

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

Dalam kajian teoritis ini, akan diperjelaskan mengenai Minat Berwirausaha, Penggunaan Media sosial, *Entrepreneurial literacy* dan *Digital literacy*, mempertimbangkan tinjauan penelitian sebelumnya, merumuskan kerangka pikir penelitian dan mengembangkan hipotesis yang relevan.

2.1.1 Minat Berwirausaha

Dalam pemahaman tentang Minat Berwirausaha, akan dijelaskan mengenai pengertian, faktor – faktor yang mempengaruhinya, serta indikator – indikator yang digunakan untuk menilai tingkat Minat Berwirausaha Mahasiswa.

2.1.1.1 Pengertian Minat Wirausaha

Syifana (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa, minat menjadi sikap yang dapat membuat orang merasa senang terhadap obyek, situasi atau ide-ide tertentu. Menurut Sukoningtiyas (2023) bahwa, “minat berwirausaha adalah proses yang menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko untuk dapat meningkatkan keterampilan dalam menciptakan sesuatu yang baru, inovatif dan menarik sehingga memunculkan peluang usaha.

Minat berwirausaha adalah motivasi, ketertarikan, keinginan, dan kesiapan seseorang untuk mengambil inisiatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan bekerja keras, tanpa merasa takut terhadap risiko yang mungkin muncul. Mereka juga senantiasa belajar dari kesalahan yang terjadi untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada (Paramitasari et al., 2024). Wirausahawan adalah individu yang

berusaha mengidentifikasi perubahan, merespon dan menjadikan sebagai peluang untuk dimanfaatkan (Chairoel et al., 2023).

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah dorongan internal yang mencakup motivasi, ketertarikan, keinginan, dan kesiapan seseorang untuk mengambil langkah dalam menciptakan dan mengembangkan peluang usaha. Minat ini mendorong individu untuk bekerja keras, berani mengambil risiko, serta terus belajar dari kesalahan yang terjadi sebagai bagian dari proses pengembangan diri.

Minat berwirausaha tidak hanya mencerminkan keinginan untuk meraih keuntungan, tetapi juga semangat untuk menciptakan sesuatu yang baru, inovatif, dan bernilai. Dengan adanya minat berwirausaha, seseorang akan lebih peka terhadap perubahan di sekitarnya, mampu mengidentifikasi peluang, dan menjadikannya sebagai langkah strategis untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kemandirian ekonomi. Oleh karena itu, minat berwirausaha menjadi pondasi penting dalam membentuk jiwa kreatif, inovatif, dan tangguh di tengah persaingan dan tantangan dunia usaha.

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menurut Susanto (2024) yaitu:

1. Faktor individu atau pribadi.

Faktor individu merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengalaman hidupnya sejak lahir hingga dewasa, baik itu dari lingkungan keluarga, Masyarakat,

ataupun lingkungan sekolah. Faktor individu mungkin timbul dari motivasi internal seseorang untuk berwirausaha.

2. Tingkat Pendidikan.

Seseorang yang mempunyai tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan mempunyai keinginan untuk memilih karir yang lebih sukses, namun jika seseorang mempunyai tingkat pendidikan yang lebih rendah maka orang tersebut akan paksa begitu saja dengan nasib hidupnya. Semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin kecil keinginan untuk menjadi wirausaha.

3. Kepribadian.

Seseorang yang memiliki kepribadian tinggi untuk menjalani hidup sukses akan berubah pola pikirnya menjadi berpikir positif dalam merencanakan masa depannya.

4. Prestasi.

Orang yang punya tingkat prestasi tinggi juga mempunyai keinginan yang lebih besar untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini terlihat dari kinerja pada mata pelajaran magang dan kewirausahaan. Jika hasil mata pelajaran magang nasi urusan anda bagus, maka anda mungkin anda ingin memulai bisnis.

5. Dorongan keluarga.

Keluarga sangat penting untuk kedudukan minat dan mendorong seseorang mengambil keputusan karir sebagai wirausaha. Dengan keluarga dapat berupa perhatian orang tua orang tua. Yang masih maksimal mungkin memberikan semangat kepada anaknya maka dapat dipastikan akan membuat anaknya sukses, sedangkan jika dorongan yang diberikan orang tua kepada anaknya rendah maka

tingkat keberhasilannya pun akan rendah. Begitu pula dengan dorongan yang diberikan kepada anak-anak untuk menjadi wirausaha.

6. Lingkungan sosial.

Lingkungan sosial juga dapat mempengaruhi minat anak berwirausaha. Jika orang sukses adalah orang yang mudah bergaul dengan orang lain, tidak peduli siapa dia, karena berbagai pengalaman dengan media telah diperolehnya.

