

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Minat *Technopreneurship*

2.1.1.1 Pengertian Minat *Technopreneurship*

Setiap individu untuk melakukan suatu kegiatan tentunya harus didorong dengan keinginan. Keinginan atau minat terhadap sesuatu tentunya akan mempengaruhi perilaku individu kedepannya, dengan begitu minat yang dimiliki seseorang akan berdampak besar. Minat itu sifatnya pribadi dan berhubungan dengan sikap maka minat dapat menyebabkan seseorang menjadi semakin gigih untuk mencapai apa yang telah menarik minatnya menurut Gunarsa dalam Amini & Nurtjahjanti (2016 : 97). Minat dalam KBBI berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat adalah sebuah kondisi dimana individu memiliki ketertarikan dan lebih menyukai akan suatu hal dan mendorong individu tersebut untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan atas kemauan dirinya serta diiringi bakat dan lingkungannya (Wahjuningsih et al., 2018 : 59).

Technopreneurship merupakan gabungan dari kata *techno* yang berarti teknologi dan *entrepreneur* yang berarti kewirausahaan. Dengan begitu *technopreneurship* adalah sebuah proses dari penguasaan yang baik akan teknologi dan pemahaman yang baik pula tentang konsep kewirausahaan menurut Sosrowinarsidiono dalam Mopangga (2015 : 14). Menurut Soeryanto *technopreneurship* itu merupakan bagian dari entrepreneurship namun lebih menekankan pada faktor teknologi di dalam proses bisnisnya (Nurfaizal, 2014 : 16).

Dari pengertian minat dan *technopreneurship* maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat *technopreneurship* adalah rasa suka atau ketertarikan pada kewirausahaan atau proses bisnis berbasis teknologi. Sama dengan pengertian menurut Hoque et al. (2017 : 4) yang menyebutkan bahwa “*technopreneurial intentions are a state of mind which directs and guides the actions of the individual toward the development, and the implementation of new technology business concepts.*” Atau minat *technopreneurship* adalah sebuah pemikiran yang langsung

serta terarah pada sebuah perilaku seseorang menuju perkembangan dan pengimplementasian dalam bisnis menggunakan konsep teknologi terbaru.

2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat *Techopreneurship*

Faktor merupakan suatu hal yang dapat menyebabkan atau ikut mempengaruhi terhadap terjadinya suatu hal. Termasuk minat *technopreneurship* seseorang tentunya ada faktor yang mendorong hal itu bisa terjadi pada seorang individu.

Dalam penelitian yang dilakukan Suryowati dkk pada mahasiswa di Universitas Trilogi Jakarta mengungkapkan bahwa ada 3 faktor yang menyebabkan seorang individu memiliki minat *technopreneurship*, faktor-faktor tersebut adalah integritas, kebersamaan, dan inovasi (Suyowati et al., 2022 : 576). Hal tersebut tidak serta menjadi sebuah patokan, terkadang terdapat sedikit perbedaan mengingat lokasi ataupun subjek penelitian itu berbeda.

Faktor yang mempengaruhi minat *technopreneurship* disebutkan oleh Tanoto dan Hidayah bahwa *relation support*. Hal itu terjadi karena ketika seorang individu mendapatkan dorongan yang kuat dari anggota keluarga atau teman, maka dapat meningkatkan kepercayaan diri individu tersebut sehingga dari relation support itu dapat meningkatkan intensi atau minat individu juga (Alamsyahrir & Ie, 2022 : 137).

Sementara itu Ambardi dan Chaidir dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat *Technopreneur* Mahasiswa di Era Teknologi Digital” menyebutkan ada 8 faktor yang mempengaruhi minat *technopreneur* mahasiswa (2020 : 22), yaitu :

1. Pengaruh harga diri terhadap minat *technopreneur*
Adanya anggapan bahwa individu atau mahasiswa lebih dihargai sehingga menimbulkan rasa percaya diri dan perasaan bangga ketika memiliki usaha sendiri.
2. Pengaruh tantangan pribadi terhadap minat *technopreneur*
Individu atau mahasiswa tidak menyukai untuk mencoba tantangan baru atau takut akan hal-hal yang memiliki risiko. Semakin besar tantangannya maka minat menjadi *technopreneur* mahasiswa semakin kecil.

