

BAB II

TUJUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Motivasi Berwirausaha

2.1.1.1 Pengertian Motivasi Berwirausaha

Motivasi berwirausaha adalah suatu dorongan yang muncul dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan kegiatan usaha. Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Motivasi berwirausaha yang tinggi harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin menjadi wirausaha yang sukses, karena motivasi berwirausaha yang tinggi akan bisa membentuk pola pikir dan mental mereka untuk selalu berusaha menjadi unggul dalam setiap usahanya.

Sebagaimana dikemukakan oleh Alifia dan Jojok (2019 : 142) motivasi berwirausaha merupakan “dorongan psikologis yang muncul dari dalam maupun luar individu untuk melakukan sesuatu secara mandiri”. Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Kemudian sebagaimana yang dikemukakan oleh Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (Baum, 2013 : 142) motivasi berwirausaha merupakan “daya penggerak/dorongan dalam diri yang menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan/pekerjaan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif, serta memiliki orientasi terhadap laba”. Kemudian sebagaimana yang dikemukakan oleh Siti Rochmah Maulida, Dhini Rama Dhania (Maulida & Dhania, 2012 : Th) “motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi”.

2.1.1.2 Indikator Motivasi Berwirausaha

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator motivasi berwirausaha yang dipaparkan oleh Shane, Locke & Collins (Alfiyanti dan Ardianti, 2013 : Th).

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi berwirausaha yakni :

1. Kebutuhan akan prestasi (*Need of achievement*).
Bahwa individu yang tinggi dalam memiliki *Need of achievement* keinginan untuk berprestasi dibandingkan dengan individu yang *Need of achievement* nya rendah.
2. Pengambilan risiko (*Risk taking*).
Bahwa individu dengan kebutuhan prestasi tinggi akan memiliki kecenderungan untuk mengambil risiko yang tinggi juga.
3. Toleransi terhadap ambiguitas (*Tolerance for ambiguity*)
Salah satu penghambat kreativitas adalah keengganan untuk berbeda dengan sesuatu yang menurut orang kebanyakan ganjil. Sebaliknya, seorang wirausaha memiliki toleransi untuk melakukan hal yang berbeda
4. Gairah (*Passion*)
Passion dalam arti sederhana adalah semangat yang besar disertai emosi yang kuat, hasrat yang membara atau *burning desire*. Ambisi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

2.1.2 Berbisnis Online / E-Commerce

2.1.2.1 Pengertian Berbisnis Online

Bisnis online adalah suatu aktivitas usaha yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok individu melalui jaringan komputer untuk memperoleh keuntungan. Sebagaimana dikemukakan oleh S Anugrahini Irawati, Bambang Sudarsono (2018 : 7) Bisnis Online terdiri dari 2 kata yakni Bisnis dan Online. “Bisnis adalah suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan oleh kelompok maupun individu, untuk mendapatkan laba/keuntungan dengan cara memproduksi produk maupun jasanya dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Sedangkan kata Online diartikan sebagai suatu kegiatan yang terhubung melalui jaringan komputer yang dapat diakses melalui jaringan komputer lainnya”.

Kemudian sebagaimana dikemukakan oleh Griffin & Ebert (Situmeang, 2018 : 54), “Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of good and service*) untuk memenuhi kebutuhan

masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi”. Kemudian sebagaimana dikemukakan oleh Situmeang (2018 : 54) bahwa bisnis online berarti “segala aktivitas yang menggunakan internet dimana kita bisa berkomunikasi atau berhubungan atau terkoneksi dengan banyak orang melalui dunia maya. Secara umum, sesuatu dikatakan bisnis online adalah bila ia terkoneksi/terhubung dalam suatu jaringan ataupun sistem yang lebih besar”.

2.1.3 Self Efficacy

2.1.3.1 Pengertian Self Efficacy

Self efficacy (efikasi diri) adalah keyakinan diri yang dimiliki individu untuk berinteraksi dan mewujudkan suatu tujuan dalam suatu lingkungan tertentu. Seseorang dengan keyakinan diri yang tinggi akan cenderung lebih berani dalam mengambil sebuah tindakan-tindakan dalam hidupnya, hal ini dikarenakan seseorang dengan keyakinan diri yang tinggi merasa mampu mengerjakan segala sesuatu yang ada disekitarnya.

Sebagaimana dikemukakan oleh Bandura (Hara dkk, 2017 : 55) mendefinisikan bahwa “efikasi diri adalah keyakinan bahwa seseorang mampu melaksanakan tugas, mencapai tujuan, atau mengatasi rintangan”. Kemudian sebagaimana dikemukakan oleh Oktarian, dkk (2020 : 28) mengemukakan bahwa, “*Self Efficacy* merupakan salah satu aspek pengetahuan tentang diri individu atau kemampuan individu dalam memperkirakan kemampuan dirinya yang meliputi kepercayaan diri, kemampuan menyesuaikan diri, kapasitas kognitif, kecerdasan dan kapasitas bertindak pada situasi yang penuh tekanan”. Kemudian sebagaimana dikemukakan oleh Luthan (Flora, 2014 : 226) efikasi diri (*self efficacy*) adalah “kepercayaan seseorang bahwa ia memiliki kemampuan untuk mengerjakan dan menyelesaikan suatu pekerjaan pada suatu tingkat tertentu. Semakin tinggi rasa percaya diri seseorang dalam melaksanakan pekerjaan maka aktivitas pribadi orang tersebut akan mendorong pencapaian tujuan atau keberhasilan pekerjaan”.

2.1.3.2 Indikator Self Efficacy

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator *self efficacy* menurut Bandura (Agus Subaidi, 2016 : 66). Dimensi-dimensi *self-efficacy* yang digunakan sebagai dasar bagi pengukuran terhadap *self-efficacy* individu adalah :

1. *Magnitude*

Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kesulitan tugas yang diyakini oleh seseorang untuk dapat diselesaikan. Jika individu dihadapkan pada masalah atau tugas-tugas yang disusun. Menurut tingkat kesulitan tertentu maka *Self-Efficacy* nya akan jatuh pada tugas-tugas yang mudah, sedang, dan sulit sesuai dengan batas kemampuan yang dirasakan untuk memenuhi tuntutan perilaku yang dibutuhkan bagi masing-masing tingkatnya tersebut. Dimensi kesulitan memiliki implikasi terhadap pemilihan tingkah laku yang dicoba atau yang akan dihindari. Individu akan mencoba tingkah laku yang dirasa mampu dilakukan dan akan menghindari tingkah laku yang dirasa berada di luar batas kemampuannya.

2. *Strength*

Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kekuatan atau kelemahan keyakinan individu tentang kemampuan yang dimilikinya. Individu dengan *Self Efficacy* kuat mengenai kemampuannya cenderung pantang menyerah dan ulet dalam meningkatkan usahanya walaupun menghadapi rintangan. Sebaliknya individu dengan *Self-Efficacy* lemah cenderung mudah terguncang oleh hambatan kecil dalam menyelesaikan tugasnya.

3. *Generality*

Dimensi ini merupakan dimensi yang berkaitan dengan keluasan bidang tugas yang dilakukan. Dalam mengatasi atau menyelesaikan masalah/tugas-tugasnya, beberapa individu memiliki keyakinan terbatas pada suatu aktivitas dan situasi tertentu dan beberapa menyebar pada serangkaian aktivitas dan situasi yang bervariasi.

2.1.4 Lingkungan Keluarga

2.1.4.1 Pengertian lingkungan keluarga

Lingkungan keluarga merupakan tempat dimana seorang anak mendapatkan pendidikan pertama. Dimana dalam hal ini, pendidikan pertama tersebut akan membentuk karakter seorang anak untuk dapat berkembang dan hidup dalam lingkungan masyarakat. Dengan demikian, dorongan-dorongan untuk melakukan suatu dan pengambilan sebuah keputusan pada awalnya juga berasal dari lingkungan keluarga.

Sebagaimana dikemukakan oleh Khairani (Anggraeni, Harnanik, 2015 : 46) menjelaskan “lingkungan keluarga merupakan pendidikan utama yang pertama kali diterima oleh seorang anak, karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan”.Kemudian sebagaimana dikemukakan oleh Desmita (Siti dkk, 2015 : 39) “Keluarga merupakan unit sosial yang terkecil yang memiliki peranan penting

dan menjadi dasar bagi perkembangan psikososial anak dalam konteks sosial yang lebih luas”. Seorang anak akan dipengaruhi oleh sikap dan tindakan orang tuanya yang akan membentuk pribadi anak. Kemudian sebagaimana dikemukakan oleh Siti dkk (2015 : 40) mengemukakan bahwa “lingkungan keluarga adalah tempat seorang anak mendapatkan pendidikan pertama sejak dilahirkannya yang akan membentuk sikap dan tingkah laku seseorang hingga dewasa hingga pemilihan karir seseorang”.

2.1.4.2 Indikator lingkungan keluarga

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator lingkungan keluarga menurut Slameto (2010 : 60-64). Indikator lingkungan keluarga yang digunakan untuk mengukur variabel lingkungan keluarga adalah :

1. Cara orang tua mendidik
Cara orang tua mendidik anaknya besar pengaruhnya terhadap belajar anaknya. Hal ini dikarenakan keluarga adalah lembaga pendidikan yang pertama dan utama.
2. Relasi antar anggota keluarga
Relasi antar anggota keluarga yang terpenting adalah relasi antara orang tua dengan anaknya. Sebetulnya relasi ini erat hubungannya dengan cara orang tua mendidik.
3. Suasana rumah
Seorang anak dapat belajar dengan baik diperlukan suasana rumah yang tenang dan tenteram. Di dalam suasana rumah yang tenang dan tentram selain anak kerasan/betah tinggal di rumah, anak juga dapat belajar dengan baik.
4. Keadaan ekonomi keluarga
Keadaan ekonomi keluarga erat hubungannya dengan belajar anak. Anak yang sedang belajar selain harus terpenuhi kebutuhan pokoknya juga membutuhkan fasilitas belajar. Fasilitas belajar itu hanya akan terpenuhi jika keluarga mempunyai penghasilan yang cukup.
5. Pengertian orang tua
Anak belajar perlu dorongan dan pengertian orang tua. Apabila anak sedang belajar jangan diganggu dengan tugas-tugas di rumah.
6. Latar belakang kebudayaan.
Tingkat pendidikan atau kebiasaan di dalam keluarga mempengaruhi sikap anak dalam belajar. Perlu kepada anak ditanamkan kebiasaan yang baik, agar mendorong semangat anak untuk belajar.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1

Kajian Empirik Penelitian Sebelumnya

No	Sumber	Judul Jurnal	Kesimpulan	Keterangan
1.	Siti Nur Aini, Dedi Purwana, dan Ari Saptono/ 2015. Dalam <i>Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Vol. 3 No. 1</i> , hal. 22-50.	Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta	Lingkungan keluarga (X1) dan Efikasi diri (X2) yang diukur oleh motivasi berwirausaha (Y) memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya motivasi berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta	Hubungan penelitian ini dengan penelitian saya adalah menggunakan variabel yang sama
2.	Agus Kurniawan, Muhammad Khafid, dan Amin Pujiati/ 2016. Dalam <i>Journal of Economic Education 5 (1)</i> , hal.100-109.	Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, Dan Kepribadian Terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy	lingkungan keluarga, motivasi wirausaha, kepribadian wirausaha berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung melalui self efficacy sebagai mediasi terhadap minat wirausaha siswa kelas XI SMK Negeri Salatiga.	Hubungan penelitian ini dengan penelitian saya adalah menggunakan variabel dan metode penelitian yang sama.
3.	Betty Anggraeni dan Harnanik/ 2015. Dalam <i>Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan, Vol. X No. 1</i> , hal. 42 – 52.	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang	Adanya pengaruh positif Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang	Hubungan penelitian ini dengan penelitian saya adalah menggunakan variabel dan metode penelitian yang sama.

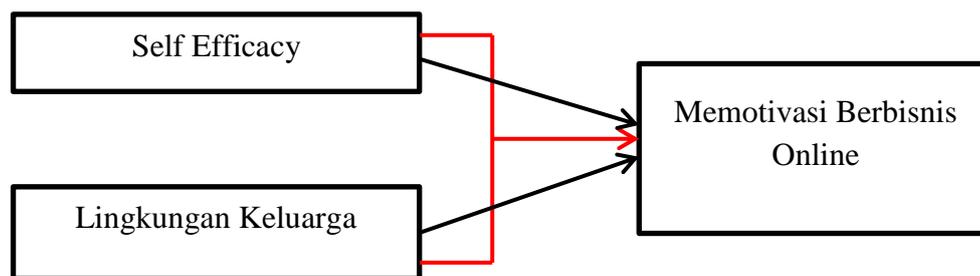
2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Popong dkk (2020 : 72) “kerangka pemikiran merupakan narasi (uraian) atau pernyataan (proposisi) tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan”.

Motivasi berbisnis online sebagai suatu dorongan yang muncul dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan bisnis online, dengan dorongan yang muncul tersebut, maka mahasiswa akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Motivasi berbisnis online yang tinggi harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin menjadi pebisnis online yang sukses, karena motivasi berbisnis online yang tinggi akan bisa membentuk pola pikir dan mental mereka untuk selalu berusaha menjadi unggul dalam setiap usahanya. Menjalankan bisnis online tentu tidak mudah, mahasiswa harus mampu memahami perencanaan dan strategi pemasaran dalam berbisnis online agar bisnis online yang dijalankan dapat memperoleh keuntungan dan keberhasilan dimasa depan. Selain memahami perencanaan dan startegi dalam berbisnis online, mahasiswa juga harus memiliki motivasi berbisnis online agar bisnis onlinenya dapat terus berjalan meskipun terjadi banyak hambatan dan rintangan, dengan adanya motivasi berbisnis online yang dimiliki oleh mahasiswa, maka mahasiswa akan tetap semangat dan tidak pantang menyerah untuk menjalankan bisnis onlinenya. Moivasi berbisnis online ini berupa dorongan dari dalam seperti *self efficacy*, *self efficacy* digambarkan sebagai sebuah dorongan yang berasal dari dalam diri seorang mahasiswa untuk berbisnis online, biasanya berupa penilaian diri akan kemampuan dirinya untuk melakukan suatu tujuan. Seperti halnya melakukan bisnis online, seorang mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis online akan berusaha semaksimal mungkin agar bisnis onlinenya dapat memperoleh keberhasilan dan keuntungan, meskipun dihadapkan dengan berbagai macam rintangan. Mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis online tidak akan pantang menyerah untuk mencapai tujuannya, yaitu keberhasilan dan keuntungan berbisnis online. Selain itu motivasi berbisnis online juga dipengaruhi oleh lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga digambarkan sebagai sebuah dorong yang berasal dari luar diri seorang mahasiswa. Lingkungan

keluarga adalah sebuah lingkup yang kaitannya dekat dengan diri seseorang. Dimana dalam hal ini lingkungan keluarga juga ikut berperan dalam membentuk keyakinan diri seseorang dan mendorong seseorang tersebut dalam mencapai suatu tujuan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Abraham Maslow (Sugita&Ansori, 2018 : 127-137) bahwa “motivasi wirausaha adalah kemauan seseorang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan berdasarkan dorongan dari individunya sendiri maupun dari luar”. Motivasi berbisnis online merupakan salah satu bagian dari pembelajaran sikap dan perilaku. Lingkungan keluarga merupakan sumber utama dalam pembentukan karakter anak termasuk membentuk motivasi dalam perkembangan berikutnya. *Self efficacy* dan lingkungan keluarga akan menentukan mahasiswa untuk melakukan kegiatan usaha berbisnis online.

Adapun gambar kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut :



Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian/Pernyataan Peneliti .

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir tersebut maka, hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Self efficacy* terhadap motivasi berbisnis online.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Lingkungan keluarga terhadap motivasi berbisnis online.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Self efficacy* dan lingkungan keluarga terhadap motivasi berbisnis online.