Faktor – faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha berdasarkan para ahli tersebut dapat di simpulkan bahwa minat seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan sekitarnya. Faktor individu seperti pengalaman hidup dan motivasi internal menjadi landasan utama dalam membentuk keinginan berwirausaha. Tingkat pendidikan juga berperan penting, di mana pendidikan yang lebih tinggi tidak selalu mendorong seseorang menjadi wirausaha, namun memberikan bekal pola pikir dan keterampilan. Kepribadian yang positif, prestasi akademik yang baik, serta dukungan keluarga yang kuat semakin memperkuat minat seseorang untuk memulai usaha. Selain itu, lingkungan sosial yang kondusif dan pengalaman bergaul yang luas turut memberikan inspirasi dan dorongan untuk memilih jalur kewirausahaan. Secara keseluruhan, kombinasi antara faktor internal dan eksternal sangat menentukan tinggi rendahnya minat seseorang untuk berwirausaha.

2.1.1.3 Indikator Minat Berwirausaha.

Ruswandi (2023) mengukur Minat Berwirausaha dengan menggunakan beberapa indikator :

1. Memiliki kemauan, artinya individu memiliki motivasi internal yang kuat untuk maju dan sukses. Kemauan ini menjadi pendorong utama untuk memulai usaha, menghadapi tantangan, dan terus belajar.
2. Sanggup bekerja secara bersusah payah, seorang wirausahawan sejati tidak mudah menyerah. Ia siap menghadapi kerja keras, tekanan, dan kondisi yang tidak nyaman demi mencapai tujuan. Ini mencerminkan etos kerja tinggi dan ketekunan.
3. Berani mengambil resiko, dalam dunia usaha, tidak ada jaminan pasti. Oleh karena itu, seorang wirausahawan harus berani membuat keputusan yang memiliki konsekuensi, termasuk kegagalan. Namun, keberanian ini biasanya didasari oleh perhitungan yang rasional.
4. Optimis sikap positif dan percaya bahwa usaha akan berhasil adalah kunci. Optimisme membuat seseorang tidak mudah putus asa, tetap fokus pada peluang daripada hambatan, dan memberikan semangat bagi tim atau lingkungan sekitarnya.
5. Produktif dan innovative, wirausahawan harus mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat (produktif) dan selalu menciptakan hal-hal baru (inovatif) baik dari segi produk, proses, maupun strategi pemasaran agar bisa bertahan di pasar yang kompetitif.
6. Memiliki energi dan kapasitas dalam menutup kebutuhan, ini merujuk pada daya tahan fisik dan mental, serta kemampuan manajerial dalam mengelola sumber daya untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan pelanggan. Kapasitas ini menunjukkan kompetensi dan kesiapan dalam menjalankan usaha secara mandiri.

Menurut Aisyah (2023): mengukur Minat Berwirausaha dengan menggunakan beberapa indikator

1. Kemampuan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup, kemauan dan tekad untuk bekerja keras demi mencapai tujuan pribadi maupun kebutuhan hidup melalui usaha sendiri.
2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri, sikap jujur dan tanggung jawab, percaya pada kemampuan diri untuk menjalankan bisnis dengan integritas, serta rasa tanggung jawab terhadap segala keputusan yang diambil.
3. Ketahanan fisik dan mental, kemampuan untuk tetap bertahan dan beradaptasi meski menghadapi tantangan fisik dan tekanan mental dalam berwirausaha.
4. Ketekunan dan keuletan dalam bekerja, kemampuan untuk tetap gigih dan tidak mudah menyerah, meski menghadapi kesulitan atau hambatan dalam proses berwirausaha.
5. Pemikiran kreatif dan konstruktif, kemampuan untuk berpikir secara inovatif, menemukan solusi baru, dan mengembangkan ide-ide yang mendukung kemajuan usaha.
6. Berorientasi ke masa depan, fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang dan perencanaan yang matang untuk perkembangan usaha di masa yang akan datang.

7. Berani mengambil Keputusan, kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan berani dalam menghadapi ketidak pastian atau risiko dalam dunia kewirausahaan.

Susilawaty (2022) mengukur Minat Berwirausaha dengan menggunakan beberapa indikator:

1. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup, kemampuan dan tekad yang kuat untuk bekerja keras guna mencapai tujuan berwirausaha, serta memenuhi kebutuhan hidup melalui usaha sendiri.
2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri, percaya diri dan memiliki keyakinan pada kemampuan diri sendiri dalam menjalankan bisnis, menghadapi tantangan, dan mengatasi hambatan.
3. Sikap jujur dan tanggung jawab, memiliki integritas dan rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap usaha yang dijalankan, serta terhadap pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya.
4. Ketahanan fisik, mental, ketekunan dan keuletan bekerja, kemampuan untuk tetap bertahan dan bekerja keras, meskipun menghadapi tekanan fisik maupun mental dalam menjalankan bisnis, serta menunjukkan ketekunan dan keuletan dalam menghadapi tantangan.
5. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif ,mampu berpikir secara inovatif dan kreatif dalam mengembangkan ide-ide baru untuk usaha, serta membangun solusi yang bermanfaat dan konstruktif dalam bisnis.
6. Berorientasi ke masa depan dan berani mengambil risiko, fokus pada tujuan jangka panjang dengan visi yang jelas untuk masa depan bisnis, serta siap

mengambil risiko yang diperlukan untuk perkembangan dan kesuksesan usaha.