3. Pengaruh keinginan menjadi bos terhadap minat *technopreneur*
Adanya faktor menjadi bos, memiliki usaha sendiri, dan kebebasan dalam mengelola usaha sendiri ternyata tidak cukup untuk individu atau mahasiswa memiliki minat *technopreneur*.
4. Pengaruh inovasi terhadap minat *technopreneur*
Kesenangan individu atau mahasiswa akan suatu hal yang inovatif serta kreatif dan senang dengan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi dapat mempengaruhi minat *technopreneur*.
5. Pengaruh kepemimpinan terhadap minat *technopreneur*
Adanya kesenangan individu atau mahasiswa ketika berbicara di depan banyak orang dan keinginan lebih terlihat atau menonjol dibandingkan orang lain. Hal itu mempengaruhi minat individu atau mahasiswa untuk menjadi *technopreneur*.
6. Pengaruh fleksibilitas terhadap minat *technopreneur*
Adanya keleluasaan waktu serta tidak adanya keterikatan terhadap sesuatu ternyata tidak menimbulkan minat *technopreneur* pada individu atau mahasiswa.
7. Pengaruh keuntungan terhadap minat *technopreneur*
Adanya keinginan merasakan dan bebas dalam mengelola hasil atau kekayaan dari usaha sendiri itu menjadi faktor yang mempengaruhi minat *technopreneur* mahasiswa.
8. Pengaruh lingkungan terhadap minat *technopreneur*
Dorongan dari lingkungan kampus dan orang tua terhadap individu atau mahasiswa untuk masuk ke dalam dunia *technopreneurship* menjadi faktor yang penting.

Dari faktor-faktor yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa minat *technopreneurship* itu timbul pada seorang individu didorong oleh hal lain di belakangnya seperti faktor harga diri, inovasi, kepemimpinan, keuntungan yang akan diperoleh serta lingkungan.

2.1.1.3 Indikator Minat *Technopreneurship*

Untuk mengetahui minat seseorang dalam *technopreneurship* tentunya diperlukan indikator yang dapat mengukur seberapa besar minat *technopreneurship* itu. Menurut Nugroho et al., (2018 : 238) menyebutkan bahwa profil mahasiswa yang memiliki minat terhadap *technopreneurship* itu dilihat dari beberapa indikator, indikator-indikator itu sebagai berikut :

1. Optimalisasi penggunaan teknologi dan informasi
2. Implementasi keilmuan teknis rekayasa
3. Percaya diri
4. Berorientasi tugas dan hasil

5. Pengambil risiko
6. Kepemimpinan
7. Orisinalitas
8. Berorientasi masa depan

Selain itu ada indikator lainnya yang dikemukakan oleh Ikhtiarung & Soedihono (2018 : 9) dalam penelitiannya untuk mengetahui keinginan *technopreneurship* pada mahasiswa menggunakan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Memiliki kemampuan konseptual atau ide dalam bidang teknologi untuk dipasarkan
2. Kemampuan melihat kelemahan suatu produk teknologi
3. Berminat menjadi *technopreneur* karena tidak ada ketergantungan pada orang lain
4. Keinginan untuk menciptakan lapangan kerja
5. Memulai usaha sendiri (berwirausaha) dalam kurun waktu 1-3 tahun kedepan

Adapun indikator lain yang telah digunakan oleh Nayati Utami (2019 : 270) dalam penelitiannya yang berjudul “*Affecting Factors of Technopreneurial Intention toward Younger Generation*” untuk mengetahui minat *technopreneurship* yaitu :

1. *Bussiness interest* (minat untuk berbisnis)

Seorang individu yang memiliki minat untuk berbisnis tentunya sudah menyiapkan aspek-aspek dalam menjalankan bisnis, seperti pantang menyerah, *problem solving*, inovatif, tekun serta konsisten dan menyenangkan sepenuh hati dalam menjalankan bisnis.

2. *Innovative job interest*

Berwirausaha tentunya menuntut individu untuk selalu berinovatif. Terkhusus dalam *technopreneurship* dimana dituntut untuk selalu bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman.

3. *Bussiness with technology interest*

Di dalam *technopreneurship* tentunya sangat mengutamakan penggunaan teknologi di dalam prosesnya. Dengan begitu minat berbisnis dengan menggunakan teknologi atau entrepreneurship bisa dilihat dari kemampuan

penggunaan teknologi, menyenangi hal-hal yang berhubungan dengan teknologi, dan menyenangi kepraktisan yang bisa diciptakan dengan menggunakan teknologi.

