



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

**Nur Asni Aulia¹, Muhammad Hasan², Muhammad Dinar³, Muhammad
Ihsan Said ahmad⁴, Tuti Supatminingsih⁵**

Fakultas Ekonomi, Universita Negeri Makassar¹
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 pasar Baru Kabupaten Bantaeng dapat dikategorikan cukup baik, karena bisa berkembang dengan baik.

Keywords : Literasi Usaha, Literasi Digital, Keberlanjutan Usaha

ABSTRACT

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 : *Enterpreneurship 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.

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.

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 terakit 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.

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 terakit 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.

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 wirausahawan, namun demikian pengetahuan tidak serta merta akan

melahirkan seorang wirausahawan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang dapat menunjang efektifitas pengelolaan kewirausahaan, yaitu penggunaan infrastruktur digital dalam kewirausahaan.

Gilster (Hindle K, 2007) 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.

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.

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.

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.

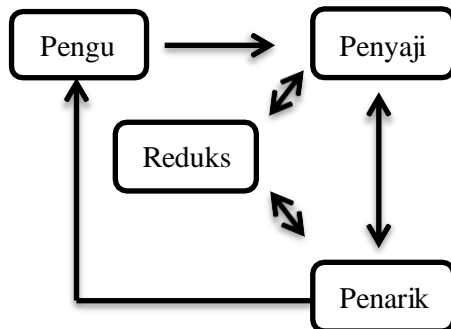
Objek penelitian adalah informan yang pelaku pedagang pakaian. Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan *Snowball Sampling*. Informan terdiri dari 2

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian Melalui Literasi Kewirausahaan

Pada konsep ini literasi 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

a 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 bisa memberikan pengaruh bagi seorang pedagang. Hal tersebut sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan ibu Hj. Jusni yang menyatakan bahwa dia sudah mengetahui terlebih dahulu mengenai berwirausaha, karena orangtuanya juga merupakan pebisnis sehingga dia diberitahu dan diajari terlebih dahulu sebelum mendirikan sebuah usaha dan menurutnya pemahaman tentang berwirausaha jelaslah penting karena banyak yang harus dipahami dari berdagang salah satunya yaitu memahami kemauan dari pembeli.

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

a. Pengatahuan Dasar Digital

Salah satu indikator yang terdapat pada literasi digital pada pedagang pakaian di pasar baru kabupaten bantaeng adalah pengetahuan dasar digital. Pengatahuan 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 :

DAFTAR PUSTAKA

Sukirno, Sadono. 1994. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

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.