

II. TINJAUAN PUSTAKA

2. 1 Landasan Teoritis

2.1.1 Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan terhadap sesuatu, atau dorongan kuat dalam diri seseorang untuk melakukan segala sesuatu yang diinginkan (Nastiti, laili, 2020). Sedangkan menurut Rizki (2021) minat adalah sebuah kecenderngan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu, minat memiliki kaitan erat dengan perasaan senang, karena minat itu terjadi karena sikap senang kepada sesuatu, orang berminat pada sesuatu berarti sikapnya senang kepada hal tersebut.

Minat adalah komponen internal dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada tindakannya, seseorang akan melakukan dan mendalami sesuatu apabila muncul rasa ketertarika pada suatu hal (Asnamawti Matondang, 2018). Sedangkan menurut slameto dalam (Asnamawati Matondang, 2018) minat yaitu suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Seagala sesuatu yang menarik pada minat orang lain belum tentu akan menarik bagi minat orang tertentu selama sesuatu itu tidak sesuai dengan kebutuhannya, karena minat merupakan ketertarikan, keterlibatan sepenuhnya seseorang pada hal tertentu dan merasa suka dan senang untuk menggeluti bidang sehingga dapat memperoleh pengetahuan, sikap dan ketrampilan yang baru (Asnamawati Matondang, 2018).

Minat adalah kecenderungan yang menetap pada seseorang untuk merasa tertarik pada suatu bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan bidang tersebut, minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seorang lebih tertarik pada suatu objek lain, dan dapat diwujudkan melalui partisipasi dalam tindakan individu yang berminat terhadap sesuatu objek tertentu dan cenderung memberi perhatian lebih besar (Putri Arum Wahyuningsih, 2019).

Minat dapat dibentuk melalui pengalaman langsung atau pengalaman mengesankan yang menyediakan kesempatan bagi individu untuk mempraktekkan, mendapatkan umpan balik dan mengembangkan ketrampilan

yang mengarah pada efisiensi personal dan pengharapan atas hasil yang memuaskan (Irsam Darma Putra, 2018).

Seseorang yang tidak berminat untuk mempelajari sesuatu maka tidak dapat diharapkan dia akan berhasil dengan baik, karena dalam kondisi psikologis minat dapat mengarahkan timbulnya kehendak (Sukezi, 2019). Ciri-ciri berminat yaitu mempunyai kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang sesuatu yang dipelajari secara terus menerus. Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal timbul dari dalam diri seseorang sedangkan faktor eksternal timbul dari adanya pengaruh dari luar diri seseorang (Sukezi, 2019).

Menurut Adityaromantika (2010) *dalam* Tamara Gading (2019) bahwa seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur yaitu:

- a. Perhatian : Perhatian adalah banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktifitas yang dilakukan. Dalam hubungannya dengan perhatian, berpendapat bahwa, “minat menentukan sukses dan gagalnya kegiatan seseorang, kurangnya minat menyebabkan kurangnya perhatian dalam bidang pertanian”.
- b. Kesadaran : Timbulnya minat dari diri seseorang bisa berawal dari adanya kesadaran bahwa suatu objek itu mempunyai suatu manfaat bagi dirinya. Kesadaran itu mutlak harus ada dan dengan kesadaran itu seseorang akan mengenai objek yang dirasanya memiliki daya tarik baginya.
- c. Kemauan : Apabila seseorang mempunyai kecenderungan untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau mempunyai kemauan untuk mewujudkan tujuan- tujuan yang dikehendaki maka seseorang dapat dikatakan mempunyai minat terhadap sesuatu. Kemauan tersebut akan mendorong kehendak yang dikenalkan oleh pikiran dan terarah pada suatu tujuan.

2.1.2 Defenisi Generasi Milenial

Pengelompokkan generasi dalam dunia kerja akan mengikuti perkembangan sumber daya manusia. Istilah generasi menurut Hansen dan Leuty *dalam* (Ambariyanto, 2020) yaitu sekelompok individu yang berbagi pengalaman kerja atau pengalaman hidup yang sama. Menurut Statistik

Gender Tematik *dalam* (Ambariyanto,2020) Profil Generasi Milenial Indonesia disebutkan bahwa salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital, Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, maka generasi milenial memiliki ciri: kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif. Generasi merupakan suatu fenomena sosial yang terjadi karena adanya perbedaan usia atau tahun kelahiran dari sekelompok individu dengan kelompok lainnya.

Menurut (Mannheim, 1952; Pilcher, 2017) generasi terjadi akibat fenomena sosial yang memiliki beberapa kesamaan, seperti umur, pola pengalaman, dan pola pemikiran. Tambahan pula, individu akan digolongkan menjadi generasi sama jika memiliki persamaan di tahun kelahiran dengan kurun waktu 20 tahun (Mannheim, 1952; Pilcher, 2017).

Menurut peneliti istilah milenial dicetuskan pertam kali oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya dengan judul *Millennials Rising: The next Generation* (2000) pada tahun 1987 mereka menciptakan istilah bahwa saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk pra-sekolah. Dalam buku lain berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*, oleh Elwood Carlson mengatakan bahwa generasi milenial yaitu mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Jika di lihat dari *Generation Theory* yang dikemukakan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923 generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000 (Novia Melati Harahap, 2020).

Tabel 2.1 Pengelompokkan Generasi

Sumber	Label			
Tapscott (1988)	-	Baby boom generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital generation (1976-2000)
Howe & Strauss (2000)	Silent generation (1925-1943)	Boom generation (1943-1960)	13 th Generation (1961-1981)	Millineal generation (1982-2000)
Zemke et	Veterans (1922-	Baby boomers	Gen-Xers	Nexters (1980-

Milenial gen review NCF										
Sezin baysal										
Oblinger										
Lancaster stilman 2002										
Howe & strauss 2000										
Peneliti sosial (sindonews)										
Us cencus berau										
Hasanuddin ali dan lilik purwandi 2017										

Sumber: *Statistik Gender Tematik/Profil Generasi Milenial Indonesia 2018*

Milenial atau dikenal juga dengan generasi Y merupakan kelompok demografi setelah generasi X. tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini, biasanya awal kelahiran kelompok ini dimulai dari tahun 1980-an hingga tahun 2000-an sebagai akhir kelahiran (Novia theresia Br. Sembiring, 2020). Jika tahun ini adalah tahun 2020 maka generasi milenial terakhir minimal berusia 22 tahun yang artinya generasi milenial boleh dikatakan akan memimpin masa depan pada beberapa tahun mendatang.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tentang konsep generasi milenial baik pendapat dari luar negeri maupun pendapat dari dalam negeri, penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 akan dijadikan acuan untuk pengkajian penelitian yang dilakukan.

Sembiring (2020) menyebutkan beberapa pendapat untuk tahun kelahiran generasi milenial (gen-Y):

- a. Howe dan Strauss mendefinisikan kelompok milenial sebagai terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1982 – 2004.
- b. Menurut Iconoclast, sebuah perusahaan riset konsumen, generasi milenial pertama lahir pada 1978.
- c. Majalah Newsweek melaporkan bahwa generasi milenial lahir antara

1977 – 1994.

d. Dalam artikel terpisah, New York Times mematok generasi milenial pada 1976 -1990 dan 1978 1998.

e. Sebuah artikel majalah Time menempatkan generasi millennial pada kelahiran antara 1980 – 2000.

(Hidayatullah, et al., 2018) Karakteristik yang dimiliki generasi milenial adalah:

- Generasi milenial lebih yakin pada *user generated content* (UGC) dibandingkan informasi searah. *User Generated Content* (UGC) merupakan konten atau informasi yang dibuat oleh pengguna dan dipublikasikan secara umum dan terbuka, seperti *review*.
- Generasi milenial lebih sering menggunakan telepon genggam dibandingkan televisi. Sehingga, hampir semua generasi milenial memiliki sosial media.
- Generasi milenial kurang tertarik untuk membaca dengan cara konvensional, seperti koran, buku, dan majalah.
- Generasi milenial sangat memanfaatkan teknologi sebagai informasi yang terpercaya.
- Generasi milenial suka menggunakan transaksi *cashless*.
- Generasi milenial memiliki sifat lebih malas dan konsumtif.

Menurut (Wahana, 2015) ada beberapa karakteristik dan nilai-nilai budaya generasi milenial yang berbeda dengan generasi lainnya, yaitu:

- Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi merupakan gaya hidup generasi milenial.
- Dalam menghadapi kehidupan, generasi milenial selalu optimis, percaya diri, dan yakin terhadap diri sendiri. Selain itu, generasi milenial juga suka dengan hal yang serba instan dan tidak menimbulkan kerumitan.
- Generasi milenial lebih suka menggunakan *gadget* atau ponselnya sebagai alat komunikasi.
- Saat mencari-cari informasi melalui internet, generasi milenial lebih senang

Menurut (Putri A. A., 2018) menyatakan bahwa kehidupan generasi milenial berbeda dengan generasi sebelumnya, contohnya:

- Generasi milenial sangat menyukai teknologi, seperti internet.
- Kehidupan generasi milenial cukup hedonisme.
- Dalam penerimaan dan penangkapan informasi, generasi milenial lebih cepat dibandingkan dengan generasi lainnya.
- Generasi milenial menyukai tantangan, optimis, memiliki pemikiran kritis, mempunyai keingintahuan yang tinggi, dan menilai pengalaman pribadi adalah sesuatu yang berharga.
- Cara hidup generasi milenial sangat *multitasking*.
- Menjadikan teknologi sebagai gaya hidup generasi milenial, salah satu contohnya dalam belanja online

2.1.3 Wirausaha

Istilah wirausaha atau entrepreneur pertama kali dikembangkan oleh Yoseph Schumpeter yang merupakan seorang ahli ilmu ekonomi neo-klasik, ia mengatakan pembangunan ekonomi akan tercipta karena adanya inisiatif golongan pengusaha yang inovatif yang mengorganisasikan barang-barang yang diperlukan masyarakat secara umum (Prayoga, 2021).

Pengertian wirausaha menurut Irsam Darma Putra (2018) yaitu wirausaha berdasarkan kata etimologinya berasal dari kata “wira” dan “usaha”, kata wira berarti “teladan” atau patut dicontoh, sedangkan “usaha” berarti “Berkemauan keras” memperoleh manfaat. Jadi seorang wirausaha merupakan Seseorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup Atau lebih sederhana dirumuskan sebagai, Seseorang yang berkemauan keras dalam bisnis yang patut menjadi teladan hidup, Untuk menjadi seorang wirausahawan yang berhasil, seorang wirausaha harus mempunyai tekad dan kemauan yang keras untuk mencapai tujuan usahanya.

Wirausaha adalah inovator dimana orang yang berkembang dengan ide serta mewujudkan ide tersebut ke dalam usaha yang memiliki pertumbuhan

yang tinggi, Schumpeter (1994) *dalam* Safitri (2020). Sedangkan kewirausahaan merupakan suatu proses suatu kelompok atau seseorang individu mengupayakan suatu hal dengan sebuah inovasi dan keunikan, tidak bergantung pada sumber daya yang digunakan pada saat ini, hal tersebut sebagai upaya untuk membaca peluang dan menciptakan suatu nilai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, Robbins & Coulter (2010) *dalam* Safitri (2020).

Wirausaha adalah kegiatan ekonomi yang memerlukan jiwa, pengetahuan, keahlian, biaya, fasilitas, tenaga, waktu dan semua hal yang dibutuhkan. Ada begitu banyak hal yang diperlukan agar tindakan wirausaha tidak bisa dipandang kecil karena ada banyak yang dikorbankan sementara tidak ada yang dapat menentukan berhasilnya suatu usaha (Wahyudi, dkk 2020). Setiap individu yang memiliki tujuan berwirausaha akan mendapat kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dikelola dari pada seseorang tanpa tujuan berwirausaha (Haryani, 2017).

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* berasal dari bahasa Perancis yang artinya secara harafiah adalah perantara, namun secara luas kewirausahaan didefinisikan sebagai proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memiliki risiko finansial, psikologi dan sosial. Kewirausahaan juga diartikan sebagai sikap dan perilaku mandiri yang mampu memadukan unsur cipta, rasa dan karsa serta karya atau mampu menggabungkan unsur kreativitas, tantangan, kerja keras dan kepuasan untuk mencapai prestasi maksimal sehingga dapat menjadikan nilai tambah yang maksimal, Sutanto (2002) *dalam* Tanubrata & Gunawan (2018).

Menurut Mutis *dalam* (Irsam Darma Putra, 2018) memberikan ciri-ciri pribadi wirausaha yang paling sering diungkapkan sebagai berikut:

1. Adanya kebutuhan untuk mencapai sesuatu
2. Adanya kebutuhan akan control, orientasi intuitif yang kreatif
3. Melihat ke masa depan
4. kecenderungan untuk mengambil resiko
5. Mempunyai kebebasan mental

6. Mempunyai jiwa kepemimpinan

Menurut Mc. Clelland *dalam* (Irsam Darma Putra, 2018) menyatakan karakteristik wirausaha sebagai berikut:

1. Keinginan untuk berprestasi
2. Keinginan untuk bertanggung jawab
3. Preferensi kepada resiko-resiko menengah
4. Persepsi pada kemungkinan berhasil
5. Rangsangan oleh umpan balik
6. Aktivitas energik
7. Orientasi ke masa depan
8. Ketrampilan dalam Pengorganisasian

2.1.4 Minat Berwirausaha *Coffe Shop* Ditengah Pandemi

Minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha mencukupi hidupnya, tanpa merasa takut terhadap resiko yang akan terjadi, dapat menerima tantangan, percaya diri, kreatif, dan inovatif serta memiliki kemampuan dan kreativitas untuk mencukupkan kebutuhan (Nurlaili, Terisnawati, 2020). Menurut Nasrullah, Minat berwirausaha muncul dari dalam diri seseorang yang tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai faktor-faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keinginan untuk berwirausaha yang dapat menghasilkan sebuah bidang usaha, karena adanya ketertarikan pada suatu hal.

Secara terminologis, kata *cafe* berasal dari bahasa Perancis-*coffee*, yang berarti kopi. Di Indonesia, kata *café* kemudian dipermudah kembali menjadi kafe. Pengertiannya pada umumnya bertujuan pada (minuman) kopi, dimana di Indonesia kafe lebih dikenal sebagai tempat menikmati kopi yang menyediakan banyak menu minuman serta makanan ringan lainnya, *coffe shop* juga tempat yang dikelola secara sederhana dan dengan manajemen yang disusun secara rinci dari segi pelayanan serta jenis hidangan dan perlengkapan yang mendukung tempat tersebut agar para konsumen merasa nyaman (Muawanah, 2019).

Pandemi Covid-19 menjadi salah satu periode yang berakibat buruk bagi semua negara yang mengalaminya termasuk Indonesia, pandemi tersebut banyak memberikan dampak baik dari aspek kesehatan, sosial, dan ekonomi, kebijakan pembatasan sosial dengan karantina atau tetap di rumah berpotensi membatasi aktivitas ekonomi, kondisi tersebut cukup lama sehingga terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi serta meningkatnya angka pengangguran di wilayah yang mengalami pandemic Covid-19 (Nurulaeni, 2021). Secara umum pandemi merupakan sebagai suatu peristiwa dengan tingkat insiden yang tinggi karena terkait dengan penyebaran yang begitu cepat artinya pandemi ini sebagai epidemi yang terjadi secara global dikaitkan dengan persebaran suatu penyakit menular seperti Flu, batuk, demam dan gejala lainnya (Nurulaeni, 2021).

Berwirausaha ditengah pandemi sangatlah susah karena ada banyak tantangan salah satunya yaitu adanya pembatasan wilayah hal itu menyebabkan banyaknya masyarakat yang hanya diam di rumah saja sehingga para wirausahawan berkumpul dan berinovasi untuk mencaei solusi terbaik yang harus melawan krisis pekerjaan dengan menciptakan berbagai kegiatan wirausaha salah satunya yaitu usaha coffe shop, pengusaha harus bisa mencari peluang dan berpikir secara kreatif dan inovatif di tengah pandemi seperti ini (Maria malut, dkk, 2021).

2.1.5 Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Berwirausaha Coffe Shop Ditengah Pandemi

Ada beberapa dorongan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk berwirausaha baik dari teman sepergaulan, lingkungan keluarga, dan sahabat dimana saling bertukar pikiran dan pendapat tentang ide usaha ataupun menemukan solusi dalam permasalahan yang sedang terjadi di dalam usaha yang di kelola (Alma, 2017).

Minat tidak dibawa sejak lahir, akan tetapi berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti berdasarkan karakteristik jenis kelamin dan usia, lingkungan baik keluarga, pendidikan dan masyarakat, teknologi kemudian modal, dan kepribadian (Afif Nur Rahmadi & Budi Heryanto, 2016).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat tidak dibawa sejak lahir, akan tetapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya sebagai berikut:

- a) Pendidikan kewirausahaan
- b) Pendapatan
- c) Pengalaman
- d) Modal
- e) Lingkungan Keluarga
- f) Lingkungan Masyarakat

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Menurut Wulan Purnamasari (2018) dengan judul “Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi” mengatakan bahwa lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha berada pada kategori sedang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha berada pada kategori cukup yaitu interval 0,40-0,599, sehingga dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga dan minat berwirausaha memiliki hubungan korelasional positif dan signifikan, dengan hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

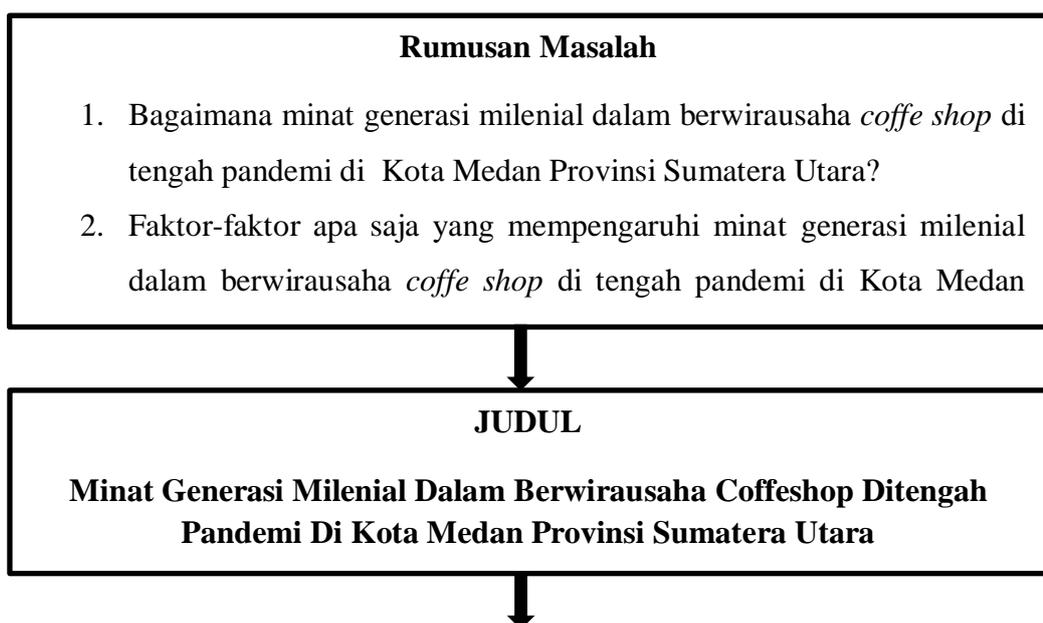
Menurut Putri Arum Wahyuningsih (2018) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Di Wisata Religi Gunungpring” mengatakan bahwa hasil uji F sebesar 0,000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi atau dikatakan bahwa sikap mandiri, lingkungan keluarga, motivasi, ekspektasi, pendapatan, keberhasilan diri, dan religiusitas secara bersama-sama atau paling tidak salah satu mempunyai pengaruh terhadap variabel minat berwirausaha. Sedangkan hasil uji t pada variabel lingkungan keluarga memiliki nilai signifikan t sebesar 0,600 > 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa H2 dalam penelitian ini tidak didukung, maka variabel lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Menurut Pratiwi Fitri Rambe (2021) dengan judul “Pengaruh Minat Berwirausaha Terhadap Pendapatan Jual Beli Online Bagi Mahasiswa Di Masa Pandemic Covid-19” mengatakan bahwa hasil pengujian hipotesis secara parsial (t-test) menunjukkan bahwa minat berwirausaha berpengaruh terhadap pendapatan jual beli online bagi mahasiswa dimasa pandemic Covid-19, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} 7,172 > t_{tabel} 2,011$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$.

2.3 Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2017) dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Pendidikan* menuliskan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting, dimana kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017).

Penyusunan kerangka berpikir Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, penelitian ini bertujuan untuk mempermudah kegiatan penelitian atau pengkajian yang akan dilakukan dalam pengaruh minat berwirausaha coffe shop ditengah pandemi yang ada di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Adapun kerangka pikir pengkajian ini akan disajikan pada gambar 1 berikut:



Tujuan

1. Untuk mengkaji tingkat minat generasi milenial dalam berwirausaha *coffe shop* di tengah pandemi di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.
2. Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial dalam berwirausaha *coffe shop* di tengah pandemi di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

Variabel X

Faktor internal:

- Motivasi (X1)
- Kemampuan (X2)
- Perasaan Senang (X3)

Faktor Eksternal :

- Lingkungan Keluarga (X4)
- Lingkungan Masyarakat (X5)
- Lingkungan Sekolah (X6)

Variabel Y

Minat Generasi Milenial
Dalam Berwirausaha Coffe
Shop Ditengah Pandemi (Y)

Hasil Pengkajian

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan dan kerangka berpikir. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka,

1. Diduga tingkat minat berwirausaha coffe shop ditengah pandemi di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara tergolong tinggi
2. Diduga ada pengaruh yang signifikan antara motivasi, kemampuan, perasaan senang, lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, lingkungan sekolah (X) terhadap minat berwirausaha coffe shop ditengah pandemic di kota Medan Provinsi Sumatera Utara.