2.1.2 Penggunaan Media Sosial

Dalam pembahasan mengenai penggunaan media sosial, akan diperjelas tentang pengertian konsep tersebut, jenis – jenis platform media sosial serta indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan media sosial.

2.1.2.1 Pengertian Media Sosial

Menurut Ruswandi (2023) bahwa media sosial adalah sinkronisasi teknologi dan sosiologi yang merubah orasi (*one to many*) menjadi percakapan (*any to many*) dan informasi yang bersifat humanis yang merubah orang-orang menjadi penerbit konten yang asalnya dari pembaca konten. Media sosial menurut Syifana (2024) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Cahayani (2022) media sosial yaitu media online yang dapat berinteraksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial merupakan platform berbasis internet yang digunakan untuk berinteraksi berbagi informasi dan menciptakan sesuatu yang berkembang dan memberikan pengaruh kepada masyarakat (Sukoningtiyas & Subiyantoro, 2023).

Mahadewi & Sari Widhiyani (2023) menyakini bahwa media sosial lambat laun dapat menarik minat mahasiswa untuk mulai berwirausaha, karena memberikan kemudahan dalam memasarkan produk yang layak untuk diakses secara luas tanpa terbebani biaya yang tinggi. Perkembangan penggunaan teknologi semakin pesat

pada era digital saat ini. Media sosial semakin diakui karena bisa menunjang kegiatan berwirausaha karena menggunakan koneksi internet sehingga akan sangat mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun (Widyawati et al., 2022). Hal ini tentunya membuka peluang bagi *e-marketing* hingga dapat berkembang secara dinamis. Oleh karena itu ini dapat memberikan sebuah peluang yang menguntungkan untuk wirausahawan kedepannya agar terus mengeksplorasi keterampilan berwirausaha melalui media sosial (Widyawati et al., 2022).

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diartikan bahwa media sosial adalah platform yang menggabungkan teknologi dan sosiologi untuk mendukung komunikasi yang lebih efektif dan interaktif. Media sosial memungkinkan pengguna berbagi informasi dalam berbagai bentuk serta menjadi penerbit konten. Selain itu, media sosial berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha, khususnya di kalangan mahasiswa, karena memberikan kemudahan dalam pemasaran produk secara luas dengan biaya rendah. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, media sosial membuka peluang besar bagi perkembangan e-marketing dan menjadi sarana strategis bagi wirausahawan untuk terus mengembangkan keterampilan berwirausaha.

2.1.2.2 Jenis - Jenis *Platform* Media Sosial

Menurut Alam (2023) media sosial yang sering digunakan setiap orang yaitu:

- a. Facebook

Facebook adalah salah satu metode komunikasi menggunakan media *online* yang dapat menghubungkan teman, rekan kerja, bahkan mentor kita yang sudah lama tidak berkomunikasi.

b. Tiktok

Aplikasi tiktok adalah jejering sosial dengan media audio visual yang dapat mengekspresikan pengguna melalui banyak video unik yang berbeda. Tiktok menjadi tempat bagi mereka untuk bereksperimen dengan layanannya. Aplikasi ini mempunyai peran yang sangat penting dimasyarakat. Beberapa orang percaya bahwa aplikasi ini dapat megasah kreativitasnya dan memanfaatkan potensinya. Untuk memasarkan produknya, menggunakan *hashtag* promosi dan iklan video.

c. Twitter

Platfrom media sosial yang memungkinkan pengguna dengan berbagai media informasi dan berbagai pesan pendek, Twitter ini sering digunakan untuk mencari topik hangat, banyak orang menggunakan Twitter untuk mengetahui informasi penting. Twitter bertujuan untuk berbagi berita, berdiskusi dengan pengguna lainnya. Terkadang Twitter digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan.

d. Instagram

Instagram adalah *platfrom* media sosial yang sangat populer yang berfokus pada berbagai dokumentasi. Media sosial terutama instagram berguna dalam melakukan promosi serta memberikan informasi kepada pelanggan tanpa mengeluarkan biaya atau tenaga, dan waktu yang diperlukan untuk memudahkan memberi informasi kepada semua orang.

2.1.2.3 Indikator Penggunaan Media Sosial

Widyawati (2022) penggunaan media sosial diukur dengan beberapa indikator yaitu:

1. Partisipasi, media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik
2. Keterbukaan, hampir semua pelayan social media terbuka untuk umpan balik (*feedback*) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi.
3. Percakapan, komunikasi yang terjalin antara dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui sosial media tersebut.
4. Komunikasi, social media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit.
5. Saling Terhubung, hampir semua social media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber sumber lain dan orang-orang.
6. Keterampilan siswa menggunakan media sosial, kemampuan untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan media sosial secara bijak dan produktif sebagai sarana komunikasi, pembelajaran, dan pengembangan diri.