Dapat ditarik kesimpulan dari penjabaran indikator-indikator minat *technopreneurship* itu seperti minat untuk berbisnis, memiliki inovasi, serta memiliki pemahaman mengenai teknologi. Dengan menggunakan indikator tersebut dapat mengetahui seberapa besar minat mahasiswa terhadap *technopreneurship* dan selanjutnya indikator tersebut akan dikembangkan menjadi bentuk-bentuk pertanyaan untuk mengetahui minat *technopreneurship* mahasiswa. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk mencari tahu seberapa besar minat mahasiswa terhadap *technopreneurship* adalah indikator yang dipaparkan oleh Lestari (2012 : 15) yaitu, adanya pemahaman mengenai *technopreneurship*, adanya motivasi atau dorongan, adanya perhatian, adanya rasa senang, adanya kemampuan, adanya kecocokan serta adanya inovasi.

2.1.2 Literasi Digital

2.1.2.1 Pengertian Literasi Digital

Secara harfiah literasi digital itu tersusun dari dua kata yaitu literasi dan digital. Dalam KBBI kata literasi berarti kemampuan untuk membaca dan menulis. Namun dengan seiring perkembangan zaman kata literasi bukan hanya sekadar kemampuan membaca dan menulis saja akan tetapi menjadi kemampuan untuk mengakses, menyusun, serta memahami. Sedangkan kata digital berarti suatu hal yang berhubungan dengan atau menggunakan komputer atau internet.

Literasi digital merupakan salah satu bentuk kemampuan literasi yang ikut berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Kata literasi digital secara satu kesatuan pertama kali dicetuskan oleh Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul *Digital Literacy*. Paul Gilster mengartikan literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai bentuk dan berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui komputer (kementerian pendidikan dan kebudayaan, 2017 : 7).

Semenjak Paul Gilster mengungkapkan konsep dari literasi digital, hingga saat ini literasi digital terus mengalami perkembangan. Menurut Belshaw pada

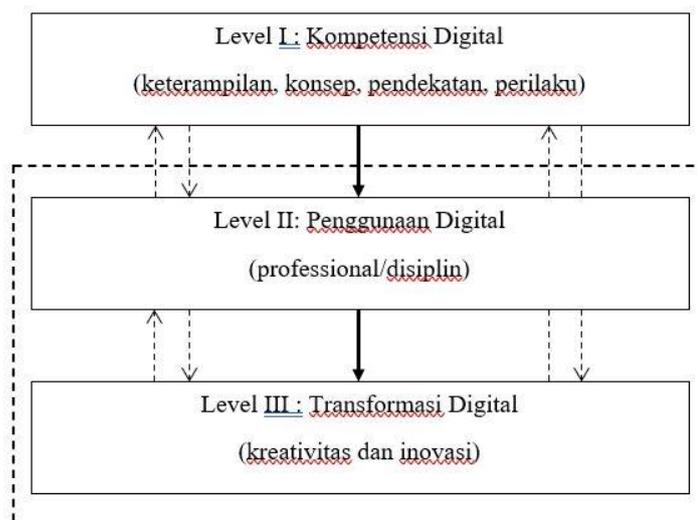
penelitiannya yang berjudul “*What is digital literacy? A Pragmatic Investigation*” dalam Simamarta *et al.* (2021 : 1) bahwa definisi dari literasi digital itu berbeda-beda dari setiap negara karena dipengaruhi oleh sistem kebijakan dan kemajuan teknologinya, akan tetapi perbedaan itu memiliki konsep dasar yang sama bahwa literasi digital itu adalah kemampuan dalam menggunakan dan memahami penggunaan teknologi komunikasi dan informasi seperti contoh dalam mendukung dunia pendidikan dan ekonomi. membuat informasi secara aman serta menggunakan teknologi digital dalam pekerjaan dan kewiraswastaan.

Dengan penjelasan dari para ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi digital itu adalah kemampuan atau keterampilan dalam penggunaan media, memahami, serta mengkomunikasikan sebuah informasi menggunakan teknologi informasi, literasi digital juga merupakan sebuah proses yang dapat mendukung dalam kegiatan sehari-hari.

2.1.1.2 Prinsip Dasar Pengembangan Literasi Digital

Prinsip merupakan sebuah pokok yang mendasari cara berpikir. Begitu juga dalam pengembangan literasi digital kita perlu prinsip-prinsip itu supaya tahapan serta aspek-aspeknya tepat hingga tercapai tingkat literasi digital yang diinginkan.

Prinsip pengembangan literasi digital itu bersifat bertahap. Terdapat tiga tahapan untuk mengembangkan literasi digital menurut Mayes dan Fowler dalam buku Gerakan Literasi Nasional (kementerian pendidikan dan kebudayaan, 2017 : 10). Tahap pertama adalah kompetensi digital yang mencakup keterampilan, konsep, pendekatan serta perilaku. Lalu tahap kedua adalah penggunaan digital yang mengacu pada pengaplikasian kompetensi digital yang berhubungan dengan konteks tertentu. Dan yang ketiga adalah transformasi digital yang membutuhkan kreativitas dan inovasi pada dunia digital.



Sumber : Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2017 : 10)

Gambar 2.1

Tahapan Pengembangan Literasi Digital

Prinsip lain sebagai dasar pengembangan literasi digital berdasarkan Gerakan Literasi Nasional Kemendikbud RI (kementerian pendidikan dan kebudayaan, 2017 : 9) adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman
Kemampuan untuk menghasilkan sebuah ide atau gagasan secara implisit maupun eksplisit dari media.
2. Saling ketergantungan
Literasi digital itu saling ketergantungan karena media sebagai sumber referensi itu saling melengkapi satu sama lainnya.
3. Faktor sosial
Faktor sosial dapat menentukan keberhasilan sebuah media secara jangka panjang. Dari siapa, kepada siapa, dan melalui media apa informasi itu diberikan nantinya akan membentuk suatu ekosistem organik untuk mencari, berbagi, menyimpan informasi hingga akhirnya tercipta sebuah media baru.
4. Kurasi
Kurasi merupakan kemampuan untuk menemukan, mengumpulkan, serta mengorganisasikan informasi sehingga nantinya informasi tersebut disimpan menggunakan metode "save to read later" supaya mudah diakses dan bermanfaat secara jangka panjang.

Menurut Belshaw dalam Bahri (2021 : 19) menyebutkan 8 elemen esensial yang perlu diketahui dalam mendukung pengembangan literasi digital, yaitu :

1. Kultural adalah pemahaman terhadap berbagai konteks di dunia digital.

2. Kognisi adalah kemampuan berpikir dalam penilaian suatu konten.
3. Konstruktif adalah membuat sesuatu yang ahli, praktis, dan aktual
4. Kemampuan komunikasi adalah pemahaman terhadap kinerja jaringan dan komunikasi di dunia digital
5. Kepercayaan diri yang bertanggungjawab
6. Kreatif adalah kemampuan untuk melakukan hal-hal baru dengan cara yang baru
7. Kritis adalah kemampuan memecahkan permasalahan dalam suatu konten
8. *Civic* adalah bertanggung jawab kepada masyarakat serta mendukung terciptanya masyarakat madani.

Maka dari itu kemampuan literasi digital seseorang dapat meningkat dengan cara meningkatkan pemahaman terhadap konteks digital, penggunaan media digital dengan mengedepankan kemampuan berpikir dalam menilai konten, membuat konten, serta mengkomunikasikan konten tersebut, dan bertanggung jawab serta selalu berpikir kritis.

2.1.2.3 Indikator Literasi Digital

Untuk mengetahui tingkatan literasi digital tentunya diperlukan indikator-indikator yang nantinya dapat dijadikan patokan dalam mengukur literasi digital itu sendiri. Menurut The Hobbs Digital Literacy Model dalam O'callaghan et al. (2020 : 5) 10 indikator tersebut ialah sebagai berikut :

1. Kemampuan menganalisis pesan dalam berbagai bentuk, termasuk identifikasi penulis, tujuan, serta sudut pandang pesan.
2. Kemampuan mengevaluasi kualitas serta kredibilitas konten dalam sebuah pesan.
3. Pengetahuan dan kemampuan menggunakan strategi yang tepat.
4. Kemampuan mengembangkan dan mengkreasikan multimedia.
5. Kemampuan menggunakan internet untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki kesamaan.
6. Kemampuan untuk merefleksikan perilaku online dan tanggung jawab sosial online.
7. Kemampuan menggunakan kekuatan komunikasi sebagai alat advokasi.
8. Pemahaman mengenai konsep hak cipta
9. Kemampuan menerapkan tanggung jawab sosial dan prinsip etika dalam perilaku komunikasi.

10. Kemampuan untuk bekerjasama atau kolaboratif untuk memecahkan masalah di lingkungan.

Selain itu ada teori lainnya yang menjelaskan mengenai pembentukan literasi digital, teori itu dicetuskan oleh Bawden. Secara luasnya teori tersebut merupakan gabungan dari literasi komputer dan literasi informasi. Dalam konsep literasi digital menurut Bawden itu tersusun dari beberapa komponen, komponen-komponen itu sebagai berikut (Irhandayaningsih, 2020 : 234) :

1. Kemampuan dasar literasi

Kemampuan dasar literasi ini meliputi kemampuan dalam hal membaca, menulis, memahami simbol dan perhitungan angka. Kemampuan ini seperti contoh dapat berupa kemampuan dalam memahami simbol dan istilah-istilah yang ada dan digunakan pada perangkat digital, kemampuan membuat sesuatu yang berisikan teks atau gambar, serta kemampuan menyebarkan file yang berisikan teks atau gambar tersebut melalui platform digital.

2. Latar belakang pengetahuan

Latar belakang pengetahuan ini merupakan kemampuan dalam menggunakan informasi yang dimiliki untuk mencari dan menambah pengetahuan atau informasi baru.

3. Keterampilan di bidang TIK

Keterampilan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi atau TIK ini merupakan keterampilan yang utama dalam literasi digital. Karena dengan keterampilan ini diharapkan mampu untuk menyusun suatu artikel yang bersifat ilmiah.

4. Perspektif berpikir dan sikap

Perspektif berpikir dan sikap ini adalah pandangan dalam berpikir dan membentuk perilaku tentang tata cara menggunakan dan menyebarkan kembali informasi digital yang diperoleh.

Jadi, indikator dari literasi digital adalah kemampuan dasar literasi meliputi kemampuan membaca, menulis, dan memahami simbol, lalu memiliki latar belakang pengetahuan, terampil di bidang TIK serta perspektif berpikir dalam menggunakan informasi digital.

2.1.3 Konformitas

2.1.3.1 Pengertian Konformitas

Manusia sebagai makhluk sosial dimana manusia itu satu sama lainnya saling berhubungan. Manusia sebagai makhluk sosial tentunya memungkinkan untuk belajar dari lingkungannya hingga terpengaruh oleh lingkungannya. Dengan begitu manusia tentunya tidak dapat hidup sendiri, manusia sebagai makhluk sosial terkadang membutuhkan suatu kelompok atau individu lain untuk mengakui keberadaannya. Banyak cara yang dilakukan oleh manusia untuk dapat diakui dan bergabung dengan satu kelompok, mereka dapat mengubah dan mengikuti perilaku sehingga memiliki kesamaan dan dianggap keberadaannya. Fenomena seperti itu disebut sebagai konformitas.

Konformitas menurut Baron dan Byrne adalah suatu pengaruh sosial terhadap seorang individu untuk mengubah sikap serta perilakunya agar sesuai dengan norma sosial yang ada. (Haryono, 2014 : 270). Hal itu sejalan dengan pengertian konformitas menurut Cialdini dan Goldstein dalam Trisnawaty (2020 : 20) Konformitas adalah suatu bentuk kecenderungan untuk melakukan suatu perubahan keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain yang telah disepakati berdasarkan standar suatu kelompoknya.

Konformitas itu sendiri bisa terjadi karena adanya tekanan dari lingkungan terhadap individu. Menurut Song konformitas itu adalah tindakan merubah perilaku yang disebabkan adanya tekanan dari suatu kelompok (Rahmayanthi, 2017 : 72). Konformitas bisa terjadi karena adanya dorongan atau tekanan dari beberapa faktor seperti besarnya kelompok serta adanya kesepakatan.

Dari definisi-definisi yang menerangkan apa itu konformitas, dapat kita ambil kesimpulan bahwa konformitas itu merupakan suatu tindakan merubah perilaku yang bisa terjadi karena adanya tekanan dari kelompok atau lingkungan tertentu dan individu tersebut ingin mengubah sikap, perilaku, serta keyakinannya karena ingin sesuai dengan norma sosial pada kelompok tertentu.

2.1.3.2 Jenis-jenis Konformitas

Jenis-jenis konformitas yang terjadi pada seorang individu itu bergantung pada siapa yang mempengaruhinya serta bagaimana pengaruh sosialnya. Oleh karena itu

menurut Prayitno dalam Sholihah (2013 : 85), menyebutkan ada beberapa jenis konformitas yaitu :

1. Tipe konformitas membabi buta
Jenis konformitas ini ditandai dengan sikap masa bodoh. Individu meniru atau mengikuti apa saja yang menjadi kemauan orang lain tanpa adanya pemahaman, pertimbangan, pemikiran dan perasaan.
2. Tipe konformitas identifikasi
Jenis konformitas ini ditandai dengan adanya kharisma seseorang yang memberikan pengaruh sehingga individu yang mendapatkan pengaruh akan percaya, mengakui, menerima tanpa adanya rasa takut akan hukuman dan tidak mengharapkan adanya *reward* atau imbalan atas perilakunya.
3. Tipe konformitas internalisasi
Jenis Konformitas ini ditandai dengan sikap kebebasan seorang individu untuk melakukan konformitas atau tidak didasari dengan pertimbangan, perasaan, pengalaman, hati nurani serta semangat dalam menentukan sebuah pilihan dalam bersikap.

Dengan begitu konformitas itu berbeda-beda dan bisa dilihat dari ciri-ciri dari individu atau kelompoknya, tidak hanya sekedar individu meniru perilaku orang lain di dalam kelompoknya tetapi terdapat tekanan maupun dorongan yang mempengaruhi seorang individu tersebut.

2.1.3.3 Indikator Konformitas

Tingkatan konformitas setiap individu itu berberda-beda. Tingkatan tersebut bisa dilihat dari beberapa indikator pendukung dari konformitas. Menurut Sarwono dalam Bintang & Aulia (2021 : 19) konformitas itu dapat terlihat dari perubahan perilaku maupun keyakinan yang terjadi karena adanya tekanan dari kelompok secara sungguh-sungguh ada ataupun hanya bayangan saja.

Ada 3 aspek konformitas (Myers, 2010 : 192) ketiga aspek tersebut adalah :

1. Kepatuhan (*compliance*)
Tindakan yang dilakukan itu berdasarkan permintaan dari kelompok baik secara langsung maupun tidak langsung. Padahal secara pribadi tidak setuju akan hal itu tetapi tetap dilakukan.
2. Ketaatan (*obedient*)
Tindakan yang dilakukan atas dasar perintah suatu kelompok dan dilakukan juga untuk menghindari suatu hukuman atau menerima *reward*.

3. Penerimaan (*acceptance*)

Tindakan yang dilakukan karena individu tidak memiliki informasi sehingga mempercayai informasi dari suatu kelompok baik berbentuk pengalaman, persepsi, dan pengetahuan.

Konformitas yang terjadi pada individu atau kelompok bisa juga terlihat dari aspek lainnya. Menurut David O'Sears dalam Mardison (2016 : 83-85) menjelaskan secara eksplisit tanda-tanda konformitas itu adalah :

1. Kekompakan

Adanya rasa ketertarikan individu terhadap kelompok sehingga menyebabkan individu itu ingin menjadi anggota kelompok. Semakin besar rasa ketertarikan itu, maka semakin besar juga manfaat yang bisa diperoleh. Hal tersebut dapat menyebabkan individu akan setia terhadap kelompok, semakin besar kesetiannya maka akan semakin kompak kelompok tersebut. Kekompakan juga dapat dipengaruhi dari penyesuaian diri serta perhatian terhadap kelompok.

2. Kesepakatan

Di dalam suatu kelompok terdapat pendapat yang telah disepakati secara bersama-sama sehingga menciptakan sebuah tekanan yang kuat. Kesepakatan ini dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan anggota, persamaan pendapat, dan penyimpangan terhadap pendapat kelompok.

3. Ketaatan

Ketaatan ini adalah sebuah peristiwa dimana anggota melakukan penyesuaian diri dengan kelompoknya karena adanya tekanan sosial atau tuntutan dari kelompok. Ketaatan ini dipengaruhi oleh adanya hukuman atau ancaman dan harapan orang lain.

Kedua aspek-aspek konformitas menurut para ahli tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur konformitas. Dari kedua pendapat itu masih memiliki kesamaan dimana seorang individu itu berperilaku konform karena untuk mematuhi norma sosial, mentaati suatu perintah baik langsung maupun tidak langsung, serta adanya penerimaan dari individu atau anggota untuk berperilaku sesuai dengan tekanan yang ada di kelompok.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan merupakan suatu kajian yang memiliki keterkaitan atau kesamaan. Adapun penelitian sebelumnya yang relevan dengan dan dapat dijadikan sebagai landasan penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1

Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Penulis/Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Krisma Yanti	Pengaruh Literasi Digital dan <i>Self Direct Learning</i> Terhadap Minat Menjadi <i>Technopreneur</i> Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi	Terdapat pengaruh secara simultan dari variabel literasi digital dan <i>self direct learning</i> terhadap minat menjadi <i>technopreneur</i> .
2.	Ayu Dinyati, M.Syarif Hidayatullah, dan Rooswita Santia Dewi	Hubungan Perilaku Konformitas Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Penjual Jamu Di Kampung Pejabat (Penjual dan Pengolah Jamu Loktabat) Banjarbaru	Ditemukan adanya hubungan antara perilaku konformitas dengan motivasi berwirausaha pada penjual jamu kampung penjual dan pengolah jamu loktabat (pejabat) Banjarbaru.
3.	Bani Nuril Mustaqim	Pengaruh <i>Locus of Control</i> dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat <i>Technopreneurship</i>	Terdapat pengaruh secara simultan dari variabel <i>locus of control</i> dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat <i>technopreneurship</i> .

4.	Dyra Sri Amini dan Harlina Nurtjahjanti	Konformitas dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel konformitas terhadap minat berwirausaha.
5.	Jerni, Thamrin Tahir, Muhammad Hasan, Rahmatullah, Ihsan Said	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Terdapat pengaruh positif secara simultan dari variabel literasi ekonomi dan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.
6.	Fanny Fatma Wati, Linda Sukmawati, Doni Alamsyah	Pengaruh Lingkungan Kampus dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Keinginan Berwirausaha (<i>Technopreneur</i>) Pada Mahasiswa	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan kampus terhadap keinginan berwirausaha seorang mahasiswa, tetapi terdapat pengaruh yang signifikan antara pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha seorang mahasiswa.

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya

Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Persamaan pada penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel penelitian yang digunakan. Variabel bebas (X) yang digunakan diantaranya literasi digital dan konformitas. Selain itu, variabel yang sama juga terdapat pada variabel terikat (Y) yaitu minat <i>technopreneurship</i> .	Perbedaan pada penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel bebas (X) yang diteliti yaitu <i>self direct learning</i> , <i>locus of control</i> , pengetahuan kewirausahaan, literasi ekonomi, lingkungan kampus serta pembelajaran kewirausahaan. Sedangkan dalam penelitian ini variabel bebas (X) yang akan diteliti adalah literasi digital dan konformitas. Perbedaan lainnya terdapat pada jenis kewirausahaan yang dibahas yaitu <i>technopreneurship</i> .

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menurut Uma Sekaran merupakan model konseptual yang menjelaskan bagaimana suatu teori berhubungan dengan faktor-faktor yang telah dipahami sebagai suatu permasalahan (Sugiyono, 2013 : 60). Maka dari itu kerangka konseptual dalam penelitian perlu untuk dikemukakan untuk mengetahui bagaimana hubungan tiap variabel.

Seorang individu tentunya memiliki keinginan di dalam kehidupannya. Keinginan atau minat ini merupakan sebuah indikasi kecenderungan dari seseorang untuk melakukan suatu perilaku dan merupakan sebuah contoh dari peristiwa di lingkungannya yang membentuk suatu pemicu bagi individu tersebut untuk melakukan suatu perilaku. Menurut Ajzen (1991 : 181) *theory planned of behavior* adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu yang diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku. Dalam *theory planned behavior* terdapat beberapa indikasi yaitu ketika seseorang sangat keras mencoba dan berupaya terhadap apa yang mereka rencanakan untuk dilakukan. Berdasarkan teori perilaku terencana atau *theory of planned behavior* terdapat 3 variabel yang cukup penting dalam menentukan minat yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif

(*subjective norm*), serta perspektif kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Astuti & Prijanto, 2021 : 23). Dari ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini direpresentasikan dengan literasi digital dan konformitas, dimana literasi digital termasuk kedalam bentuk sikap yang dimiliki oleh seseorang yang akhirnya akan mendorong sebuah sikap. Lalu untuk konformitas termasuk kedalam variabel norma subjektif dan kontrol perilaku, karena konformitas merupakan suatu peristiwa yang dialami oleh seseorang yang dipengaruhi oleh orang-orang sekitar yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi seseorang dan konformitas juga merupakan bentuk keyakinan yang terbentuk dari pengalaman pribadi dan orang-orang disekitarnya.

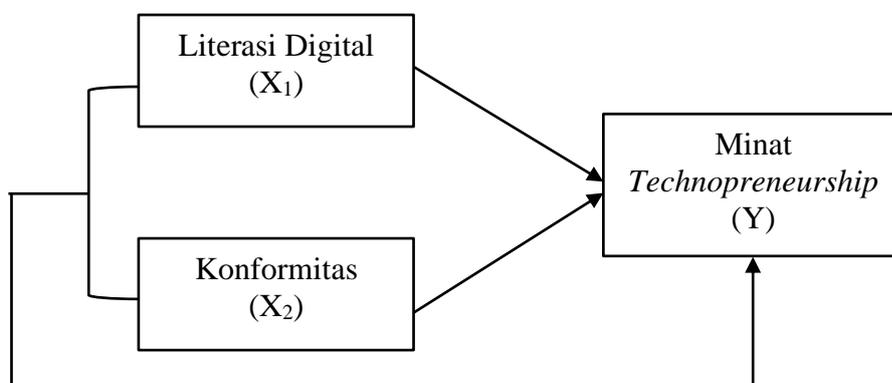
Minat *technopreneurship* merupakan minat terhadap bidang usaha atau kewirausahaan yang menggunakan teknologi dalam proses menjalankan usahanya. Minat *technopreneurship* tidak terlepas dari minat terhadap kewirausahaan, karena pada dasarnya *technopreneurship* itu sendiri merupakan kolaborasi antara kewirausahaan dan teknologi.

Dengan penggunaan teknologi dalam kegiatan *technopreneurship* tentunya hal ini tidak lepas kaitannya dengan teknologi digital, maka dari itu kemampuan literasi digital dalam hal ini sangat diperlukan. Perkembangan teknologi yang pesat ini membuat pelaku usaha ini harus cepat beradaptasi. Menurut APEC dalam Fowosire et al. (2017 : 42) bahwa pesatnya kemajuan teknologi telah mendorong UMKM untuk memanfaatkannya dalam mendirikan atau memperluas usahanya. Sebagaimana dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Yanti (2021 :88) bahwa literasi digital yang baik akan mempengaruhi minat *technopreneurship* Mahasiswa Universitas Jambi angkatan 2017 dan 2018 yang menjadi tinggi. Literasi digital merupakan suatu kemampuan atau keterampilan dalam menggunakan teknologi dan informasi. Sebagai individu yang memiliki minat terhadap *technopreneurship* maka literasi digital ini mampu untuk menggunakan media serta informasi dari teknologi digital sebagai bagian dari usahanya.

Selain itu minat *technopreneurship* seseorang dapat dipengaruhi oleh konformitas. Konformitas merupakan tindakan merubah perilaku karena adanya tekanan dari kelompok atau lingkungan tertentu. Selain itu konformitas juga dapat

terjadi karena seseorang ingin sama atau sesuai dengan norma sosial yang ada. Pengambilan suatu tindakan atau keputusan seseorang itu dapat dipengaruhi oleh konteks sosial seperti konformitas (Amini & Nurtjahjanti, 2016 : 98). Sebagai contoh jika seseorang berada di lingkungan dimana teman-temannya atau orang disekitarnya itu membuka usaha sendiri dan berhasil maka hal itu akan mempengaruhi individu yang belum mempunyai usaha untuk mengikuti yang lainnya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syarifuddin et al., 2016 : 1) menyebutkan bahwa faktor lingkungan menjadi penentu tumbuhnya minat berwirausaha pada mahasiswa.

Dengan begitu, kondisi tingkat literasi digital dan konformitas itu memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa pada *technopreneurship*, serta dapat tergambar secara skematik sebagai berikut :



Gambar 2.2
Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah bentuk pernyataan dari peneliti bahwa dugaan terhadap sesuatu itu adalah benar. Hipotesis merupakan bagian terpenting dalam sebuah penelitian yang harus terjawab dalam kesimpulan penelitian (Lolang, 2014 : 685). Maka dari itu hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh antara literasi digital terhadap minat *technopreneurship* mahasiswa.
Ha : Terdapat pengaruh antara literasi digital terhadap minat *technopreneurship* mahasiswa.

2. Ho : Tidak terdapat pengaruh antara konformitas terhadap minat *technopreneurship* mahasiswa.
Ha : Terdapat pengaruh antara konformitas terhadap minat *technopreneurship* mahasiswa.
3. Ho : Tidak terdapat pengaruh antara literasi digital dan konformitas terhadap minat *technopreneurship* mahasiswa.
Ha : Terdapat pengaruh antara literasi digital dan konformitas terhadap minat *technopreneurship* mahasiswa.