat besar dalam persepsi pelanggan ketika membandingkan nilai manfaat dengan harga.

2.1.6 Attitude

Sikap adalah kesiapan mental dalam berbagai bentuk perilaku yang benar terhadap sesuatu dan cara seseorang mengatur hidupnya dalam menanggapi situasi. Menurut Rosmiati et al dalam Kusumojanto et al (2021). Sikap kewirausahaan adalah kecenderungan yang melibatkan kognitif, afektif, dan konatif individu yang mendorong untuk menemukan, memulai, menerapkan cara yang unik dengan menggabungkan antara teknologi dan produk dengan meningkatkan layanan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Kurczewska dalam Kusumojanto et al (2021)

Entrepreneurial Attitude atau sikap berwirausaha merupakan sebuah kesiapan individu dalam merespon terhadap karakteristik seorang wirausaha yaitu seperti percaya diri, berfokus pada tugas dan hasil, kepemimpinan, dan berorientasi pada masa depan. Menurut Yuyus Suryana dalam Isma (2023)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan definisi *Attitude* yang dikutip oleh Kurczewska dalam Kusumojanto et al (2021) yang mengatakan bahwa *Attitude* merupakan kecenderungan yang melibatkan kognitif, afektif, dan konatif individu yang mendorong untuk menemukan, memulai, menerapkan cara yang unik dengan menggabungkan antara teknologi dan produk dengan meningkatkan layanan untuk memperoleh keuntungan.

2.1.7 Motivation

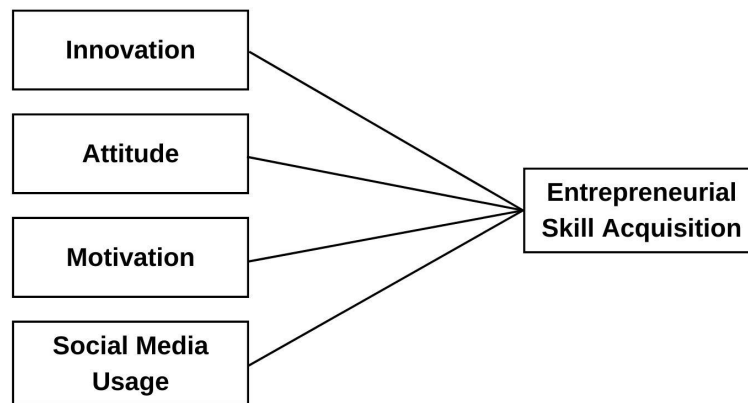
Menurut Martoyo dalam Kusmiati et al (2022) motivasi merupakan sebuah proses untuk mempengaruhi orang lain yang bertujuan untuk menjalankan dan melakukan suatu tujuan yang ingin kita capai atau inginkan. Motivasi adalah pemberian dorongan terhadap individu untuk bertindak dan mampu menyebabkan individu untuk berperilaku yang mengarah pada tujuan. Menurut Murty & Hudiwinarsih dalam Zahratulfarhah et al (2022)

Motivasi merupakan suatu hal yang penting dikarenakan dengan adanya motivasi diharapkan setiap karyawan dapat bekerja keras serta antusias dalam mencapai kinerja yang tinggi. Menurut Sunyoto dalam Satria (2021)

Menurut Hasibuan dalam Ariani et al (2020) motivasi merupakan suatu hal yang mampu membuat dan membantu perilaku individu agar rajin dan semangat dalam mencapai hasil yang optimal.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan definisi *Motivation* yang dikutip oleh Murty & Hudiwinarsih dalam Zahratulfarhah et al (2022) yang mengatakan bahwa *Motivation* merupakan pemberian dorongan terhadap individu untuk bertindak dan mampu menyebabkan individu untuk berperilaku yang mengarah pada tujuan.

2.2 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber : Othman et al (2022)

Model penelitian diatas digunakan oleh peneliti untuk meneliti topik yang berjudul : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Entrepreneurial Skill Acquisition*

Pada Generasi Z di Kota Tangerang” melalui hipotesis yang akan diuji sebagai berikut :

H1: *Innovation* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

H2: *Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

H3: *Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

H4: *Social Media Usage* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

2.3 Hipotesis

2.3.1 Terdapat pengaruh positif antara *Innovation* terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Oboreh & Nnebe (2019) mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap perolehan keterampilan bagi lulusan Universitas Negeri Tenggara, Nigeria, mengungkapkan bahwa *Innovation* memiliki pengaruh positif terhadap *Skill Acquisition* bagi lulusan Universitas Negeri Tenggara, Nigeria. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Agbogidi dalam Nnebe (2019) yang menyatakan bahwa *Innovation* memiliki pengaruh terhadap *Skill Acquisition* pada lulusan bengkel mobil yang mewajibkan para pekerja harus dibekali keterampilan dan pengetahuan inovasi yang bertujuan untuk menangani pekerjaan mereka.

Menurut Zhao dan Seibert dalam Vega-Gomez et al (2020) mengatakan bahwa kemampuan dalam mencari pengalaman baru dan ide-ide baru adalah keterampilan pribadi yang mampu dalam meningkatkan *Entrepreneurial Skill Acquisition*. Maka dari uraian tersebut, hipotesis berikut diajukan :

H1 : *Innovation* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

2.3.2 Terdapat pengaruh positif antara *Attitude* terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

Menurut Adebayo dan Kavoo dalam Dabo (2019) Menyatakan bahwa *Attitude* memiliki peran penting terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition* dalam persepsi anak muda.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Adedokun (2019) di Negara Bagian Oyo, Nigeria menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa adanya kecenderungan sikap positif terhadap program *Skill Acquisition and Entrepreneurship Development* pada lulusan muda. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan temuan Thomas dan Eforuoku dalam Adedokun (2019) yang mengatakan bahwa sikap positif terhadap *Skill Acquisition* dimiliki oleh anak muda, hal itu dikarenakan terdapat inovasi dalam dirinya yang mempengaruhi mereka untuk mencari ide baru yang dapat meningkatkan aktivitas hidup mereka. Maka dari uraian tersebut, hipotesis berikut diajukan :

H2 : *Attitude* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

2.3.3 Terdapat pengaruh positif antara *Motivation* terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

Menurut Agbai dalam Agogbua & Mgbatogu (2022) mengatakan bahwa perolehan keterampilan dalam mengatasi wirausaha muda tidak cukup dari lulusan saja. Hal tersebut didukung oleh Valliere dalam Agogbua & Mgbatogu (2022) yang menegaskan bahwa dalam mendorong perilaku kewirausahaan di kalangan muda, motivasi sangat diperlukan.

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh Agogbua & Nzewi (2022) di Negara Bagian Anambra, Nigeria menghasilkan bahwa motivasi diri memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition* dan wirausaha. Dan hal tersebut menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Skill Acquisition* dapat mengarah pada wirausaha, namun hal tersebut dapat terjadi jika individu

memiliki motivasi dalam dirinya. Maka dari uraian tersebut, hipotesis diajukan sebagai berikut :

H3 : *Motivation* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

2.3.4 Terdapat pengaruh positif antara *Social Media Usage* terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nwolu et al (2021) pada kalangan pemuda di Nigeria pada saat *lockdown* akibat *covid-19* menghasilkan penelitian yang mengatakan bahwa *Social Media Usage* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition* selama masa pasca *lockdown*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Akinfeeye et al dalam Nwolu et al (2021) yang mengatakan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Nigeria yaitu *Facebook, Twitter, dan Instagram*.

Menurut Tapscott & Williams dalam Ademiluyi (2019) mengatakan bahwa teknologi dan media sosial mampu memberikan siswa dalam memperoleh pemikiran yang kreatif, tambahan pengetahuan, dan bakat dalam skala yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan.

Berdasarkan temuan penelitian Ohieku dan Celestine (2023) yang menghasilkan bahwa media sosial lebih efektif untuk digunakan dalam meningkatkan *Entrepreneurial Skill Acquisition* dan kinerja bisnis pengrajin patung di Nigeria. Maka dari uraian tersebut, hipotesis diajukan sebagai berikut :

H4 : *Social Media Usage* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition*

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Penerbit	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Norashida Othman, Siti	e-International Publishing	Social Media and Entrepreneurial Skill	Sebagai jurnal utama dalam penelitian

	Norida Wahab, Nur Azirah Zahida Mohamad Azhar, Nosica Rizkalla (2022)	House Ltd..	Acquisition: Millennials in Malaysia	
2	Dr. Justina C. Oboreh, Ekwutosi Gloria Nnebe (2019)	SEAHI PUBLICATION S	Entrepreneurship Education And Skill Acquisition Of Graduates In Public Universities South-East, Nigeria	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Innovation</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
3	Francisco I. Vega-Gómez, Francisco J. Miranda González, Antonio Chamorro Mera, and Jesus Pérez-Mayo (2020)	SAGE Journals	Antecedents of Entrepreneurial Skills and Their Influence on the Entrepreneurial Intention of Academics	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Innovation</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
4	Steve Azi Dabo (2019)	IJSSIT	INFLUENCE OF SELF CONFIDENCE AMONG ENTREPRENEURS ON YOUTH ATTITUDE TOWARD ENTREPRENEURIAL SKILLS ACQUISITION IN PLATEAU STATE, NIGERIA	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Attitude</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
5	Olubunmi Jokotola Adelakun, Bosede Olukemi Lawal, Ajoke Oyegbami, Margaret	Ajol.info	Attitude of Graduate Youths Towards Agro-allied Skill Acquisition and Entrepreneurship Development Programme in Oyo	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Attitude</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>

	Olayemi Oyedokun (2019)		State	
6	Stanley Ndubisi Agobua, Chukwudi D Mgbatogu (2022)	European Centre for Research Training and Development	Entrepreneurial Skills and Self Employment: A Theoretical Exposition	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Motivation</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
7	Stanley Ndubisi Agobua, Ugochukwu C Nzewi (2022)	IJRP	Entrepreneurial Skills, Self- Motivation and Self Employment in Anambra State, Nigeria	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Motivation</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
8	Obiajulu Joel Nwolu, Chukwunonso C. Nnabuiife, Chika Onyinye Nnabuiife (2021)	ResearchGate	THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN ENHANCING ENTREPRENEURSHIP SKILLS AMONG NIGERIAN YOUTHS: COVID-19 TOTAL LOCKDOWN AND POST ERA	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Social Media Usage</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
9	Ademiluyi, LF	Akademik Arca	INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON ENTREPRENEURSHIP INNOVATION AND CREATIVITY SKILL ACQUISITION OF POLYTECHNIC GRADUATING STUDENTS IN OSUN STATE, NIGERIA.	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara <i>Social Media Usage</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
10	Anthonia Omeneke Ohieku, Geveer Verlumun	University of Nigeria	Impact of social media-based small group communication in improving the	Digunakan sebagai jurnal pendukung dan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif

	Celestine (2023)		entrepreneurial skills and business performance of young sculptors in Nigeria	antara <i>Social Media Usage</i> terhadap <i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>
--	------------------	--	---	--

Sumber : Olah Data Sekunder Penulis, (2024)



UMMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA