

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORITIS**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **1. Persepsi Kemudahan**

###### **a. Pengertian Persepsi Kemudahan**

Persepsi merupakan suatu proses yang diawali oleh penginderaan. Penginderaan adalah merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan saraf ke otak sebagai pusat susunan saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.<sup>25</sup>

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna mengharapkan sistem bebas dari tantangan dalam pemanfaatannya dan mengacu pada perasaan seseorang tentang jumlah upaya fisik dan mental untuk menggunakan sistem tertentu.<sup>26</sup>

Menurut Vankatesh dan Davis, persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang merasa percaya bahwa menggunakan suatu sistem sebagai sesuatu yang tidak memerlukan banyak usaha.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Akbar Rofiq Faudy, (2015), “Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus”, *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, Vol. 10, No. 1, hlm. 193-194.

<sup>26</sup> Prayudi I Gede, I Putu G. S., dkk., “A Studi: Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Untuk Membangun Kepercayaan dan Niat Menggunakan Kembali Layanan Mobile Bannking”, (Bandung, CV Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 17.

<sup>27</sup> *Ibid.*

Dari definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan terhadap proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Dalam arti lain, seseorang akan menggunakan digital untuk berwirausaha jika merasa mudah dan tidak terlalu banyak usaha yang dilakukan untuk menggunakannya.

#### **b. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan**

Munculnya persepsi seseorang terhadap sesuatu tentunya disertai dengan adanya faktor yang mempengaruhi munculnya persepsi tersebut. Adapun faktor-faktor yang berperan dalam persepsi menurut Walgito antara lain:<sup>28</sup>

##### 1) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

##### 2) Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai

---

<sup>28</sup> Akbar Rofiq Faudy, (2015), “Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus”, *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, Vol. 10, No. 1, hlm. 194.

pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

### 3) Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang antara lain:<sup>29</sup>

#### 1) Psikologis

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di dalam dunia ini sangat di pengaruhi oleh psikologi.

#### 2) Famili

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah familinya. Orang tua yang telah mengembangkan suatau cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi mereka yang diturunkan kepada anak-anaknya.

---

<sup>29</sup> Thoha Mifah, "*Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*", (Jakarta, PT Raja Grfindo, 2008), hlm. 141

### 3) Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan tertentu juga akan merupakan salah satu faktor yang kuat di dalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia luar.

### c. Indikator Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diukur dengan beberapa indikator berikut:<sup>30</sup>

#### 1) Mudah dipelajari

Ketika sistem yang diciptakan dianggap konsumen mudah untuk digunakan tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih untuk mempelajarinya.

#### 2) Mudah digunakan

Ketika dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna sesuai dengan kebutuhan konsumen.

#### 3) Jelas dan mudah dimengerti

Saat pengguna sistem tidak mengalami kebingungan dan tampilan mudah dipahami.

#### 4) Mudah dioperasikan

Saat sistem mudah dioperasikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya untuk memperlancar penggunaan.

---

<sup>30</sup> Dyah Anggita Febriyani, (2018), "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora", *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 1, No. 11, hlm., 12.

#### d. Persepsi Kemudahan dalam Islam

Keutamaan takwa dalam diri seseoranglah yang menjadikannya diberi kemudahan oleh Allah sebab ketakwaannya. Dan jika ia membangkang dan melanggar perintahnya, maka kesulitan akan menimpa setiap masalah yang dihadapinya, sulit menemukan jalan keluarnya.

Al-Maraghi menerangkan di dalam kitab tafsirnya bahwa, di dalam Q.S Athalaq ayat 4 terdapat isyarat mengenai keutamaan takwa dalam urusan dunia dan akhirat. Dan bahwa ketakwaan itu mengeluarkan dari segala kesulitan yang dihadapi orang di dunia dan akhirat.<sup>31</sup>

Dengan demikian, bagi Allah mudah saja untuk mengeluarkan kita dari kesulitan yang mengimpit menuju kemudahan dan kelapangan. Teramat mudah bagi Allah untuk memudahkan urusan kita dan memberikan rezeki berlimpah bagi kita. Sangat mudah bagi Allah untuk menganugerahkan keberhasilan bagi kita. Segalanya ada dalam genggamannya dan kuasa Allah Swt.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ  
رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (Q.S. Al-Mulk:15)<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Ahmad Musthafa al-Maraghi, Tafsir Al-Maraghi, juz 28 (Mesir: Musthafa al-Babi alHalabi, 1974). Terj; Ansori Umar Sitanggal dkk, Terjemah Tafsir Al-Maraghi, juz 28, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 1993), 233.

<sup>32</sup> Diakses dari quran.kemenag.go.id, tersedia di <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/67?from=15&to=30> di akses pada tanggal 25 juni 2023.

Ayat ini menggarisbawahi kemudahan yang Allah berikan dalam memanfaatkan sumber daya dan mencari rezeki di dunia ini. Hal ini menginspirasi umat Muslim untuk menjelajahi dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan usaha yang halal dan bermanfaat.<sup>33</sup>

## **2. Peluang Usaha**

### **a. Pengertian Peluang Usaha**

Peluang usaha/bisnis dapat dijelaskan sebagai ide investasi atau usulan usaha yang menarik yang memberi kemungkinan untuk memberikan hasil atau keuntungan bagi seseorang yang memiliki resiko. Peluang seperti itu digambarkan oleh persyaratan dan mengarah ke penyediaan suatu usaha produk atau usaha jasa yang dibuat atau ditambahkan nilainya untuk keperluan pembeli atau pengguna akhir.<sup>34</sup>

Peluang usaha merupakan situasi dimana orang memungkinkan menciptakan pola pikir baru dalam rangka mengkreasi dan mengkombinasikan sumberdaya, ketika pengusaha merasa yakin terhadap keuntungan yang diperoleh.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Muhammad, S. (2017). Islamic Entrepreneurship: A Critical Review of Research and Directions for Future Inquiry. *Journal of Business Ethics*, 17(6), 1-26.

<sup>34</sup> Firmansyah A. dan Anita R., “*Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*”, (Pasuruan, Qiara Media, 2019), hlm. 15.

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 23.

Dapat disimpulkan bahwa peluang usaha adalah situasi yang memungkinkan seseorang untuk menemukan ide baru yang memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilakukan.

#### **b. Faktor Yang Mempengaruhi Peluang Usaha**

Menurut Bygrave dan Zacharakis ada lima faktor penyebab munculnya peluang usaha yaitu:<sup>36</sup>

##### 1) Pelanggan

Pelanggan merupakan suatu hal yang paling utama dalam memunculkan peluang usaha karena riset pasar yang paling mudah adalah dari interaksi pelanggan atau langganan. Untuk membangun suatu usaha, hendaknya wirausahawan memperhatikan potensi dan jenis seperti apa pelanggan yang akan menjadi penggerak jalannya usaha atau jasa yang dihasilkan dalam ekonomi yang dijalankan.

##### 2) Kompetitor

Kebanyakan wirahusaha menganggap jika terdapat pesaing usaha maka hal tersebut menjadi suatu ancaman bagi bisnisnya. Jika wirausahawan tersebut dapat mengidentifikasi pesaing usahanya maka wirausahawan akan meraih peluang. Untuk mengidentifikasi pesaing secara keseluruhan mulailah dari riset pelanggan. Seperti bagaimana cara wirausahawan memenuhi

---

<sup>36</sup> Haryanto Rahardian W., (2019), “Analisis Kemampuan Wirausaha dan Peluang Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Kegiatan Pelaku UKM Binaan UKM Center Universitas Pembangunan Panca Budi”, *Universitas Pembangunan Panca Budi*, hlm. 32-34.

keinginan atau kebutuhan pelanggan. Selain itu wirausahawan harus mengidentifikasi pesaing yang berdampak secara langsung, pesaing yang berdampak secara tidak langsung, dan usaha substansi.

### 3) Pemasok dan Perantara Pemasaran

Dalam kegiatan usaha tidak terlepas dari peran pihak lain untuk menciptakan peluang bisnis. Peran pemasok dalam menciptakan peluang adalah membentuk hubungan bisnis dengan cara menyalurkan sumber daya yang diperlukan oleh wirausaha. Sedangkan peran untuk menciptakan peluang dari perantara pemasaran adalah membantu mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan suatu produk.

### 4) Kondisi Pemerintahan

Sistem politik disuatu negara berpengaruh terhadap peluang usaha karena produk yang diciptakan harus sesuai dengan sistem hukum yang berlaku di suatu negara. Sistem pemerintahan berisi seperangka aturan dasar tentang pola kepemimpinan pola kepemimpinan. Misalnya negara penganut paham liberal seperti Amerika Serikat memperbolehkan wirausaha menerapkan usaha apa saja secara bebas dan negara 17 penganut paham komunis seperti China dan Korea Utara membatasi wirausaha dalam menerapkan usaha yang sesuai dengan pemerintah komunis.

### 5) Lingkungan Global

Setiap sesuatu tidak luput dari namanya globalisasi, termasuk dalam bisnis. Bisnis juga perlu sentuhan globalisasi karena terkadang suatu hal yang

dimiliki di negara sendiri tidak dimiliki oleh negara lain. Oleh karena itu, peluang usaha dapat muncul jika wirausahawan dapat melihatnya.

### c. Indikator Peluang Usaha

Peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Dari teori tersebut, yang menjadi indikator peluang usaha antara lain sebagai berikut:<sup>37</sup>

#### 1) Kebutuhan atau keinginan pasar

Banyak perusahaan yang berkembang di era globalisasi yang berhasil dikarenakan mereka mampu bersaing dengan mengenali dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan kebutuhan pasar dalam kebutuhan dan keinginan permintaan pasar. Masalah tersebut dapat ditemukan melalui diri sendiri maupun orang lain. Masalah tersebut berupa apakah produk yang tersedia dapat memenuhi kehidupan atau standart pasar yang dibutuhkan oleh manusia. apakah produk tersebut tersedia disuatu wilayah atau tidak.

#### 2) Mengenali tren yang sedang terjadi

Zaman sekarang sudah semakin banyak mengalami perubahan secara terus-menerus. Perubahan zaman sering kali menciptakan peluang yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Karena zaman yang selalu berubah maka tren juga mengikuti perubahan sehingga wirausahawan harus mengikuti *Global Update* agar usahanya tidak tertinggal oleh zaman.

---

<sup>37</sup> Mariotti, “*Entrepreneurship, Owning Your Future*”, (USA, Pearson Education, Inc., 2013), hlm. 147.

### 3) Unik dan inovatif

Berfikir inovatif merupakan ciri-ciri wirausahawan yang berhasil. Selain itu mereka juga mengembangkan ide mereka dan mengubah ide menjadi satu wujud/produk yang dapat berguna bagi orang lain.

#### d. Peluang Usaha dalam Islam

Peluang usaha dalam Islam dapat didefinisikan sebagai kesempatan atau potensi bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Dalam konteks ini, peluang usaha tidak hanya berfokus pada aspek finansial, tetapi juga mempertimbangkan kepatuhan terhadap ajaran agama Islam, etika bisnis, keadilan, dan kemaslahatan umum.<sup>38</sup>

Dalam menghadapi sebuah peluang usaha, penting untuk mencari karunia Allah dengan bisnis yang baik, adil, dan tidak merugikan orang lain. Menghindari segala bentuk kerusakan dan pelanggaran terhadap hukum syariah adalah prinsip penting dalam berusaha menurut ajaran Islam seperti yang disampaikan dalam Q.S Al-Qasas ayat 77.<sup>39</sup>

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ  
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagiamu di dunia.

<sup>38</sup> Warde, I. (2000). *Islamic Finance in the Global Economy*. Edinburgh University Press.

<sup>39</sup> Muhammad, S. (2017). “Islamic Entrepreneurship: A Critical Review of Research and Directions for Future Inquiry”, *Journal of Business Ethics*, 17(6), 1-26.

*Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”*

Dalam pandangan Islam, peluang usaha harus mematuhi prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Berikut ini adalah beberapa peluang usaha yang sesuai dengan pandangan Islam:<sup>40</sup>

- 1) **Bisnis Halal:** Peluang usaha yang menghasilkan produk atau jasa yang halal sesuai dengan aturan agama Islam. Misalnya, makanan halal, pakaian muslim, produk kecantikan halal, atau pariwisata halal.
- 2) **Pertanian dan Peternakan:** Usaha pertanian atau peternakan yang menjalankan praktik-praktik yang sesuai dengan etika Islam. Hal ini termasuk pemeliharaan hewan yang baik, menggunakan metode organik dalam pertanian, atau menghasilkan produk pertanian yang halal.
- 3) **Perdagangan Adil:** Bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip perdagangan adil dalam hubungan dengan mitra bisnis, karyawan, dan konsumen. Prinsip ini mencakup ketidakdiskriminasi, perlindungan hak-hak pekerja, dan transparansi dalam transaksi.
- 4) **Teknologi dan Inovasi:** Peluang usaha dalam bidang teknologi dan inovasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Misalnya, pengembangan aplikasi atau platform yang memudahkan umat Muslim dalam menjalankan ibadah, atau produk teknologi yang mendukung pendidikan agama.

---

<sup>40</sup> Hasan, M. K. (2015), “Business Ethics in Islam: An Overview”, *Journal of Business Ethics*, 130(2), 377-391.

### 3. Kepercayaan Diri

#### a. Pengeritan Percaya Diri

Menurut Angelis kepercayaan diri merupakan keyakinan dalam jiwa manusia bahwa tantangan hidup apapun harus dihadapi dengan berbuat sesuatu. Percaya diri itu datang dari kesadaran seseorang bahwa individu tersebut memiliki tekad untuk melakukan apapun yang harus dikerjakan, sampai tujuan tercapai.<sup>41</sup>

Percaya diri adalah suatu perasaan dan keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki untuk dapat meraih kesuksesan dengan berpijak pada usahanya sendiri dan mengembangkan penilaian yang positif bagi dirinya sendiri maupun lingkungannya sehingga, seseorang dapat tampil dengan penuh keyakinan dan mampu menghadapi segala sesuatu dengan tenang.<sup>42</sup>

Percaya diri berarti merasa positif tentang apa yang bisa anda lakukan dan tidak mengkhawatirkan apa yang tidak bisa anda lakukan, tapi memiliki kemauan untuk belajar. Kepercayaan diri adalah pelumas yang memperlancar roda hubungan kemampuan, yaitu bakat keahlian dan potensi dan cara memanfaatkannya.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Angelis Barbara D., “Confidence *Percaya Diri: Sumber Sukses Dan Kemandirian*”, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 13.

<sup>42</sup> Fitri Emria, Nilma Zola dan Ifdil Ifdil, (2018), “Profil Kepercayaan Diri Remaja Serta Faktor-faktor Yang Mempengaruhi”, *JPPI: Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, Vol. 4, No. 1, hlm. 1.

<sup>43</sup> Perry Martin, “*Confidence Boosters Pendongkrak Kepercayaan Diri*”, (Bandung, Penerbit Erlangga, 2006), hlm. 9.

Dari beberapa pengertian kepercayaan diri di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan dan perasaan positif terhadap kemampuan yang dimiliki sehingga mampu tampil dengan penuh keyakinan untuk menghadapi sesuatu dengan tenang.

Seorang pengusaha harus dapat memiliki percaya diri, artinya, sifat percaya diri seseorang membawa seseorang pada pergaulan yang lebih luas, namun bukan berarti bebas. Seseorang pengusaha harus bisa menjalin pergaulan yang lebih luas yang nantinya dapat dijadikan pasar untuk usaha yang dijalaninya.<sup>44</sup>

#### **b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri**

Menurut Angelis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri sebagai berikut<sup>45</sup>:

##### 1) Kemampuan pribadi

Rasa percaya diri timbul pada saat seseorang mengerjakan sesuatu yang memang mampu dilakukan.

##### 2) Keberhasilan seseorang

Keberhasilan seseorang ketika mendapatkan apa yang selama ini diharapkan dan cita-citakan akan memperkuat timbulnya rasa percaya diri.

---

<sup>44</sup> Firmansyah A. dan Anita R., "*Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*", (Pasuruan, Qiara Media, 2019), hlm. 163.

<sup>45</sup> Angelis Barbara D., "*Confidence Percaya Diri: Sumber Sukses Dan Kemandirian*", (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 23.

### 3) Keinginan

Ketika seseorang menghendaki sesuatu maka orang tersebut akan belajar dari kesalahan yang telah diperbuat untuk mendapatkannya.

### 4) Tekat yang kuat

Rasa percaya diri yang datang ketika seseorang memiliki tekat yang kuat untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## **c. Indikator Kepercayaan Diri**

Individu dengan kepercayaan diri sebagaimana disebutkan Lauster adalah seseorang yang memiliki beberapa indikator berikut.<sup>46</sup>

### 1) Percaya pada kemampuan sendiri

Yaitu suatu keyakinan atas diri sendiri terhadap segala fenomena yang terjadi yang berhubungan dengan kemampuan individu untuk mengevaluasi serta mengatasi fenomena yang terjadi tersebut.

### 2) Bertindak mandiri

Yaitu dapat bertindak dalam mengambil keputusan terhadap diri yang dilakukan secara mandiri atau tanpa adanya keterlibatan orang lain dan mampu untuk menyakini tindakan yang diambil.

---

<sup>46</sup> Peter Lauster, "*Tes Kepribadian*" (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm. 31.

### 3) Memiliki rasa positif terhadap diri

Yaitu adanya penilaian yang baik dari dalam diri sendiri, baik dari pandangan maupun tindakan yang dilakukan dengan optimis yang menimbulkan rasa positif terhadap diri dan masa depannya.

### 4) Berani

Adanya suatu sikap untuk mampu mengutarakan sesuatu dalam diri yang ingin diungkapkan kepada orang lain tanpa adanya paksaan atau rasa yang dapat menghambat pengungkapan tersebut dengan penuh tanggung jawab.

#### d. Kepercayaan Diri dalam Islam

Dalam al-Qur'an disebutkan bahwa kepercayaan diri yang berupa perasaan nyaman tenteram, tanpa rasa sedih, takut dan khawatir akan datang kepada orang-orang yang beriman kepada Allah swt.

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا  
سَوْلاً تَحْزَنُوا وَابْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنتُمْ تُوعَدُونَ

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat akan turun kepada mereka (dengan mengatakan): "Janganlah kamu merasa takut dan janganlah kamu merasa sedih; dan bergembiralah kamu dengan (memperoleh) surga yang telah dijanjikan Allah kepadamu".(Fusshilat: 30)<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Diakses dari quran.kemenag.go.id, tersedia di <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/41?from=30&to=54> di akses pada tanggal 25 juni 2023.

Dari ayat di atas dapat dipahami bahwa percaya diri memiliki kaitan erat dengan keimanan. Karena itu, sebagai seorang mukmin tentu seharusnya memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Dengan demikian, Islam menganjurkan kepada umatnya untuk percaya diri. Akan tetapi, percaya diri dalam Islam bukanlah bersumber dari gambaran tubuh (body image) dan gambaran sosial (sosial image) semata. Melainkan bersumber dari keimanan kepada Allah swt.<sup>48</sup>

#### **4. Minat Berwirausaha**

##### **a. Pengertian Minat Berwirausaha**

Minat merupakan kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah ataupun situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Minat merupakan aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi terhadap kegiatan tertentu dan mendorong untuk melaksanakan kegiatan tersebut.<sup>49</sup>

Kewirausahaan atau *entreperneurship* adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah kepada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang

---

<sup>48</sup> Huda Nur, (2016), "Konsep Percaya Diri Dalam Al-Qur'an Sebagai Upaya Pembentukan Karakter Bangsa", *Inovatif*, 2(2), 65-90

<sup>49</sup> Khairani Makmun, "*Psikologi Belajar*", (Yogyakarta, Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 136.

lebih besar.<sup>50</sup> Wirausaha adalah suatu proses untuk menjadi kreatif serta inovatif sehingga menciptakan sesuatu yang baru serta unik yang dapat menambah nilai. Kewirausahaan juga dikaitkan suatu usaha menciptakan nilai tambah dengan menciptakan keterbaruan melalui cara baru dan berbeda untuk dapat bersaing.<sup>51</sup>

Menurut Praswati, minat wirausaha adalah ketertarikan seseorang untuk melakukan bisnis sendiri dengan berani mengambil resiko. Subandono dalam Rahmadi, mengemukakan bahwa minat wirausaha adalah kecendrungan hati dalam diri untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakan.<sup>52</sup>

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha**

Berikut faktor – faktor yang dapat mempengaruhi terhadap minat:

##### 1) Faktor dari dalam (*intenal*)

Suatu keinginan yang sifatnya berasal dari diri sendiri tanpa dipengaruhi oleh keadaan diluar diri, sehingga menimbulkan dorongan untuk bertindak memenuhi keinginan tersebut.<sup>53</sup> Misalnya: ingin berwirausaha, hal ini disebabkan orang tersebut berdasarkan pengetahuannya bahwa wirausaha

---

<sup>50</sup> Radianto, W. ED., Tommy C. E. & Eko Budi S., “*Generasi Entrepreneur: Anda Bisa Menciptakan Entrepreneur*”, (Yogyakarta, Penerbit ANDI, 2018), hlm. 2.

<sup>51</sup> Irnawati Jeni, Yuan Badrianto, Muhammad Hasan, dkk., “*Technopreneurship: Wirausaha Berbasis Digital*”, (Bandung, CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 3.

<sup>52</sup> Suryani Dede, dkk, (2017), “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Unis Tangerang”, *JIPIS*, Vol. 25, No. 2, hlm. 3.

<sup>53</sup> Chaplin James P., “*Kamus Psikologi*”, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 218.

berbasis digital itu mudah dan percaya dengan kemampuannya untuk bisa menjalankan usaha tersebut.

Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan terhadap proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Dalam arti lain, seseorang akan menggunakan digital untuk berwirausaha ketika merasa mudah dan tidak terlalu banyak usaha yang dilakukan untuk menggunakannya.

Percaya diri adalah suatu perasaan dan keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki untuk dapat meraih kesuksesan dengan berpijak pada usahanya sendiri dan mengembangkan penilaian yang positif bagi dirinya sendiri maupun lingkungannya sehingga, seseorang dapat tampil dengan penuh keyakinan dan mampu menghadapi segala sesuatu dengan tenang.<sup>54</sup>

Dalam hal ini rasa percaya diri merupakan suatu kebutuhan bagi setiap individu. Jika seseorang telah memiliki percaya diri, maka mereka telah siap untuk menghadapi segala hal didalam hidupnya, karena dengan adanya perasaan yakin akan kemampuan diri sendiri maka seseorang akan dapat mencapai tujuan hidup.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Fitri Emria, Nilma Zola dan Ifdil Ifdil, (2018), "Profil Kepercayaan Diri Remaja Serta Faktor-faktor Yang Mempengaruhi", *JPPI: Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, Vol. 4, No. 1, hlm. 1.

<sup>55</sup> Safira Dewi, Nunuk I, Nurus S, "Pengaruh Belajar dari Rumah...", hlm. 299.

Berkaitan erat dengan perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak puas. Apabila suatu keinginan tercapai atau sukses maka akan menimbulkan rasa senang dan memperkuat minat. Sebaliknya apabila keinginan itu gagal maka akan menghilangkan minat itu sendiri.<sup>56</sup>

## 2) Faktor dari luar (*external*)

Faktor *external* yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari luar. Orang melakukan perbuatan itu karena ia didorong/dipaksa dari luar. Seperti : lingkungan, orang tua, guru.<sup>57</sup>

Peluang merupakan kesempatan yang dimiliki seseorang untuk melakukan apa yang dinginkannya atau menjadi harapannya. Suatu daerah yang memberikan peluang usaha akan menimbulkan minat seseorang untuk memanfaatkan peluang tersebut. Peluang bisa berasal dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk di manfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam bisnis. Peluang dalam bahasa Inggris adalah *opportunity* yang berarti sebuah atau beberapa kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian.<sup>58</sup>

Peluang usaha merupakan situasi yang memungkinkan terciptanya kerangka berfikir baru dalam rangka mengkreasi dan mengombinasikan

---

<sup>56</sup> Chaplin James P., "*Kamus Psikologi*", (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 218.

<sup>57</sup> Hadinoto Sri Rahayu, "*Psikologi Umum*", (Bandung : Pustaka Setia, 1998), hlm. 189.

<sup>58</sup> Siswadi, (2013), "Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha", *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol 13 No. 01 1693-7619

sumber daya untuk menghasilkan profit. Wirausaha dapat menciptakan peluang usaha bagi dirinya dengan memperhatikan lingkungan sekitarnya.<sup>59</sup>

### c. Indikator Minat Berwirausaha

Ada beberapa indikaor yang digunakan dalam mengukur variabel minat berwirausaha adalah:<sup>60</sup>

#### 1) Kognisi

Kognisi yang meliputi pengetahuan terhadap minat berwirausaha. Individu yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam bidang bisnis cenderung lebih tertarik untuk menjalankan usaha sendiri.<sup>61</sup>

#### 2) Emosi

Emosi yang meliputi perasaan senang, ketertarikan dan perhatian terhadap minat berwirausaha. Dalam konteks minat berwirausaha, emosi dapat merujuk pada kecenderungan individu untuk merespons situasi bisnis dengan antusiasme, optimisme, dan kepercayaan diri.<sup>62</sup>

Keinginan ini akan muncul dengan sendirinya tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Akan tetapi hal yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha akan timbul dari faktor ekstrinsik ataupun faktor intrinsik.

---

<sup>59</sup> Hasmira, M. H., & Fitriani, E. (2019). "Peluang Usaha Bagi Masyarakat Nagari Sungai Pinang untuk Pengembangan Ekowisata", *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 64-68.

<sup>60</sup> Djoko S. Widodo, "Membangun Startup Entrepreneur Yang Unggul", (Yogyakarta, Penebar Media Pustaka, 2020), hlm. 119.

<sup>61</sup> Baron, R. A. (2004). "The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions". *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221-239.

<sup>62</sup> Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2009). "Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective", *Academy of Management Journal*, 52(3), 473-488.

### 3) Konasi

Konasi yang meliputi keinginan, usaha dan keyakinan terhadap minat berwirausaha. Konasi adalah tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang dalam respons terhadap situasi atau peristiwa tertentu. Individu yang memiliki konasi yang tinggi cenderung lebih siap untuk mengambil risiko dan mengatasi tantangan yang terkait dengan menjalankan usaha sendiri.<sup>63</sup>

Keyakinan yang dimiliki seseorang akan menjadi kunci sukses bagi dirinya dalam menjalankan suatu usaha. Karena keyakinan tersebut akan menjadi sugesti, apabila keyakinan tersebut menjurus ke arah yang negatif maka tidak akan menghasilkan sesuatu yang baik, begitupun sebaliknya.

Aqidah tauhid sebagai kebenaran merupakan landasan keyakinan bagi seorang muslim. Keyakinan yang mendasar itu menopang seluruh perilaku, membentuk dan memberi corak dan warna kehidupannya dalam hubungannya dengan makhluk lain dan hubungan dengan tuhan.<sup>64</sup>

Seorang muslim dituntut untuk bersikap selektif dalam memilih pekerjaan yang akan dikerjakannya. Suatu pekerjaan diperbolehkan apabila sudah jelas halal.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.

<sup>64</sup> Fitriani, (2017) "Nilai-Nilai Islam Dalam Berwirausaha Masyarakat Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa", Skripsi UIN Alauddin Makasar, hlm. 111.

<sup>65</sup> Alif Lukmanul Hakim, "Islam Dalam Disiplin Ilmu Kewirausahaan", (Yogyakarta, Deepublish, 2023), hlm. 26.

Dalam hadits yang diriwayatkan Ahmad, Rasulullah SAW menyebutkan berwirausaha merupakan mata pencaharian yang paling baik seperti pada hadits berikut.

حَدَّثَنَا يَزِيدُ حَدَّثَنَا الْمَسْعُودِيُّ عَنْ وَالِدِ أَبِي بَكْرٍ عَنْ عَبَا يَتِّبِنِ  
رِافَاعَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ قَالَ قِيلَ يَا رَسُولَ  
اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْهَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: *Telah menceritakan kepada kami [Yazid] telah menceritakan kepada kami [Al Mas'udi] dari [Wa'il Abu Bakr] dari [Abayah bin Rifa'ah bin Rafi' bin Khadij] dari kakeknya [Rafi' bin Khadij] dia berkata, "Dikatakan, "Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?" beliau bersabda: "Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur." (HR. Ahmad Nomor 16628).<sup>66</sup>*

#### d. Minat dalam Islam

Menurut shaleh abdul ahman dalam bukunya psikologi suatu pengantar dalam prespektif islam, menjelaskan bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan atau gembira.<sup>67</sup>

Menurut Bimo Walgito dikutip oleh Ramayuli dalam metodologi pengajaran agama Islam: menyatakan bahwa minat yaitu "Suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan

<sup>66</sup> Ilmuislam.com, Portal Belajar Agama Islam: Kumpulan Hadits, tersedia di <https://ilmuislam.id/hadits/5926/hadits-ahmad-nomor-16628> diakses pada tanggal 15 Maret 2023.

<sup>67</sup> Nurtika Lutfi, "Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi", (Banyumas, Penerbit Lutfi Gilang, 2021), hlm. 54.

keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”.<sup>68</sup>

Minat adalah kecenderungan jiwa yang relatif menetap kepada diri seseorang dan biasanya disertai dengan perasaan senang. Minat adalah keinginan yang terus menerus untuk memperhatikan atau melakukan sesuatu. Minat dapat menimbulkan semangat dalam melakukan kegiatan tersebut dapat tercapai. Dan semangat yang ada itu merupakan modal utama bagi setiap individu untuk melakukan suatu kegiatan.<sup>69</sup>

Sehubungan dengan minat, al-Qur’an telah menjelaskan dalam Q.S Al-Isro’ ayat 84 sebagai berikut

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.” (Q.S Al-Isa’:84)<sup>70</sup>

## 5. Wirausaha Digital

### a. Penegertian Wirausaha Digital

Istilah kewirausahaan digital sering kali diasosiasikan dengan “kewirausahaan yang bersifat digital”, “industri kreatif”, “ekonomi digital”

<sup>68</sup> Ramayulis, Metodologi Pengajaran Agama Islam, (Jakarta: Kalam Mulia, 2001), hlm. 91.

<sup>69</sup> Muhammad Fathurrohman, Sulistyorini, Belajar dan Pembelajaran, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 173.

<sup>70</sup> Tersedia pada laman <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=84&to=111> diakses pada tanggal 3 Juli 2023.

dan juga “*Start-up*”.<sup>71</sup> Kewirausahaan digital adalah aktivitas kewirausahaan yang didukung dengan pemanfaatan teknologi. Kewirausahaan digital meliputi organisasi teknologi dan organisasi lain yang menerapkan teknologi secara komprehensif. Istilah ini juga mengacu pada pengembangan inovasi dan kreativitas dalam sebuah organisasi.<sup>72</sup>

Kewirausahaan digital adalah fenomena yang muncul melalui perkembangan teknologi seperti internet dan teknologi informasi dan komunikasi. Secara umum, setiap aktivitas kewirausahaan yang mentransfer aset, layanan, atau bagian utama dari bisnis ke dalam digital dapat dicirikan sebagai kewirausahaan digital. Menurut Hull, wirausaha digital memiliki banyak perbedaan dibandingkan dengan wirausaha tradisional. Produk, aktivitas pemasaran dan tempat kerja adalah kriteria pembeda utama antara wirausaha digital dan nondigital.<sup>73</sup>

Kewirausahaan digital terdiri atas menciptakan bisnis di internet, menjual jasa atau produk secara online tanpa perlu berinvestasi di ruang fisik. Beberapa contoh bisnis digital adalah kursus *online*, *e-commerce*, blog, channel YouTube, dan solusi teknologi secara umum. Keuntungan utama dari model bisnis ini adalah ketika tidak perlu menginvestasikan banyak uang

---

<sup>71</sup> Permadi Dedy, Fidya S, dkk., “*Menyongsong Kewirausahaan Digital Indonesia: Analisis Kesiapan Ekosistem Lokal dan Sekolah Menengah Atas di 12 Kota Indonesia*”, (Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2017), hlm. 3.

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm 4.

<sup>73</sup> Hatammimi Jurry, Krisnawati A., dkk., “*Menjadi Wirausaha Digital*”, (Yogyakarta, Diandra, 2022), hlm. 2.

untuk memulai dibandingkan dengan bisnis *offline*. Selain itu, format ini memungkinkan pengusaha untuk bekerja dari manapun dan kapan pun mereka mau, dengan fleksibel yang lebih besar dalam rutinitas harian mereka.<sup>74</sup>

## **b. Jenis Wirausaha Digital**

Ada banyak jenis wirausaha digital, bahkan bagi mereka yang belum pernah bekerja sama sekali terkait dengan penjualan *online*. Berikut adalah beberapa jenis wirausaha digital di antaranya:<sup>75</sup>

### 1) Produser

Produser adalah mereka yang membuat konten untuk dikonsumsi secara online. Materi yang mereka buat bisa dalam berbagai format seperti *ebook*, video pelajaran dan *podcast*. Untuk menjadi produser seseorang hanya perlu memiliki ilmu yang bermanfaat bagi orang lain dan keinginan untuk membagikannya.

### 2) Afiliasi

Afiliasi adalah profesional yang mempromosikan produk pihak ketiga dengan imbalan komisi untuk setiap penjualan yang dilakukan. Profesi ini sangat direkomendasikan bagi mereka yang sudah memiliki pengaruh secara online, tetapi tidak ingin membuat konten sendiri (misalnya produk digital) atau mengelola persediaan seperti (mengelola produk fisik).

---

<sup>74</sup> *Ibid.*, hlm. 3.

<sup>75</sup> *Ibid.*, hlm 20 – 22.

### 3) Perdagangan elektronik

*E-commerce* berkaitan dengan jenis perdagangan yang dilakukan secara online berbeda dengan produk digital yang disebutkan sebelumnya, produk yang dijual di toko virtual tidak dikonsumsi di internet tetapi dikirim ke rumah konsumen, ini adalah contoh pasar yang semakin berkembang mengikuti perubahan kebiasaan pembelian di seluruh dunia. Contohnya adalah mereka yang menjual produknya melalui marketplace seperti Tokopedia atau Shopee.

### 4) Solusi teknologi

Startup adalah bisnis yang dapat dimulai secara online dan akhirnya berekspansi ke lingkungan fisik jika sang pengusahanya merasa perlu, pertama-tama agar startup berhasil perlu mengidentifikasi masalah yang sering terjadi berulang dan mengusulkan solusinya. Solusi ini juga harus mudah dipahami dan dipraktikkan. Jika tidak, orang tidak akan tertarik menggunakannya.

Sebagai pemilik startup kita juga dapat mengembangkan berbagai produk seperti perangkat lunak aplikasi dan jasa. ini akan sangat bergantung pada jenis masalah yang ingin kita selesaikan dan siapa pelanggan potensial dari bisnis kita contohnya adalah halodoc yang awalnya hanya jasa konsultasi kesehatan *online* lalu merambah juga ke jasa penjualan obat dan pengecekan kesehatan fisik di laboratorium.

### 5) *Influencer* digital

*Influencer* digital dianggap oleh banyak orang sebagai profesi yang populer saat ini karena mereka tidak memiliki batasan usia atau ceruk pasar. misalnya seseorang dapat memiliki blog atau saluran YouTube tentang otomotif dan mengembangkan kemitraan dengan merek yang tertarik untuk menjangkau *audience*-nya. selain kemitraan merk, para profesional ini dapat menghasilkan uang dengan menjalankan iklan menggunakan *Google AdSense*. Dalam strategi monetisasi ini, jumlah yang melihat (*views*) yang ia miliki di halaman atau videonya lebih penting daripada jumlah pengikut (*followers*).

## B. Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, telah ada penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak lepas dengan topik penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan, peluang usaha dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Penulis, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hilmy Satriawan & Endra Murti Sagoro (2019), Pengaruh Efikasi Diri, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Toleransi	Variabel (X): Kemudahan Penguanaan	Subjek Penelitian, Variabel (X)

	Risiko Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis <i>E-Commerce</i> Pada Umkm Di Kota Yogyakarta. <sup>76</sup>	Variabel (Y): Minat Berwirausaha	Peluang Usaha, Kepercayaan Diri
<b>Hasil Penelitian:</b> Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Berbasis <i>E-Commerce</i> .			
2	Ilda Adlyana (2022), Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018. <sup>77</sup>	Variabel (X): Peluang Usaha  Variabel (Y): Minat Berwirausaha	Subjek penelitian, Variabel (X) Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Diri
<b>Hasil Penelitian:</b> Terdapat pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan peluang usaha secara parsial dan secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2018			

<sup>76</sup> Satriawan Hilmy & Endra Murti Sagoro, (2019), "Pengaruh Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Dan Toleransi Risiko Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis E-Commerce Pada Umkm Di Kota Yogyakarta", *Jurnal Fakultas Ekoomi UNY*.

<sup>77</sup> Adlyana Ilda, (2022), "Pengaruh Pembelajaran dan Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018", *Skripsi Universitas Jambi*.

3	Faridha Nurazizah (2013), Pengaruh Motivasi dan Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Peserta Didik SMK Purnawarman Purwakarta) <sup>78</sup>	Variabel (X): Peluang Usaha  Variabel (Y): Minat Berwirausaha	Subjek Penelitian, Variabel (X) Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Diri
<p><b>Hasil Penelitian:</b></p> <p>Motivasi dan peluang usaha secara bersama berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Artinya ketika motivasi dan peluang usaha tinggi, maka minat berwirausaha juga akan tinggi atau meningkat.</p>			
4	Fauziah Ulfa (2019), Pengaruh Ketahananmalangan dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha. <sup>79</sup>	Variabel (X): Kepercayaan Diri  Variabel (Y): Minat Berwirausaha	Subjek Penelitian, Variabel (X) Persepsi Kemudahan, Peluang Usaha

<sup>78</sup> Nurazizah Faridha, (2013), "Pengaruh Motivasi dan Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Peserta Didik SMK Purnawarman Purwakarta)", *Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia*.

<sup>79</sup> Ulfa Fauziah, (2019), "Pengaruh Ketahananmalangan dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha", *Jurnal Psikoborneo*, Vol. 7, No. 3, hlm. 475 – 481.

	<b>Hasil Penelitian:</b> Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh antara kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Samarinda.		
5	Sakinah dan Zuhrinal M, Nawawi (2019), Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Minat Menjadi Wirausaha. <sup>80</sup>	Variabel (X): Kepercayaan Diri  Variabel (Y): Minat Berwirausaha	Subjek Penelitian, Variabel (X) Persepsi Kemudahan, Peluang Usaha
	<b>Hasil Penelitian:</b> Kepercayaan diri positif terhadap minat menjadi wirausaha secara parial dan signifikan.		

### C. Kerangka Pemikiran

Generasi Z yaitu generasi yang lahir pada antara tahun 1997 sampai dengan 2012. menghabiskan waktu 7 sampai 13 jam setiap harinya untuk berselancar di internet. Berkat kehadiran internet, generasi kita jauh lebih kreatif dalam menghasilkan uang, khususnya yang berhubungan dengan industri kreatif. Seperti

<sup>80</sup> Sakinah & Zuhrinal M. N., (2019) "Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Minat Menjadi Wirausaha", *ManBiz: Journal of Management & Business*, Vol. 2, No. 2, hlm. 156 – 164.

content creator, podcaster, vlogger, sampai mendirikan perusahaan rintisan (start-up) sendiri.<sup>81</sup>

Dalam kemajuan digital kewirausahaan turut berkembang dengan munculnya *platform* sebagai wahana berwirausaha. Tidak hanya wirausaha dalam bentuk konvensional atau tradisional, kini berwirausahapun dapat dilakukan dengan praktis melalui *platform* digital yang tersedia. Generasi Z muslim sebagai agent perubahan yang sudah begitu lekat dengan perubahan digitalisasi ini, semestinya bisa memanfaatkan era digitalisasi ini dengan baik dan secara positif, salah satunya adalah dengan membangun kewirausahaannya sendiri. Kewirausahaan bagi generasi Z muslim bisa menjadi sebuah investasi untuk masa depannya.

Pada dasarnya bisnis online mudah untuk pengelolaannya dibanding bisnis konvensional. Disisi bidang sumber daya manusia, bisnis digital terkadang tidak membutuhkan orang yang ahli dalam bidang teknologi.<sup>82</sup> Kemudahan ini didasari pada setiap individu dalam penerimaan informasi, karena informasi tersebut dapat mempengaruhi persepsi berwirausaha berbasis digital itu mudah ataukah sulit. Adanya persepsi kemudahan dalam berwirausaha berbasis digital dapat menimbulkan minat berwirausaha berbasis digital pada individu.

---

<sup>81</sup> Nanda Salsabila, brainacademy.id <https://www.brainacademy.id/blog/gen-z> diakses pada tanggal 19 januari 2023.

<sup>82</sup> Nofriansyah Dicky, Citrawati J., M. Noor H. S., dkk., “*Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*”. (Medan, Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 6.

Persepsi kemudahan berpengaruh pada minat berwirausaha adalah Teori Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Theory of Perceived Ease of Use*). Persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi atau proses akan mempengaruhi minat individu untuk mengadopsi atau menggunakan teknologi atau proses tersebut.<sup>83</sup>

Adanya peluang usaha juga dapat mempengaruhi bagi minat individu untuk berwirausaha berbasis digital. Kehadiran *platform* digital dapat menciptakan peluang usaha baru bagi mahasiswa tanpa menghawatirkan jam kerja, karena berwirausaha berbasis digital ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan waktu yang fleksibel ini memungkinkan untuk dilakukan oleh mahasiswa.

Peluang merupakan kesempatan yang dimiliki seseorang untuk melakukan apa yang dinginkannya atau menjadi harapannya. Suatu daerah yang memberikan peluang usaha akan menimbulkan minat seseorang untuk memanfaatkan peluang tersebut. Peluang bisa berasal dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk di manfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam bisnis.<sup>84</sup>

Faktor dasar yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha adalah kepercayaan diri orang tersebut, untuk melakukan suatu hal baru dibutuhkan keyakinan akan kemampuan dirinya. Dalam berwirausaha seseorang

---

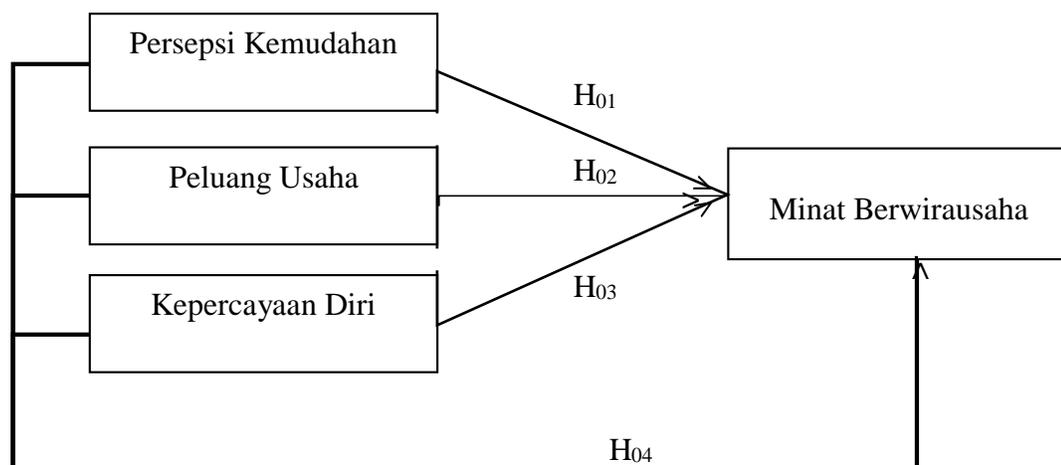
<sup>83</sup> Davis, F. D. (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

<sup>84</sup> Siswadi, (2013), "Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha", *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol 13 No. 01 1693-7619

harus memiliki rasa percaya diri setelah memperhitungkan resiko yang kemungkinan akan terjadi.

Percaya diri adalah suatu perasaan dan keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki untuk dapat meraih kesuksesan dengan berpijak pada usahanya sendiri dan mengembangkan penilaian yang positif bagi dirinya sendiri maupun lingkungannya sehingga, seseorang dapat tampil dengan penuh keyakinan dan mampu menghadapi segala sesuatu dengan tenang.<sup>85</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditemukan bahwa ada hubungan antara variabel bebas dalam hal ini adalah persepsi kemudaha (X1), peluang usaha (X2) dan kepercayaan diri (X3) terhadap variabel terikat yaitu minat berwirausaha (Y) berbasis digital.



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

<sup>85</sup> Fitri Emria, Nilma Zola dan Ifdil Ifdil, (2018), "Profil Kepercayaan Diri Remaja Serta Faktor-faktor Yang Mempengaruhi", *JPPI: Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, Vol. 4, No. 1, hlm. 1.

## D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang merupakan dugaan atau jawaban yang sifatnya sementara terhadap permasalahan suatu penelitian yang kebenarannya perlu diuji dengan menggunakan data-data empiris.<sup>86</sup> Maka terdapat dugaan yang dirumuskan sebagai berikut:

### Hipotesis 1

H<sub>01</sub>: Tidak ada pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

H<sub>a1</sub>: Adanya pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

### Hipotesis 2

H<sub>02</sub>: Tidak ada pengaruh peluang usaha terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

H<sub>a2</sub>: Adanya pengaruh peluang usaha terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

### Hipotesis 3

H<sub>03</sub>: Tidak ada pengaruh kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha secara signifikan. H<sub>a3</sub>: Adanya pengaruh kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

### Hipotesis 4

### Hipotesis 4

H<sub>04</sub>: Tidak ada pengaruh persepsi kemudahan, peluang usaha dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

---

<sup>86</sup> Agung Edy Wibowo, “*Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*”, (Cirebon: Penerbit Insania, 2021), hlm.72.

H<sub>a4</sub>: Adanya pengaruh persepsi kemudahan peluang usaha dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha secara signifikan.