Penggunaan media sosial diukur dengan beberapa indikator menurut Aisyah (2023) yaitu:

1. Saran komunikasi, mengukur sejauh mana individu memberikan masukan atau rekomendasi dalam berkomunikasi di media sosial, baik dalam bentuk komentar, diskusi, maupun berbagi informasi yang konstruktif.
2. Akses, tingkat kemudahan dalam mengakses media sosial, yang mencakup faktor seperti perangkat yang digunakan, koneksi internet, serta kemampuan teknis dalam memanfaatkan fitur-fitur platform media sosial.
3. Pemanfaatan media sosial, sejauh mana media sosial digunakan secara aktif dan produktif, baik untuk tujuan pribadi, profesional, hiburan, atau lainnya, serta bagaimana individu memaksimalkan potensi media sosial dalam berbagai aspek kehidupan.

Sementara itu menurut Paramitasari (2024) indikator penggunaan media sosial diukur dengan beberapa indikator yaitu:

1. Perhatian, sejauh mana individu aktif memperhatikan konten di media sosial dan terlibat dengan informasi yang disajikan.
2. Keterbukaan, tingkat keterbukaan individu dalam berbagi informasi, opini, atau pengalaman pribadi di platform media sosial.
3. Percakapan, aktivitas dalam berkomunikasi dan berdialog dengan orang lain melalui komentar, pesan, atau diskusi di media sosial.
4. Komunikasi, kemampuan untuk menyampaikan pesan atau informasi secara efektif dan jelas melalui media sosial.
5. Saling Terhubung, kemampuan untuk membangun jaringan atau hubungan sosial dengan orang lain di media sosial.

6. Keterampilan. keahlian dalam menggunakan media sosial secara efisien, seperti dalam membuat konten, mencari informasi, atau berinteraksi secara positif.

2.1.3 *Entrepreneurial Literacy*

Dalam pembahasan mengenai *Entrepreneurial Literacy*, akan dijelaskan tentang makna yang mendasari konsep tersebut, karakteristik *Entrepreneurial Literacy*, serta indikator – indikator yang dapat digunakan untuk menilai minat berwirausaha dari *Entrepreneurial Literacy*.

2.1.3.1 Pengertian *Entrepreneurial Literacy*

Entrepreneurial Literacy adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki oleh seseorang melalui pendidikan kewirausahaan yang dapat membantu orang tersebut untuk berinovasi dan menjadi seorang wirausaha (Setiawati et al., 2022). Sedangkan menurut Paramitasari (2024) *Entrepreneurial Literacy* atau sering disebut kemahiran berwirausaha adalah faktor eksternal yang memainkan peran utama dalam mencapai kesuksesan bisnis. Semakin tinggi kemampuan berwirausaha lebih banyak yang dimiliki seseorang, lebih besar kemungkinan mereka untuk mencapai keberhasilan dalam usaha mereka.

Entrepreneurial Literacy adalah pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang yang sangat penting, terutama dalam memproduksi produk atau layanan baru, menghasilkan nilai tambah baru, memulai bisnis baru, dan mengembangkan organisasi baru (Alfionita et al., 2020).

2.1.3.2 Karakteristik *Entrepreneurial Literacy*

Menurut Afrila (2025) karakteristik kewirausahaan terbagi menjadi:

1. Pemahaman konsep kewirausahaan

Memiliki pengetahuan tentang apa itu wirausaha, tujuan, peran dalam ekonomi, dan nilai-nilai yang melekat (seperti inovasi, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko).

2. Kemampuan mengidentifikasi peluang

Mampu melihat peluang bisnis di lingkungan sekitar, peka terhadap perubahan kebutuhan pasar dan perkembangan tren.

3. Kreativitas dan inovasi

Berpikir kreatif dalam menemukan ide-ide baru untuk produk atau jasa.

Inovatif dalam memperbaiki proses bisnis yang ada.

4. Pengelolaan risiko

Berani mengambil risiko, tetapi dengan analisis yang cermat, mampu memperhitungkan untung-rugi sebelum mengambil keputusan bisnis.

5. Manajemen sumber daya

Mampu mengelola modal, tenaga kerja, dan waktu secara efisien, memahami dasar-dasar pengelolaan keuangan usaha.

6. Komunikasi dan negosiasi

Mampu berkomunikasi dengan pelanggan, mitra, supplier, dan stakeholder lain, pandai bernegosiasi untuk mencapai tujuan bisnis.

7. Penggunaan teknologi digital

Mampu memanfaatkan teknologi, media sosial, dan platform digital untuk mendukung aktivitas usaha.

8. Sikap mandiri dan percaya diri

Memiliki rasa percaya diri dalam mengambil keputusan sendiri, memiliki motivasi untuk sukses tanpa bergantung kepada orang lain.

9. Tanggung jawab sosial dan etika bisnis

Menjalankan bisnis secara etis. bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan dari bisnisnya.

2.1.3.3 Indikator *Entrepreneurial Literacy*

Menurut Paramitasari (2024) terdapat tiga indikator *Entrepreneurial Literacy* meliputi:

1. Pengetahuan dasar kewirausahaan, merujuk pada pemahaman siswa tentang konsep dasar kewirausahaan, seperti definisi wirausaha, tujuan, manfaat, serta peran kewirausahaan dalam perekonomian.
2. Ide dan peluang usaha, kemampuan siswa dalam mengidentifikasi peluang serta mengembangkan ide-ide kreatif yang bisa dijadikan sebagai dasar untuk memulai suatu usaha.
3. Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha, mencakup pemahaman mengenai manajemen usaha, seperti pemasaran, keuangan, produksi, serta aspek hukum dan etika dalam menjalankan bisnis.

Menurut Purwati (2023) *Entrepreneurial Literacy* dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Pengetahuan dasar kewirausahaan, pemahaman dasar tentang konsep, prinsip, dan teori kewirausahaan, termasuk jenis usaha dan sikap wirausaha.

2. Pengetahuan ide dan peluang usaha, kemampuan untuk mengenali ide bisnis dan peluang usaha, serta mengembangkan rencana bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Pengetahuan tentang aspek – aspek usaha, pemahaman tentang manajemen keuangan, pemasaran, operasi, dan aspek lainnya yang penting dalam menjalankan usaha secara efektif.

2.1.4 *Digital Literacy*

Dalam pembahasan mengenai *Digital Literacy* akan dijelaskan tentang makna yang mendasari konsep tersebut, serta indikator – indikator yang dapat digunakan untuk menilai minat berwirausaha dari *Digital Literacy*.

2.1.4.1 Pengertian *Digital Literacy*

Literasi Digital adalah pemahaman, sikap, dan keterampilan yang dimiliki individu dalam menggunakan teknologi digital secara efektif untuk mengenali, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, serta membangun pengetahuan baru. Selain itu, literasi digital memungkinkan individu untuk mengungkapkan diri melalui media digital dan berkomunikasi dengan orang lain secara efisien (Paramitasari et al., 2024).

Menurut Filia (2024) literasi digital merupakan kemampuan seseorang untuk membaca dan menafsirkan informasi dan data didunia digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks. Generasi milenial saat ini merupakan generasi yang melek digital, mereka mampu mencari dan mengelola informasi digital dan menginterpretasikannya.

Menurut Unesco (2019) dalam jurnalnya yang berjudul *Digital Literacy In education*, literasi adalah kumpulan untuk mengidentifikasi, menafsirkan, menciptakan, menghitung, berkomunikasi dan menggunakan bahan cetak dan tulisan yang terkait dengan berbagai konteks. Literasi digital merupakan kecakapan hidup (life skills) yang tidak hanya melibatkan kemampuan menggunakan teknologi, informasi, dan komunikasi, tetapi juga melibatkan kemampuan bersosialisasi, belajar, dan memiliki sikap berpikir kritis, kreatif dan inspirasi dalam kompetensi digital.

2.1.4.2 Indikator *Digital Literacy*

Menurut Hidayati (2023) Indikator dari *Digital Literacy* yaitu:

1. Kemampuan menafsirkan informasi, kemampuan untuk memahami dan menganalisis isi informasi digital secara kritis, baik dari teks, gambar, maupun video
2. Kemampuan menyaring informasi, keterampilan dalam memilah informasi yang valid dan relevan, serta menghindari informasi palsu atau hoaks.
3. Kemampuan menglola indentitas online, kemampuan untuk mengatur dan menjaga jejak digital, serta menggunakan identitas digital secara bertanggung jawab.
4. Menggunakan media sosial sebagai referensi, kemampuan dalam memanfaatkan media sosial secara positif, seperti untuk mencari informasi edukatif, peluang usaha, atau pembelajaran.

5. Kemampuan mengadopsi perangkat digital, keterampilan dalam menggunakan berbagai perangkat dan aplikasi digital, serta mampu mengikuti perkembangan teknologi dengan cepat.

Indikator *digital literacy* menurut Tahir (2021) bahwa individu perlu memiliki empat kompetensi inti sehingga dikatakan berliterasi digital:

1. Pencarian di internet (*internet searching*), ini merujuk pada kemampuan individu untuk menggunakan berbagai mesin pencari dan alat online untuk menemukan informasi yang relevan. Kompetensi ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana kata kunci digunakan secara efektif, bagaimana mengevaluasi hasil pencarian, dan bagaimana memfilter informasi yang relevan dari sumber yang tidak dapat dipercaya. Keterampilan ini juga meliputi kemampuan untuk memanfaatkan berbagai sumber daya digital untuk mencari informasi secara efisien.
2. Pandu arah hypertext (*hypertextual navigation*), kemampuan untuk menavigasi dan berinteraksi dengan hypertext (teks yang terhubung dengan link ke informasi lain) dalam suatu situs web atau platform digital lainnya. Ini termasuk kemampuan untuk mengikuti tautan secara logis dan efektif, serta memahami struktur dan hierarki informasi dalam ruang digital yang saling terhubung. Navigasi yang baik memungkinkan individu untuk berpindah antara informasi dengan cara yang terorganisir dan bermakna.
3. Evaluasi konten navigasi (*content evaluation*), kemampuan untuk menilai kualitas, kredibilitas, dan keakuratan konten yang ditemukan secara online. Ini melibatkan pengujian keabsahan informasi, melihat apakah sumbernya

dapat dipercaya, serta menganalisis bias atau ketidakakuratan yang mungkin ada dalam konten. Evaluasi ini juga melibatkan pemahaman tentang tujuan dan konteks pembuatan informasi, apakah itu tujuan komersial, opini, atau pendidikan.

4. Penyusunan pengetahuan (*knowledge assembly*), kemampuan untuk mengorganisasi, menyusun, dan menggabungkan berbagai informasi yang ditemukan melalui pencarian dan evaluasi untuk membentuk pengetahuan baru. Individu yang terampil dalam kompetensi ini dapat memproses dan mengintegrasikan informasi dari berbagai sumber, menghubungkannya dengan pengetahuan yang sudah ada, dan membentuk pemahaman yang lebih mendalam atau aplikasi praktis dari informasi tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Niken Paramita sari,Putri Emilia, M.Ariza Eka Yusend a,Soraya Asnusa	<i>The Effect Of Entrepreneurial Literacy, Digital Literacy And Social Media Use On The Interest Of High School Students (2024)</i>	X1: <i>Entrepreneur ial Literacy X2: Digital Literacy X3 : Social Media On use</i> Y: minat berwirausaha	Metode : Kuantitatif Objek : SMA Negeri 15 Bandar Lampung Populasi : 889 Sampel : 119 Teknik analisis data : software Gpower, validitas konvergen, Uji Reliabilitas dan Cronbach's Alpha, Uji <i>R Square</i> , Uji <i>F-Square</i> .	Hasil dalam penelitian mengetahui adanyahubungan yangberpengaruh signifikan dan positif pada variabel literasi kewirausahaan, literasi digital dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha,

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Metode Penelitian	Hasil
2	Sarahana Filia, Siti Rodiah,Siti Samsiah	Pengaruh literasi digital, media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau (2024)	X1: Literasi digital X2: media sosial X3: pengetahuan kewirausahaan n Y : minat berwirausaha	Metode : kuantitatif Objek : komunitas army luv. Kota jambi Populasi : seluruh komunitas army luv. Jambi Sampel : 83 Teknik pengambilan sampel metode survey Teknik analisis data : Analisis Deskriptif, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik	Hasil penelitian ini Literasi digital memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau. Media Sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
3.	Ayu Sukonin gtiyas , Hari Subiyantoro	Pengaruh penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan locus of control terhadap minat berwirausaha mahasiswa universitas bhinneka pgri tulungagung (2023)	X1: penggunaan media sosial X2: ekspektasi pendapatan X3: locus of control Y: minat berwirausaha	Metode : kuantitatif objek : mahasiswa universitas Bhineka PGRI Tulungagung populasi : lebih 100 sampel : jenis sampel probility sampling Teknik pengambilan sampel proportional sampling stratified random sampling. Teknik analisis data : uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heterskedastisitas, analisis linier berganda, uji t, uji F,	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan locus of control secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Metode Penelitian	Hasil
koefisien determinasi.					
4	Astri AyuPur wati, Zulfadli Hamzah, Muham mad Luthfi Hamzah, Mazzlida Mat Deli	<i>Digital and Entrepreneurial Literacy in Increasing Students' Entrepreneurial Interest in the Technological Era (2023)</i>	X1: Digital Literacy X2: Entrepreneur al Literacy X3: Framework of Thought Y: minat berwirausaha di era teknologi	Metode : kuantitatif Objek : students at private universities in Pekanbaru Populasi : 200 Sampel : 90 Teknik analisis data : Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Regression Tes.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan siswa. minat kewirausahaan.
5	Rike Setiawati ,Zulfina Adriani, Besse Wediawa ti	Entrepreneurial interest in startup business based on entrepreneurial literacy and digital literacy (2022)	X1: entrepreneur al literacy X2: digital literacy Y:entreprene rial interest	Metode : kuantitatif Objek : <i>Faculty of Economics and Business undergraduate students</i> populasi : 2,831 sampel : 406 Teknik analisis data : menggunakan SEM-PLS menggunakan aplikasi SmartPLS.	Hasil penelitian ini Ini adalah penelitian empiris pertama untuk membangun model minat kewirausahaan bagimahasiswa menggunakan literasi kewirausahaan dan literasi digital.

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Metode Penelitian	Hasil
6	Muham mad Rakib,A miruddin Tawe,He nni Zainal,S yurwana Farwita	The Relationship Analysis of Entrepreneurial Interests: Entrepreneurial Literacy, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Characters Vocational Students (2020)	X1: <i>Entrepreneur ial literacy</i> X2: <i>self-efficacy</i> X3: <i>The entrepreneuri al character</i> Y: minat berwirausaha	Metode : quantitative approach Objek : SMKN 1 Parepare, SMKN 2 Parepare, and SMKN 3 Parepare. Teknik pengumpulan sampel : <i>questionnaire with questions/statements closed</i> Teknik analisis data : analisis statistik deskriptif, analisis regresi berganda	Hasil penelitian dan diskusi adalah: (1) Kewirausahaan literasi, efikasi diri, dan karakter kewirausahaan memiliki efek langsung pada minat kewirausahaan. Selain itu, kewirausahaan literasi dan efikasi diri memiliki dampak langsung pada minat kewirausahaan dalam kewirausahaan.
7	Jerni, Thamrin Tahir, Muham mad Hasan, Rahmatu llah, Ihsan Said	Pengaruh litrasi ekonomi dan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa (2021)	X1: Literasi ekonomi X2: digital literasi Y : minat berwirausaha	Metode : kuantitatif Objek : Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Unioversitas Negeri Makassar Utara Sampel : 77 Teknik analisis data : uji validitas dan uji realitas dan untuk uji analisis data.	Hasil penelitian menunjukkan penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dan Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

No	Peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Metode Penelitian	Hasil
8	Ni Luh Putu Cahayani , I Ketut Westra , Ni Made Ariyati , Ni Komang Netriani , dan Teldi Sumarno Boling Sau.	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia.(2022)	X1: penggunaan media sosial X2: pendidikan kewirausahaan n Y: minat berwirausaha	Metode : kuantitatif Objek : mahasiswa FKIP universitas PGRI mahadewa Indonesia Populasi : 54 Sampel : 96 Teknik pengambilan sampel : proposional random sampling teknik analisis data : uji validitas dan uji realibilitas , aplikasi SPSS	Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat kewirausahaan.

2.3 Kerangka Berfikir

Adapun kerangka pikir yang digunakan dalam pembahasan ini sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel yang merupakan rangsangan untuk mempengaruhi variabel yang lain. Yang menjadi variabel independen adalah: penggunaan media sosial (X1), *Entrepreneurial literacy* (X2), dan *Digital literacy* (X3).

2. Variabel dependen

Suatu jawaban atas hasil dari perilaku yang dirangsang. Dalam hal ini yang menjadi variabel dependen adalah minat berwirausaha (Y).

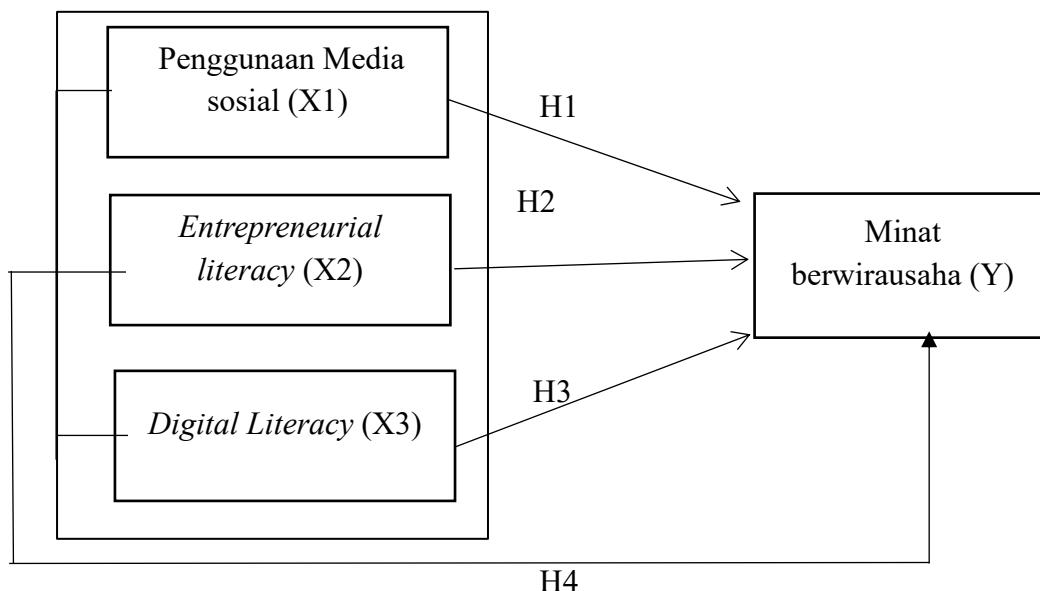
Dari uraian diatas dapat diambil kerangka pemikiran sebagai berikut :

- a. Variabel X1 (penggunaan media sosial) mempengaruhi variabel Y (minat berwirausaha), variabel X2 (*Entrepreneurial literacy*)

mempengaruhi variabel Y (minat berwirausaha) dan variabel X3 (*Digital literacy*) mempengaruhi variabel Y (minat berwirausaha).

- b. Untuk menguji hubungan variable X dengan variable Y secara partial juga di lakukan pengujian semua variable X dengan variable Y secara simultan.

Kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Gambar kerangka berpikir diatas menunjukan bahwa hubungan antara variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen secara persial dan simulatan.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah dugaan sementara dan referensi yang di rumuskan serta diterima untuk sementara dapat menerangkan fakta – fakta yang diamati ataupun kondisi – kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk langkah penelitian

selanjutnya. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

2.4.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Syifana (2024) mengatakan sosial media berperan besar dalam memajukan kinerja bisnis. Sosial media adalah bagian yang memiliki keterkaitan dengan praktik kewirausahaan. Kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan oleh sosial media diharapkan dapat menjadi faktor penunjang dalam berwirausaha

Dari Penelitian sebelumnya dimana penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mahadewi (2023); Paramitasari (2024) ; Sukoningtiyas (2023) menunjukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, makadapat mengajukan kepada hipotesis yang pertama sebagai berikut :

H1: Diduga Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

Entrepreneurial Literacy adalah pemahaman seseorang tentang kewirausahaan pemahaman tentang kewirausahaan dengan karakteristik positif, kreatif, dan inovatif dalam mengambil peluang bisnis yang menguntungkan bagi dirinya sendiri dan masyarakat (Setiawati et al., 2022). Ini mencakup berbagai aspek, dari identifikasi peluang, pengembangan ide bisnis, hingga manajemen operasional sehari-hari. Dalam konteks pendidikan, literasi kewirausahaan memainkan peran

penting dalam membekali siswa dengan alat yang mereka butuhkan untuk menjadi pengusaha sukses.

Dari penelitian sebelumnya *Entrepreneurial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwati (2023); Setiawati (2022); Paramitasari (2024).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka dapat mengajukan kepada hipotesis yang kedua sebagai berikut:

H2: Diduga *Entrepreneurial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

2.4.3 Pengaruh *Digital Literacy* Terhadap Minat Berwirausaha

Literasi digital merupakan kemampuan seseorang untuk membaca dan menafsirkan informasi dan data di dunia digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks. Generasi milenial saat ini merupakan generasi yang melek digital, mereka mampu mencari dan mengelola informasi digital dan menginterpretasikannya. Hal ini tentunya mendorong peningkatan segala bidang yang dapat menciptakan peluang usaha (Filia et al., 2024).

Dari penelitian sebelumnya *Digital Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Filia (2024); Tahir (2021); Paramitasari (2024)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka dapat mengajukan kepada hipotesis yang kedua sebagai berikut:

H3: Diduga *Digital Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

2.4.4 Pengaruh Penggunaan Media Sosial, *Entrepreneurial Literacy* dan *Digital Literacy* Terhadap Minat Berwirausaha

Media sosial merupakan sarana media yang berguna sebagai bertukar / menemukan informasi dan komunikasi berbasis online. Pada saat ini media sosial semakin diakui keberadaannya karena dapat membantu kegiatan berwirausaha sebab menggunakan sambungan internet sehingga mudah diakses oleh siapapun (Widyawati et al., 2022). Adanya media sosial juga memudahkan wirausaha dalam melakukan penjualan *online* dan memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas tanpa dibebani biaya yang besar.

Penggunaan media sosial secara tepat dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa serta mahasiswa dapat menggunakan media sosial untuk mendapatkan inspirasi berwirausaha dan memudahkan mempromosikan usahanya seperti yang diungkapkan oleh (Sukoningtiyas & Subiyantoro, 2023). Penggunaan media sosial ini di mulai dengan adanya *Entrepreneurial Literacy* dan *Digital Literacy*. *Entrepreneurial Literacy* merupakan cara pandang seseorang terhadap kewirausahaan dalam merancang peluang bisnis yang tidak hanya menguntungkan diri sendiri tetapi juga memberikan manfaat bagi orang lain. Hal ini dicapai dengan menerapkan sifat positif, inovatif, dan kreatif dalam proses pengembangan bisnis (Paramitasari et al., 2024).

Digital Literacy merupakan pemahaman, sikap, dan keterampilan yang dimiliki individu dalam menggunakan teknologi digital secara efektif untuk mengenali, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, serta membangun pengetahuan baru. Selain itu, literasi digital memungkinkan individu

untuk mengungkapkan diri melalui media digital dan berkomunikasi dengan orang lain secara efisien (Busthomi et al., 2022).

Dari penelitian sebelumnya Dimana Penggunaan Media Sosial, *Entrepreneurial Literacy*, dan *Digital Literacy* berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha, hal ini di dukung oleh penelitian (Paramitasari et al., 2024).

H4: Diduga Penggunaan Media Sosial, *Entrepreneurial Literacy* dan *Digital Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha