

**KAJIAN LITERASI KEWIRAUSAHAAN DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP
KEBERLANJUTAN USAHA PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR BARU
KABUPATEN BANTAENG**

Nur Asni Aulia, Muhammad Hasan, Muhammad Dinar, Muhammad Ihsan Said Ahmad, Tuti
Supatminingsih

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar 1,2,3,4,5

Email : nurasniaulia@gmail.com

Abstrak. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui keberlanjutan usaha pedagang pakaian di pasar Baru Kabupaten Bantaeng, dengan memfokuskan kajian pada tiga variabel yakni literasi kewirausahaan, literasi digital dan keberlanjutan usaha pada 3 responden sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi langsung pada objek penelitian. Kemudian hasil penelitian di kaji dengan teknik pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data diatas diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan dan literasi digital pedagang pakaian di pasar Baru Kabupaten Bantaeng, dapat dikategorikan cukup baik untuk mendukung perkembangan pedagang pakaian tersebut. Hal ini disebabkan para pedagang punya pemahaman terhadap usaha yang didirikan, tidak pernah lalai dalam melaksanakan kewajiban serta hal-hal yang dapat mengganggu keberadaan usaha tersebut. Sedangkan keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa usaha pedagang pakaian di psar Baru Kabupaten Bantaeng dapat dikategorikan cukup baik, karena bisa berkembang dengan baik.

Keywords : Entrepreneurship literacy, Digital literacy, Business continuity

Abstrac

Writing this thesis aims to determine the sustainability of the clothing merchant business in the Baru market, Bantaeng Regency, by focusing on three variables, namely entrepreneurial literacy, digital literacy and business sustainability in 3 respondents as the research sample. This study uses qualitative methods, using data collection techniques with interviews, direct observation of the object of research. Then the research results were assessed using a qualitative approach technique. The data collection techniques above obtained the results of research showing that entrepreneurial literacy and digital literacy of clothing traders in the Baru market, Bantaeng Regency, can be categorized as good enough to support the development of these clothing traders. This is because traders have an understanding of the business they have established, never neglect in carrying out their obligations and things that can interfere with the existence of the business. Meanwhile, business continuity shows that the clothing merchant business in New Market, Bantaeng Regency, can be categorized as quite good, because it can develop well.

Keywords : Entrepreneurship literacy, Digital literacy, Business continuity

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran merupakan masalah yang dihadapi oleh setiap Negara. Di Indonesia angka pengangguran terbanyak justru diciptakan oleh kelompok terdidik. Fenomena rendahnya minat dan motivasi pemuda Indonesia untuk berwirausaha dewasa ini menjadi pemikiran serius berbagai pihak, baik pemerintah, dunia pendidikan, dunia industri, maupun masyarakat. Berbagai upaya dilakukan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan terutama merubah mindset para pemuda yang selama ini hanya berminat sebagai pencari kerja (*job joker*).

Menurut Sukirno (1994), Pengangguran adalah suatu hal yang tidak dikehendaki, namun suatu penyakit yang terus menjalar pada lingkup masyarakat luas, hal ini dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhinya seperti, sedikitnya lapangan pekerjaan yang menampung para pencari kerja, kurangnya keahlian yang dimiliki oleh para pencari kerja, kurangnya informasi yang dapat diakses dan budaya malas yang masih menjakiti para pencari kerja.

Menurut Sukirno (1994), Pengangguran adalah suatu hal yang tidak dikehendaki, namun suatu penyakit yang terus menjalar pada lingkup masyarakat luas, hal ini dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhinya seperti, sedikitnya lapangan pekerjaan yang menampung para pencari kerja, kurangnya keahlian yang dimiliki oleh para pencari kerja, kurangnya informasi yang dapat diakses dan budaya malas yang masih menjakiti para pencari kerja.

Mengurangi jumlah pengangguran harus ada kerjasama antara lembaga pendidikan, masyarakat, dan lain-lain, begitupun pemerintah sebagai pemegang utama solusi dari masalah ini harus mengambil tindakan dengan melibatkan peran pendidikan untuk mengurangi jumlah pengangguran.

Pentingnya peran bisnis keluarga dalam perekonomian suatu negara adalah fakta yang tak terbantahkan secara empirik Basco (2010), Musa dan Hasan (2018). Studi ini diberbagai negara menunjukkan bahwa bisnis keluarga memainkan peran kunci dalam hal pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja Pistrui, et al (2001), Anderson dan Reeb (2003), Hasyim dan Hasan (2017).

Kewirausahaan diyakini dapat menjadi faktor pendorong kemajuan suatu negara. Hal tersebut dapat dipahami karena sejumlah kecil wirausahawan dapat menciptakan lapangan pekerjaan kepada yang lainnya sehingga memberikan efek positif bagi perekonomian. Namun sebelum seseorang memulai atau menciptakan suatu usaha, harus dan wajib baginya dalam meningkatkan pemahaman kewirausahaannya terkait usaha apa yang akan dirintis, bagaimana cara mengelola, strategi apa yang dibutuhkan dalam menunjang keberhasilan, bagaimana mengantisipasi dan mengatasi problematika yang muncul dan lainnya. Disinilah pentingnya pengetahuan kewirausahaan yang dapat menjadi bekal sebelum memulai usaha.

Menurut Pranata A. Wirausahaan merupakan sosok yang berani mengambil resiko yang dibutuhkan untuk mengelola dan mengatur segala urusan serta menerima sejumlah keuntungan financial maupun non financial.

Adam dan Hamm (2001) mengatakan bahwa literasi merupakan kemampuan untuk membaca, menulis berbicara, mendengar, berpikir dan melihat. Kress (2003) juga mengatakan bahwa literasi digunakan ketika membuat pesan-pesan dengan huruf-huruf dengan tujuan merekam pesan tersebut.

Kuntowicaksono (2012) Literasi kewirausahaan merupakan pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya, masyarakat atau konsumennya.

Hisrich dalam Nursito & Nugroho (2013) pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu, sedangkan Suryana dalam Trisnawati (2014) menyatakan bahwa pengetahuan mempengaruhi minat berwirausaha adalah lingkungan pendidikan, kepribadian seseorang dan lingkungan keluarga.

Drucker mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain, atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Sementara itu, Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan pendapat dari Drucker. Artinya, untuk menciptakan sesuatu diperlukan suatu kreativitas jiwa inovator yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreativitas dan jiwa inovator tentu berpikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru agar lebih baik dari sebelumnya.

Hendrawan & Sirine (2017) pengetahuan kewirausahaan adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.

Salhi dalam Puspitaningsih (2014) ada beberapa faktor yang mempengaruhi literasi kewirausahaan seseorang, yaitu pengetahuan dasar kewirausahaan, pengetahuan ide dan peluang usaha, pengetahuan tentang aspek-aspek usaha.

Lestari dalam Alfyan et al. (2019) faktor-faktor yang berpengaruh terhadap literasi kewirausahaan adalah pembentukan pola pikir, pembentukan sikap, pembentukan perilaku.

Menurut Seoki (2010), dalam sebuah industri yang berperan penting adalah modal. Modal adalah seluruh dana yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk memperoleh

penerimaan penjualan (Ahmad, 2004; 72). Biasanya modal kerja tersebut digunakan untuk biaya pekerja, hak pekerja, untuk memproduksi barang serta biaya dalam keperluan lainnya (Pratama, 2010). Modal adalah faktor yang mempunyai peran yang cukup penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usahanya, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Utari & Martini, 2014).

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh serta memiliki nilai.

Dalam kewirausahaan terdapat beberapa kompetensi yaitu pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang terhubung menjadi satu dengan yang lainnya, yang diperlukan wirausaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya dan harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, dan pengawasan agar usaha yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Keterampilan ini merupakan syarat mutlak untuk menjadi wirausaha sukses.

Walaupun demikian, pengetahuan kewirausahaan bukan menjadi satu-satunya faktor penentu efektifnya pengelolaan kewirausahaan, pengetahuan penting untuk mempersiapkan calon wirasuhawan, namun demikian pengetahuan tidak serta merta akan melahirkan seorang wirasuhawan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang dapat menunjang efektifitas pengelolaan kewirausahaan, yaitu penggunaan infrastruktur digital dalam kewirausahaan.

Literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Kompetensi literasi digital ini berguna untuk menghadapi

ledakan informasi akibat munculnya internet, penggunaan internet pada masyarakat umumnya bervariasi, namun pada remaja internet bukan hanya digunakan untuk mencari informasi akademik melainkan juga untuk membangun relasi melalui situs jejaring sosial.

Gilster (Herlin, 2012) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari.

Donny (2018:4) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknis.

Hauge dan Payton (Akbar, 2017:13) mengemukakan bahwa literasi digital diartikan sebagai kemampuan individu untuk menerapkan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga ia dapat menemukan dan memilih informasi, berpikir kritis, berkeaktifan, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif dan tetap menghiraukan keamanan elektronik serta sosial-budaya yang berkembang.

Martin (Herlina, 2008:4) mengemukakan literasi digital adalah gabungan dari beberapa bentuk literasi yaitu : komputer, informasi, teknologi, visual, media dan komunikasi.

Sahroh dalam penelitiannya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (2018:208) sebelum mengetahui literasi digital untuk berwirausaha hanya 30% mahasiswa yang memanfaatkan media sosial sebagai mempromosikan barang dan jasa dalam wirausaha.

Gilster (Dewi, 2018:21) mengemukakan bahwa individu perlu memiliki empat kompetensi inti sehingga dikatakan berliterasi digital, yaitu Pencarian Internet (*Internet Searching*), pandu Arah *Hypertext* (*Hypertext Navigation*), evaluasi Konten Informasi (*Content Evaluation*), penyusunan Pengetahuan (*Knowledge Assembly*).

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong *entrepreneurship* untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2017 melansir sebanyak 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta.

Teknologi informasi khususnya internet sangatlah memberi peran besar dalam dunia bisnis khususnya dunia marketing. Media sosial adalah teknologi informasi yang digunakan bukan hanya untuk kegiatan sosial saja tetapi sekarang ini media sosial adalah sarana untuk mempromosikan produk atau jasa. Berdasarkan data dari lembaga riset digital marketing Emarketer tahun 2018 pengaruh teknologi informasi khususnya media sosial sangatlah membantu kegiatan promosi disebabkan oleh lebih dari 100 juta orang adalah pengguna aktif smartphone di Indonesia.

Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian cepat telah membawa dunia perdagangan pada sebuah arena baru yang dinamakan ekonomi digital yang merupakan tren bisnis sekarang dan masa depan. Ekonomi berbasis elektronik yang sering disebut ekonomi digital atau *e-commerce* mempunyai potensi besar di masa mendatang dan berperan penting menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Dalam era digital yang pesat saat ini mendorong *entrepreneurship* untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memberikan kontribusi besar pada perekonomian. Seiring perkembangan ekonomi global, persaingan usaha semakin kompetitif. Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki daya saing rendah, salah satu penyebab adalah mutu yang rendah, inovasi rendah, dan keterbatasan penguasaan teknologi (TIK). Untuk memiliki daya saing dan keberlanjutan usaha, UMKM harus merespon perubahan inovasi teknologi yang cepat, fokus pada kepentingan jangka panjang, menghasilkan produk ramah lingkungan dan mengupayakan pelestarian SDA, serta efisiensi penggunaan teknologi.

Kehadiran teknologi saat ini, sesungguhnya merupakan peluang sekaligus tantangan bagi mahasiswa dalam mengembangkan usaha yang telah dirintis saat kuliah tersebut. Menjadi peluang, karena dengan teknologi yang sudah menjadi “pakaian hidup” sehari-hari mahasiswa, dengan gadget yang dimiliki akan bisa menjadi mesin pemasaran dan produksi yang ampuh dalam menggapai pangsa pasar dan konsumen yang lebih luas. Menjadi tantangan, jika mahasiswa tidak dapat memanfaatkan teknologi secara tepat bagi pengembangan usahanya, maka akan datang kompetitor konvensional masuk ke ranah konsumen mereka dengan layanan teknologi, seperti kehadiran GoJek dengan Produk Go-Food, Go-Send maupun Grab dengan Grab-Food, dan penetrasi merchant-merchant melalui Marketplace profesional seperti TokoPedia, BukaLapak dan lain-lain.

Marketing atau pemasaran adalah istilah ekonomi yang mendefinisikan sebuah proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui, penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk atau layanan dengan nilai yang bernilai dengan orang lain. Hal penting didalam pemasaran adalah pekerjaan yang dilakukan oleh penjual untuk mempromosikan perilaku yang diinginkan oleh lingkungan sosial. Social networking website atau yang biasa disebut situs jejaring sosial yang merupakan sebuah web yang menyediakan layanan yang memungkinkan penggunanya membuat profil dan memiliki jaringan pertemanan secara global serta memiliki hubungan karena kesamaan sosialitas. Situs

jejaring sosial bermunculan dan menjadi bagian dari suatu strategi bisnis, dimulai pada tahun 1997 yaitu sixdegrees.com dan memasuki tahun 2006 jejaring sosial makin diminati dengan bermunculnya facebook, twitter, Instagram.

Mata kuliah kewirausahaan saat ini menjadi mata kuliah wajib di semua perguruan tinggi. Hal ini merupakan tindak lanjut dari rencana pemerintah dalam rangka menggalakkan potensi kewirausahaan di masyarakat guna menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi angka pengangguran yang selama ini masih terus menjadi momok bagi masyarakat. Kewirausahaan selain dapat dipelajari, juga harus dapat diinternalisasi secara luas melalui proses pendidikan. Individu yang memiliki jiwa Kewirausahaan adalah individu yang mengenal potensi dirinya dengan baik, belajar mengembangkan potensi untuk melihat dan mengkreasikan peluang dalam mewujudkan citacitanya.

Menurut Jusmaliani,dkk (2008;1) Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat.

Berdagang menjadi suatu pilihan yang sangat sederhana bagi masyarakat untuk mencari nafkah. Dimulai dari modal yang relatif kecil disertai keahlian yang cukup sudah bisa berdagang sehingga dari hasil berdagang kebutuhan mereka dapat terpenuhi.

Di Indonesia termasuk salah satu negara yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai pedagang, baik itu pedagang besar maupun pedagang kecil. Populasi penduduk di Indonesia yang berprofesi sebagai pedagang baik pedagang grosir maupun eceran tercatat dari tahun 2011 sampai bulan Februari 2016 berada posisi kedua yaitu sebanyak 28,5 juta

jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sekitar 255 juta jiwa (diakses tanggal 4 april 2017).

Berdasarkan data statistik yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) pada sensus penduduk tahun 2010, tercatat 87,2 % (207, 2 jiwa) dari 236,4 juta jiwa masyarakat. Oleh karena itu masyarakat tentunya memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara (diakses tanggal 11 November 2016).

Dari studi kasus tersebut, penulis ingin memaparkan mengenai pedagang pakaian di pasar baru Kabupaten Bantaeng bahwa beberapa dari para pedagang telah menggunakan internet dalam memasarkan dagangannya, namun terdapat pula beberapa yang belum memanfaatkan platform online sebagai media untuk memberikan informasi kepada masyarakat, sedangkan mengenai kelebihan dari menggunakan media sosial sangat baik karena dapat mengakses informasi mengenai produk yang di jual dan bisa melakukan proses jual beli dengan mudah.

KAJIAN LITERATUR

Literasi Kewirausahaan

Adam dan Hamm (2001) mengatakan bahwa literasi merupakan kemampuan untuk membaca, menulis berbicara, mendengar, berpikir dan melihat. Kress (2003) juga mengatakan bahwa literasi digunakan ketika membuat pesan-pesan dengan huruf-huruf dengan tujuan merekam pesan tersebut.

Kuntowicaksono (2012) Literasi kewirausahaan merupakan pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya, masyarakat atau konsumennya. Hisrich dalam Nursito & Nugroho (2013)

pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu, sedangkan Suryana dalam Trisnawati (2014) menyatakan bahwa pengetahuan mempengaruhi minat berwirausaha adalah lingkungan pendidikan, kepribadian seseorang dan lingkungan keluarga.

Kewirausahaan adalah padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, *ondernemer* dalam bahasa Belanda. Adapun di Indonesia diberi nama kewirausahaan. Kata *entrepneur* berasal dari bahasa Perancis, yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pengambil risiko, kontraktor, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya.

Istilah ini diawali oleh Cantillon (1755), yaitu *Entrepreneurial is an innovator and individual developing something unique and new*. Istilah ini kemudian dipopulerkan oleh ekonom J.B. Say (1803) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu mengelola sumber-sumber daya yang dipunyai secara ekonomis (efektif dan efisien) dari tingkat produktivitas yang rendah menjadi lebih tinggi. Ada lagi pendapat bahwa wirausaha adalah pelaku utama dalam pembangunan ekonomi dan fungsinya adalah melakukan inovasi atau kombinasi-kombinasi yang baru untuk sebuah inovasi.

Drucker mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain, atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Sementara itu, Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan pendapat dari Drucker. Artinya, untuk menciptakan sesuatu diperlukan suatu kreativitas jiwa inovator yang

tinggi. Seseorang yang memiliki kreativitas dan jiwa inovator tentu berpikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru agar lebih baik dari sebelumnya.

Literasi Digital

Kata digital berasal dari kata *digitus*, dalam Bahasa Yunan/i yang berarti jari-jemari. Apabila jari-jemari seseorang dihitung, maka akan berjumlah sepuluh (10). Nilai sepuluh terdiri dari 2 radix, yaitu 1 dan 0. Oleh karena itu, digital adalah penggambaran suatu kondisi bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (sistem bilangan biner), dapat juga disebut dengan istilah bit (*Binary Digit*). Sedangkan menurut *Cambridge English Dictionary* menggunakan atau berkaitan dengan sinyal digital dan teknologi komputer.

Digital literasi merupakan bagian dari literasi informasi secara keseluruhan, di dalam IFLA ALP Workshop dalam Sulistyono-Basuki (2013) mendefinisikan digital literasi sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari sejumlah besar sumber daya tatkala sumber daya tersebut disajikan melalui komputer. Sejalan dengan IFLA, menurut Gilster (1997) digital literasi sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital.

Technopreneurship berasal dari gabungan kata “technology” dan “entrepreneurship” (Depositario, et al., 2011). Technopreneurship merupakan proses sinergi dari kemampuan yang kuat pada penguasaan teknologi serta pemahaman menyeluruh tentang konsep kewirausahaan (Sosrowinarsidiono, 2010). Sudarsih dalam Prosiding KNIT RAMP-IPB (2013:57) mengemukakan bahwa technopreneurship adalah proses dan pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi sebagai basisnya dengan harapan bahwa penciptaan strategi dan inovasi yang tepat kelak bisa menempatkan teknologi sebagai salah satu faktor untuk pengembangan ekonomi nasional. Pendapat lainnya menyebutkan bahwa technopreneurship adalah proses dalam sebuah organisasi yang mengutamakan inovasi dan secara terus menerus menemukan problem utama organisasi, memecahkan permasalahannya, dan

mengimplementasikan cara-cara pemecahan masalah dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar global (Okorie, 2014). Technopreneurship menggabungkan antara teknologi dan kewirausahaan. Dalam konsep technopreneurship, basis pengembangan kewirausahaan bertitik tolak dari adanya invensi dan inovasi dalam bidang teknologi yang tidak sekedar high-tech melainkan aplikasi pengetahuan pada kerja orang (human work) seperti penerapan akuntansi, ekonomi order quantity, pemasaran secara lisan maupun online

Gilster (Herlin, 2012) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari. Donny (2018:4) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknis. Hauge dan Payton (Akbar, 2017:13) mengemukakan bahwa literasi digital diartikan sebagai kemampuan individu untuk menerapkan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga ia dapat menemukan dan memilih informasi, berpikir kritis, berkeaktifitas, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif dan tetap menghiraukan keamanan elektronik serta sosial-budaya yang berkembang.

Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha adalah sebuah kondisi disaat perusahaan memiliki kecukupan dana untuk mejala nkan dan mengembangkan usahanya. Keberlanjutan usaha selalu berkaitan dengan kebangkrutan. Pada umumnya setiap perusahaan selalu lebih memperhatikan suatu kondisi yang berpotensi merugikan perusahaan tersebut seperti kebangkrutan. Menurut Foster dalam Darsono dan Ashari (2005:101), kebangkrutan merupakan kesulitan keuangan yang menunjukkan adanya masalah likuidasi yang parah yang tidak dapat dipecahkan tanpa melalui penjadwalan kembali secara besar-besaran terhadap operasi dan struktur perusahaan.

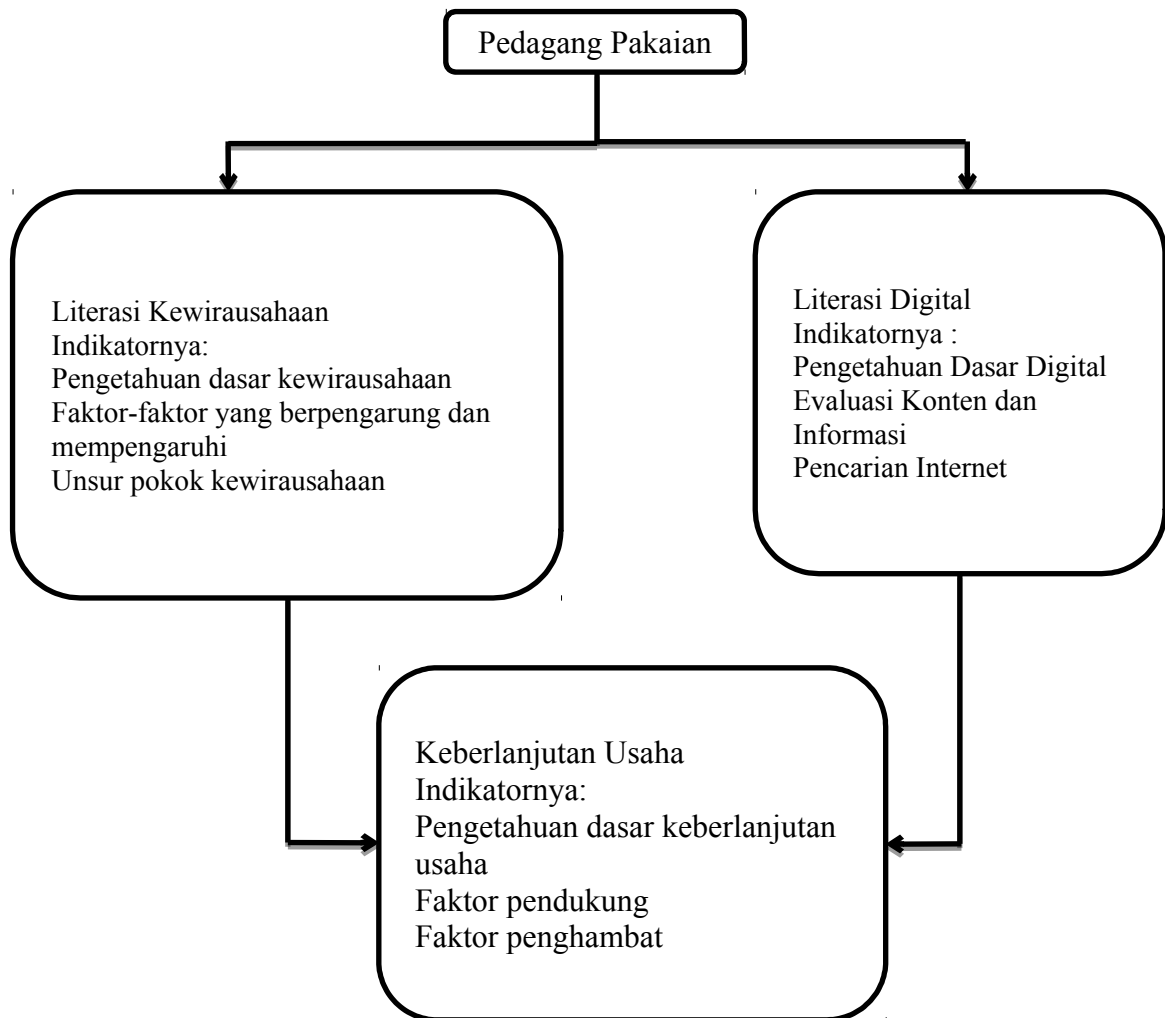
Mengutip Sanchez dan Heene, Jaafari menyatakan bahwa keberlanjutan (*Sustainability*), yakni penciptaan keunggulan bersaing yang merefleksikan lingkungan eksternal dan juga kapabilitas internal. Hal ini dapat dicapai dengan mengelola dinamika organisasi.

Perusahaan/badan usaha merupakan suatu organisasi yang didirikan dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan para pemilik modalnya (*profitability*), selain itu, adapun tujuan lain yang tidak kalah penting yaitu harus menjaga keberlanjutan usahanya (*survive*) dalam persaingan. Tujuan keberlanjutan usaha dapat diartikan sebagai maksimalisasi dari kesejahteraan badan usaha yang merupakan nilai sekarang badan usaha terhadap prospek masa depannya.

Prinsip keberlanjutan usaha menganggap bahwa badan usaha akan terus melakukan operasinya sepanjang proses penyelesaian proyek, perjanjian dan kegiatan yang sedang berlangsung. Prediksi keberlanjutan usaha suatu badan usaha sangat penting bagi manajemen dan pemilik badan usaha untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kebangkrutan, karena kebangkrutan menyangkut terjadinya biaya-biaya baik langsung maupun tidak langsung.

Pertumbuhan kinerja perusahaan yang berkelanjutan adalah pertumbuhan kinerja dalam jangka panjang sebagai hasil dari kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kemampuannya dalam menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas. Indikator dari pertumbuhan kinerja yang berkelanjutan mencakup kriteria-kriteria finansial maupun non finansial.

Kerangka Pikir atau Kerangka Konsep



METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu analisis pendekatan kualitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh literasi kewirausahaan dan literasi digital terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng. Serta melihat fenomena yang ada di lingkungan Pasar Baru Kabupaten Bantaeng tentang bagaimana pemahaman kewirausahaan dan digital terhadap pedagang pakaian. Penggunaan metode ini

dengan alasan bahwa fokus dalam penelitian ini adalah pemahaman dan keterampilan dalam berwirausaha pada pedagang pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng.

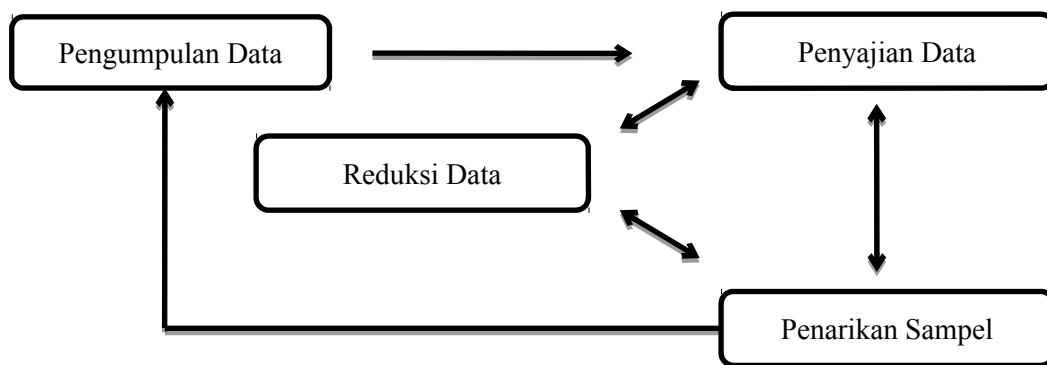
Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ada 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden yang diinginkan oleh peneliti, baik melalui wawancara dengan narasumber, dan pengumpulan data lapangan lainnya. Data primer yang dibutuhkan adalah tanggapan pedagang pakaian mengenai bagaimana pengaruh literasi kewirausahaan dan literasi digital terhadap keberlanjutan usaha. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti yang antara lain dilakukan melalui studi literatur, kepustakaan dan arsip/laporan seperti, data-data dari pemerintah setempat, data-data tentang keadaan umum lokasi penelitian mencakup keadaan geografis, demografis dan data-data lainnya yang diperoleh dari pedagang pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng.

Objek penelitian adalah informan yang pelaku pedagang pakaian. Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan *Snowball Sampling*. Informan terdiri dari 2 orang dimana 2 orang tersebut adalah pelaku pedagang pakaian tersebut.

Subjek penelitian ini adalah informan, informan adalah orang yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan *Snowball Sampling*. dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan satu atau dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya hingga jumlah sampel semakin banyak. Artinya alasan peneliti menggunakan teknik *Snowball Sampling* adalah dimana pada situasi tertentu, jumlah subjek penelitian yang telah ditentukan sebelumnya kurang memberikan informasi yang mendalam atau pada situasi

tertentu tidak memungkinkan peneliti untuk mendapatkan akses pada sumber, lokasi atau subjek yang ingin diteliti.

Sejalan dengan penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Sumber data primer didapatkan secara langsung dari responden dengan melakukan wawancara secara langsung.



Gambar 3.1 Model Analisis Interaksi Miles dan Huberman

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Selama pengumpulan data berjalan, maka tahap reduksi selanjutnya berlangsung yaitu membuat ringkasan, mengode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, dan membuat partisi. Reduksi data ini bahkan berjalan hingga setelah penelitian di lapangan berakhir dan laporan akhir lengkap tersusun (Prastowo, 2012).

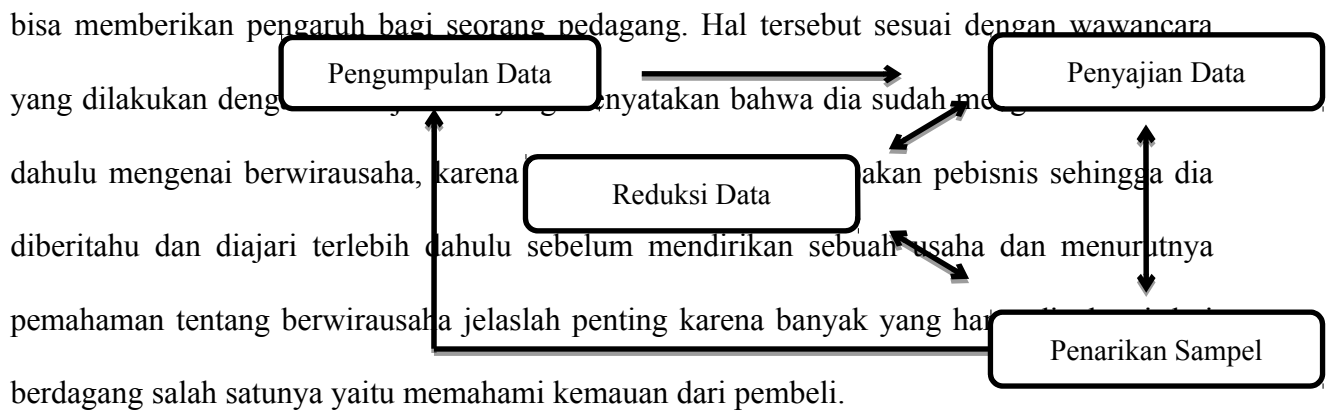
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian Melalui Literasi Kewirausahaan

Pada konsep ini literas kewirausahaan memberikan pengaruh yang besar bagi keberlanjutan usaha yang terdapat pada 3 aspek yaitu pengetahuan, faktor yang mempengaruhi dan unsur pokok.

a. Pengetahuan

Salah satu indikator yang ada pada literasi kewirausahaan pada pedagang pakaian di pasar baru kabupaten bantaeng adalah mengenai pengetahuan dasar kewirausahaan. Pengetahuan dasar kewirausahaan merupakan sebuah pemahaman mengenai berdagang atau berwirausaha yang dimiliki oleh seorang pedagang yaitu salah satunya mengenai cara mendirikan sebuah usaha, hal ini bisa diketahui sebelum melakukan atau mendirikan sebuah usaha ataupun setelah mendirikan sebuah usaha. Sebuah pemahaman sangat penting karena



Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan yaitu sebuah pemahaman tentang berwirausaha, memahami kewirausahaan secara luas dan pokok, namun pada umumnya dasar kewirausahaan sangat penting seperti faktor-faktor yang berpengaruh dan unsur pokoknya. Kewirausahaan mempunyai beberapa faktor yang berpengaruh seperti modal, alat-alat kebutuhan berdagang dan pemahaman tentang kondisi pasar. Bagian terpenting ketika memahami kewirausahaan yaitu bisa memberikan rasa percaya diri pada pedagang dan bisa lebih luas memahami konsumen.

b. Faktor Yang Berpengaruh

Dalam berwirausaha mempunyai faktor-faktor yang mempengaruhi, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap literasi kewirausahaan adalah pembentukan pola pikir, pembentukan sikap, dan pembentukan perilaku. Selain dari beberapa hal tersebut faktor-faktor yang berpengaruh dalam berwirausaha sangat berkaitan dan penting yaitu modal, modal yang menjadi kebutuhan utama untuk mendukung sebuah usaha agar bisa terus berkembang, serta keterampilan juga menjadi hal penting agar menjadi strategi penjualan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh Ibu Hj. Jusni menyebutkan bahwa faktor yang berpengaruh dalam berwirausaha yaitu modal karena untuk memulai sebuah usaha hal yang paling utama disiapkan dan dibutuhkan adalah modal kemudian Ibu Hj. Jusni menyebutkan bahwa faktor lain yang berpengaruh yaitu keterampilan karena seorang pedagang harus mempunyai cara untuk menarik minat pembeli berbelanja ditempatnya tapi yang paling penting yaitu modal karena digunakan untuk mengembangkan usaha.

Pada faktor yang berpengaruh dalam berwirausaha mempunyai beberapa hal, faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi kewirausahaan khususnya pedagang pakaian, seperti barang dagang, alat-alat dagang, tempat berdagang dan modal. Dari hasil wawancara pada responden mengatakan bahwa pada pedagang pakaian atau lingkup berwirausaha modal merupakan faktor yang sangat berpengaruh sebab dari beberapa faktor tersebut tidak akan bisa terpenuhi jika modal tidak ada. Dalam hal ini modal digunakan sebagai alat menebus pemenuhan kebutuhan awal berdagang. Selain dari modal keterampilan juga diperlukan oleh seorang pedagang pakaian, terampil dalam menawarkan barang dagang, terampil promosi, dan terampil menata tempat agar mengundang ketertarikan konsumen.

c. Unsur Pokok

Sebuah persaingan tentu ada dalam sebuah usaha, apalagi untuk usaha pedagang pakaian yang mempunyai banyak kemiripan barang dagangan dengan kios atau toko lain

yang berada di pasar. Oleh karena itu seharusnya seorang pedagang pakaian harus mempunyai karakter yang menjadi pegangan untuk menarik minat pembeli supaya mau berbelanja di toko/kiosnya. Disebutkan bahwa beberapa karakter yang harus dimiliki bagi seorang pedagang pakaian yaitu sabar, ramah, tidak mudah marah, pintar melakukan promosi barang, dan memuji kecantikan pembeli agar mereka yang berbelanja bisa merasa senang dan puas berbelanja ditempatnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Hj. Jusni yang menyebutkan bahwa menjadi seorang pedagang pakaian harus mempunyai karakter yang sabar, tidak mudah marah dan ramah terhadap pembeli agar pembeli merasa senang berbelanja di tokonya.

Kewirausahaan yang mempunyai lingkup yang sangat luas, membawa lingkup berdagang pakaian harus mempunyai ciri tersendiri. Berdasarkan hasil wawancara, melihat banyaknya pedagang pakaian memberikan rasa persaingan, sehingga oleh para pedagang pakaian harus bisa mempunyai nilai saing yang secara sehat untuk bersaing. Dalam hal ini dimaksudkan yaitu untuk seorang pedagang pakaian harus mempunyai satu ciri tersendiri yang bisa menjadi pengenalan terhadap konsumen seperti salah satu contoh yaitu trik menjual, seorang pedagang khususnya pedagang pakaian harus mempunyai sifat yang ramah, baik dan perhatian kepada kebutuhan pembeli, dengan seperti itu pembeli akan merasa diperhatikan dan bisa menimbulkan ketertarikan untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori Menurut Lambing dan Kuehl dalam buku Entrepreneurship (1999), kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu *value* dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak. Katanya, setiap wirausahawan (*entrepneur*) yang sukses memiliki empat unsur pokok, yaitu kemampuan, keberanian, keteguhan hati dan kreatifitas. Namun dari hasil wawancara dengan respon sabar menjadi hal yang paling utama ketika menjadi seorang pedagang pakaian serta beberapa lainnya.

2. Keberlanjutan Usaha Melalui Literasi Digital

Pada konsep ini literasi digital memberikan pengaruh yang besar bagi keberlanjutan usaha yang terdapat pada 3 aspek yaitu pengetahuan, evaluasi konten dan informasi, dan pencarian internet.

a. Pengetahuan Dasar Digital

Salah satu indikator yang terdapat pada literasi digital pada pedagang pakaian di pasar baru kabupaten bantaeng adalah pengetahuan dasar digital. Pengetahuan dasar digital adalah sebuah pemahaman mengenai teknologi dan perkembangannya yang sudah memasuki dunia pemasaran, dengan melihat perkembangan teknologi saat ini yang begitu pesat membawa proses penjualan menjadi semakin canggih, hal ini tentu mempengaruhi proses jual beli antara penjual dan konsumen yang mempengaruhi pedagang pakaian di pasar baru kabupaten bantaeng. Berdasarkan observasi beberapa pedagang pakaian sudah menggunakan kecanggihan teknologi dalam proses jual beli, yaitu dengan cara menggunakan media sosial (*facebook, whatsapp, dan instagram*) untuk memasarkan produknya, kecanggihan teknologi ini memberikan manfaat yang baik bagi penjual dan pembeli, pada penjual merasakan manfaatnya yaitu meningkatnya pendapatan yang didapatkan dan pada pembeli memudahkannya dalam membeli barang yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Hj. Jusni yang menyatakan

Pengatahuan yaitu sebuah pemahaman tentang digital atau teknologi, melihat perkembangan teknologi saat ini yang sangat luas menuntut setiap orang harus bisa mengikuti perkembangannya, berdasarkan hasil wawancara dari perkembangan teknologi yang sangat pesat ini membawa proses pemasaran tidak lagi secara tatap muka saja atau yang biasa ditemui di pasar tradisional namun bisa juga secara *online* yang melalui beberapa aplikasi,

mulai dari aplikasi komunikasi sampai aplikasi yang khusus dibuat untuk proses pemasaran tersebut. Maka sudah seharusnya seorang pedagang memahami cara baru dalam memasarkan dagangannya agar terjadi peningkatan penjualan.

b. Evaluasi konten dan informasi

Indikator selanjutnya adalah evaluasi konten dan informasi. Setelah membuat sebuah akun di sosial media seperti *facebook*, langkah selanjutnya adalah mengelolanya, akun yang digunakan untuk berdagang harus dikelola dengan baik, ada banyak cara yang dapat digunakan untuk mengelola akun tersebut yaitu dengan memperhatikan tampilan, memperhatikan isi atau gambar yang dimasukkan, kemudian yang paling perlu dilakukan satu cara agar akun yang digunakan bisa dijumpai dan dikunjungi oleh banyak pengguna sosial media lain, dengan memperhatikan tampilan akun secara umum maka bisa menambah daya tarik pengunjung untuk masuk dan melihat-lihat gambar yang ada didalamnya, lalu yang penting adalah ketika mengirim gambar jangan lupa untuk menandai akun teman atau akun dagang yang lain salah satu contoh akun Bantaeng Dagang, kemudia dalam *facebook* terdapat pula grup dagang dan jumlah anggotanya tidak sedikit sehingga bisa memberikan peluang yang bagus, inilah salah satu contoh mengapa berdagang melalui online memberikan pengaruh yang sangat baik bagi pengguna, namun dibalik dari sisi baik, perlu juga untuk menjaga akun agar terhinar dari tindakan penyalahgunaan karena ada banyak pihak yang tidak bertanggung jawab bisa secara tiba-tiba mencuri akun yang digunakan sehingga perlu untuk memperhatikan keamanan akun. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Hj. Jusni.

Konten atau isi dari sebuah akun media sosial adalah hal yang prioritaskan karena konten merupakan ciri atau identitas dari akun tersebut, berdasarkan hasil wawancara untuk akun yang digunakan berdagang membutuhkan isi yang mempunyai nilai, hal ini tentu yang

dibutuhkan oleh konsumen seperti gambar barang dagang, gambar jenis-jenis barang beserta keterangannya yang bisa menjadi informasi oleh konsumen ketika berkunjung ke akun tersebut. Salah satu hal penting yaitu tampilan akun yang juga harus dibuat menarik agar enak dipandang mata.

c. Pencarian Internet

Hal penting selanjutnya adalah cara agar akun yang dibuat mudah ditemukan oleh pengunjung atau dalam pencarian internet, dikarenakan banyak pesaing maka perlu untuk melakukan cara agar akun mudah dalam pencarian atau mudah didapatkan. Ada salah satu cara yang sering digunakan oleh pedagang pakaian untuk memperkenalkan akun ke pengunjung lainnya yaitu menandai akun teman *facebook* sebanyak-banyaknya saat mengirim gambar agar bisa diketahui dan mudah dijangkau. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Hj Jusni.

Salah satu hal terpenting oleh pedagang pakaian pada akun dagang yang digunakan yaitu proses pencarian internet, berdasarkan hasil wawancara mengatakan bahwa akun yang digunakan dalam berdagang harus mudah ditemukan oleh pembeli, sehingga dibutuhkan cara agar akun bisa dikunjungi dan ditemukan oleh pengguna lain, salah satunya yaitu dengan menandai akun teman yang lain sebanyak-banyaknya pada saat mengirim gambar barang dagang.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori Menurut Zimmerer (2008), ada 8 faktor pendukung perubahan kewirausahaan, salah satu diantaranya adalah kemajuan teknologi, Nordiana (2014) Penggunaan teknologi dalam kewirausahaan akan memberikan banyak manfaat positif bagi keberhasilan usaha serta dapat memberikan banyak kemudahan dalam melakukan aktivitas berwirausaha, seperti kemudahan dalam mengakses informasi, perluasan jaringan dan juga untuk berkomunikasi. Maka itulah kemunculan media sosial

dapat menjadi solusi yang efektif dalam menjalankan usaha berbasis teknologi, seperti Facebook, Instagram, Shopee, Lazada, OLX, Bukalapak dan lain-lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan saran maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Literasi kewirausahaan mempengaruhi pedagang pakaian dalam keberlanjutan usaha. Dalam berwirausaha dibutuhkan pengetahuan mengenai kewirausahaan, dan mengetahui faktor yang berpengaruh dalam berwirausaha dan memiliki unsur pokok kewirausahaan yang mana kreatifitas, kesabaran diri dan keterampilan dalam menjalankan usaha.
2. Literasi digital mempengaruhi pedagang pakaian dalam keberlanjutan usaha. Dalam berwirausaha dibutuhkan pengetahuan mengenai digital, evaluasi konten serta pencarian internet untuk membantu pemasaran dan keamanan akun usaha.
3. Keberlanjutan usaha terhadap pedagang pakaian. Dalam berwirausaha pengetahuan dasar dalam keberlanjutan usaha. Memiliki faktor pendukung dan faktor penghambat yang memicu pengusaha memperbaiki sistem dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, AA, Rana, NP, Dwivedi, YK, & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190.
- Amarul, A., & Hatta, A. (2018). MODEL ARISAN MODAL USAHA DALAM Mendukung Keberlanjutan Pengusaha Kecil di Pasar Unit II Kabupaten Tulang Bawang Lampung. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 14(2), 171-181.
- Anwar, A. (2019). *Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Di Smk Negeri 1 Soppeng* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makasar).

- Astuti, D. P. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Basco, R. 2010. Tipo de orientación familiar y prácticas de dirección y gobierno. Un estudio aplicado a las empresas familiares españolas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2): 129-144.
- Cantillon R., 1755, *Essai Sur la nature de la Commerce en General* (Edited by H.Higgins-1931), Mcmillan, London
- Depositario D. P. T., Aquino N. A., & Feliciano K.C. 2011. Entrepreneurial Skill Development Needs Of Potential Agri-Based Technopreneurs. *ISSAAS*, 17(1): 106-120.
- Fajrina, D. N. (2015). *Analisis penerapan bisnis berbasis syari'ah pada wirausaha muslim (study pada wirausaha muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal)* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Franita, R. (2016). Analisa pengangguran di indonesia. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1, 88-93.
- Devonalita Agusli dan Yohanes Sondang Kunto, "Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya" dalam *CENDIKIA*, (Surabaya: Universitas Kristen Petra), Vol. 1, No. 2, (2013), h. 3.
- Hasan, Muhammad. 2018. Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND)* Volume 1, No. 1 Januari 2018 p-ISSN: 2614-2139; eISSN: 2614-1973.
- Hasan, M. (2018). Pendidikan Ekonomi Informal: Bagaimana Pendidikan Ekonomi Membentuk Pengetahuan Pada Bisnis Keluarga?. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Vol*, 1(2).
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(03), 291-314.
- Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. In P. Greene and M. Rice (Eds.), *Entrepreneurship Education*. Cheltenham UK, Edward Elgar Publishing: 135-158.
- Kuhn, K., Galloway, T., & Collins-Williams, M. (2016). Near, far, and online: Small business owners' advice-seeking from peers. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(1), 189–206. <https://doi.org/10.1108/jsbed-03-2015-0037>.
- Kurniati, E. D. (2015). *Kewirausahaan industri*. Deepublish.

- Low, R. & MacMillan, I. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 39-61.
- Magfirah, M. (2019). *Analisis Pendidikan Dan Pelatihan Kewirausahaan Dalam Perspektif Keterampilan Abad 21 (Studi Kasus: Dinas Koperasi Dan Ukm Sulawesi Selatan)* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Misnawati, M., & Yusriadi, Y. (2018). Efektifitas Pengelolaan Kewirausahaan Berbasis Kognitif Personal Melalui Penggunaan Infrastruktur Digital (Media Sosial). *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(3), 138-145.
- Mopangga, H. (2015). Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, 14(1), 13-24.
- Nursito, S., & Jati, A. S. N. (2013). Analisis pengaruh interaksi pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan. *Kiat bisnis*, 5(3).
- Nugroho, F. (2012). Pengelolaan Taman Bacaan Masyarakat Sebagai Penyelenggara Pendidikan Nonformal Di Lingkungan Masyarakat Rusun Bangunrejo Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*, 3(2).
- Okorie N. N. et al. 2014. Technopreneurship: An Urgent Need in The Material World for Sustainability in Nigeria. *European Scientific Journal*, 10(30): 1857-7881.
- Prastowo, A. D. (2012). *Peningkatan Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Alam Melalui Media Pembelajaran Animasi Adobe Flash Pada Siswa Kelas Iv Sd N 03 Malangaten, Kebakkramat, Karanganyar* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Putra, I. W. W., & Jember, I. M. (2019). *PENGARUH MODAL, TEKNOLOGI DAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NILAI PRODUKSI DAN PENDAPATAN INDUSTRI PAKAIAN JADI. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 965-996.
- Putri, NMD. Maharani. (2016). *Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening)*. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol. 9 No. 2.
- Roidah, I. S. (2015). Analisis pendapatan usahatani padi musim hujan dan musim kemarau (studi kasus di Desa Sepatan Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Agribis*, 11(13), 45-55.
- Salsabila, F. (2019). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).

- Sihombing, S. O., & Meilani, Y. F. C. P. (2018, October). *IDENTIFIKASI FAKTOR INTERNAL DAN EKTERNALDALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA MIKRO*. In *Prosiding Seminar Nasional: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan* (Vol. 1, No. 1, pp. 91-105).
- Sosrowinarsidiono. 2010. *Membangun Sinergi Teknologi Dengan Kemampuan Kewirausahaan Guna Menunjang Kemandirian Bangsa. Munas Asosiasi Perguruan Tinggi Ilmu Informatika*. Bandung: Politelkom.
- Sukirman. 2010. "Analisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja usaha kecil yang dikelola perempuan (dengan pendekatan Balanced Scorecard)." *Jurnal Kinerja, Bisnis dan Ekonomi* 14 (3): 248-62.
- Sukirno, Sadono. 1994. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Supriyanto, Y., & Soesanto, H. (2012). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Kariadi Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Sya'roni, D. A. W., & Sudirham, J. J. (2012). Kreativitas Dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 11(01), 1-17.
- Trisnawati, N. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan dukungan sosial keluarga pada minat berwirausaha siswa SMK Negeri 1 Pamekasan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 2(1), 57-71.
- Widiastuti, N., & Kartika, P. (2017). Penerapan Model Kelompok Usaha Kreatif Islami (Kukis) Dalam Pemberdayaan Perempuan Berbasis Pondok Pesantren. *Empowerment: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*, 6(2), 20-29.
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi digital pada perempuan pelaku usaha produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Aspikom*, 3(1), 1-15.
- Yanti, V. A., Amanah, S., Muldjono, P., & Asngari, P. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Bandung Dan Bogor. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 20(2), 137-148.

