

Dampak Pembelajaran Kewirausahaan, Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Trunojoyo Jember

The Impact of Entrepreneurship Learning and Social Media on Interest in Entrepreneurship

Shendy Andrie Wijaya^{1*}, Neviyani², Ervin Nurah Masari³

^{1,2,3} Department of Economics Education, Universitas PGRI Argopuro Jember, Indonesia

* Corresponding Author. E-mail: shendyandriewijaya@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History: Received: 02-Sep.2022 Revised: 17-Sep. 2022 Accepted: 18-Sep. 2022</p> <p>Keywords: Kewirausahaan, media social, minat berwirausaha.</p>	<p>Penelitian ini dilatarbelakangi adanya pembelajaran kewirausahaan dan media sosial yang dilakukan oleh pihak sekolah. Adanya hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan pada minat berwirausaha siswa. Sehingga tujuan penelitian menganalisis dampak pembelajaran kewirausahaan, media sosial terhadap minat berwirausaha siswa. Dari data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada siswa kelas XII SMK Trunojoyo Jember. Sampel yang digunakan berjumlah 75 responden siswa kelas XII BDP. Jenis pendekatan kuantitatif serta metode analisis regresi linear berganda. Uji t dan uji f dengan taraf nilai $\alpha = 5\%$ digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Dari hasil penelitian uji t pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha memiliki nilai $10,610 > 1,6660$, sedangkan media sosial terhadap minat berwirausaha memiliki nilai $15,826 > 1,6660$. Serta taraf signifikansinya 0,000, sehingga ada pengaruh secara signifikan secara parsial. Selanjutnya secara simultan variabel independen (pembelajaran kewirausahaan dan media sosial) dalam penelitian ini memiliki nilai $20,145 > 3,12$ sehingga terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha pada siswa.</p> <p><i>This research is motivated by the existence of entrepreneurship learning and social media conducted by the school. The existence of this indicates an increase in students' interest in entrepreneurship. So the research objective is to analyze the impact of entrepreneurship learning, social media on students' interest in entrepreneurship. From primary data obtained from questionnaires distributed to class XII students of SMK Trunojoyo Jember. The sample used was 75 respondents of class XII BDP students. Types of quantitative approach and multiple linear regression analysis methods. The t test and f test with a value level of $\alpha = 5\%$ were used to test the research hypothesis. From the results of the research, the t-test of entrepreneurial learning towards entrepreneurial interest has a value of $10.610 > 1.6660$, while social media to entrepreneurial interest has a value of $15.826 > 1.6660$. And the significance level is 0.000, so there is a partially significant effect. Furthermore, simultaneously the independent variables (entrepreneurship learning and social media) in this study have a value of $20.145 > 3.12$ so that there is a significant influence on the dependent variable, namely the interest in entrepreneurship in students.</i></p>

Journal Of Perspektif is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



How to cite:

ndrie Wijaya, S., Neviyani, N., & Masari, E. N. (2022). The Impact of Entrepreneurship Learning and Social Media on Interest in Entrepreneurship. *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan*, 13(2), 36-41.

[https://doi.org/10.25299/perspektif.2022.vol13\(2\).10443](https://doi.org/10.25299/perspektif.2022.vol13(2).10443)

PENDAHULUAN

Kondisi setelah wabah Covid-19, telah berdampak munculnya permasalahan. Masalah itu ialah angka tingkat pengangguran serta kesempatan kerja sempit. Adanya pengangguran akibat dari jumlah lapangan pekerjaan yang tidak sebanding dengan angkatan kerja. (Surindra et al., 2021). Di Indonesia sendiri sedang menghadapi bonus demografi tetapi tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih tergolong tinggi. Lulusan SMK menjadi penyumbang angka pengangguran terbesar dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (BPS dalam Wijaya & Utami, 2021). Negara dapat dikatakan berkembang apabila memiliki SDM yang berkualitas. Karena salah satu pondasi pembangunan suatu negara di era globalisasi. Upaya pemerintah sendiri dalam meningkatkan kualitas SDM dengan menciptakan jenis-jenis pelatihan vokasi. Namun, upaya tersebut tidak mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Pengangguran adalah masalah di negara ini. Indonesia sendiri merupakan bonus demografi, namun pengangguran terbuka di Indonesia masih cukup tinggi. Lulusan pendidikan vokasi memberikan kontribusi terbesar terhadap angka pengangguran selama 5 tahun terakhir (BPS dalam Wijaya & Utami, 2021).

Pertumbuhan penduduk Indonesia terus meningkat sejak Indonesia melakukan sensus pertama pada tahun 1961. Data dalam sepuluh tahun terakhir, pertumbuhan penduduk adalah 1,25 per tahun. Artinya ada perlambatan sebesar 0,24% dibandingkan pada periode 2000-2010, sebesar 1,49%. Prakiraan penduduk Indonesia 2030 akan meningkat dari 269,60 juta menjadi 294,11 juta, menurut BPS dan Bappenas. Dari data sensus penduduk tahun 2020, menunjukkan angka 70,72% merupakan penduduk usia produktif (usia 15-64 tahun). Artinya dengan prosentase tersebut ke depan akan didominasi oleh generasi milineal yang tangguh, memiliki semangat tinggi dan produktif.

Indonesia telah memasuki era surplus demografis pada tahun 2015, yang akan mencapai puncaknya pada tahun 2030, dan akan selesai pada pada tahun 2035. (Setiawan, 2021). Pada era industri sekarang seseorang yang mampu menguasai suatu informasi, maka sama halnya orang itu seperti memiliki seluruh dunia. Hal ini dibuktikan dengan begitu cepat penggunaan internet, yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Impact dari lahirnya era digitalisasi di sektor ekonomi sangat terasa. Buktinya banyak sektor perdagangan dan UMKM meningkat secara cepat. Artinya kegiatan seperti olshop memberikan pengaruh positif bagi perkembangan bisnis, yaitu memberikan peluang bagi para pengusaha baik pemula maupu wirausaha yang sudah eksis. (Sundari, 2019). Di sisi lain perkembangan teknologi bergerak begitu cepat artinya manfaat dari teknologi itu sendiri khususnya pada pengguna media sosial.

Data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menyebutkan jumlah lulusan SMK di Indonesia akan terus meningkat. Jumlah lulusan SMK tahun 2016 sebanyak 4.222 siswa, dan tahun 2020 sebanyak 6.298 siswa. Hal ini akan menambah jumlah lulusan SMK yang menganggur jika lapangan kerja yang tersedia tidak sesuai dengan jumlah lulusan SMK. Dari kondisi tersebut, tidak sejalan dengan PP No. 17 Tahun 2010, yang menjelaskan tujuan pendidikan vokasi adalah menghasilkan lulusan yang siap kerja. (BPS dalam Wijaya & Utami, 2021).

Penggunaan medsos agar dijadikan sebagai jembatan pembeli untuk berbagi informasi berupa teks, picture dan audiovisual. Adanya media social memungkinkan bisnis kecil dapat berkomunikasi dengan pelanggan dengan cakupan yang lebih luas guna membangun hubungan yang baik. (Tangkeallo & Tangdialla, 2021). Kemudahan dalam menggunakan teknologi internet ini menjadikan salah satu faktor yang baik bagi pelaku bisnis karena dengan perkembangan teknologi yang baik ini bisa menjadi alat promosi bisnis yang efektif. Artinya dalam pengoperasiannya bisa di akses oleh siapapun sehingga kegiatan promosi bisa lebih tepat dan menyeluruh.

Banyak sekali hal yang bisa di lakukan oleh pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya di bantu oleh kemajuan teknologi seperti saat ini. Melalui penerapan pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media social dengan efektif, maka dapat melatih siswa untuk bisa percaya diri dalam berbisnis. Medsos mempermudah pemakai daam kegiatan bisnis online untuk melakukan promosi. Karena hal tersebut banyak diaplikasikan oleh masyarakat umum dan siswa akan lebih kreatif dalam berwirausaha. Dalam menumbuhkan minat berwirausaha siswa terutama siswa SMK Trunojoyo

Jember, faktor terpenting yaitu memberikan pemahaman tentang konsep dan pembinaan dalam diri siswa itu sendiri untuk menjadi wirausahawan. (Listiawati et al., 2020).

Merujuk pemaparan latar belakang dan dari penelitian terdahulu terdapat riset gap terkait pembelajaran *entrepreneurship*, media sosial dengan minat berwirausaha. Siswa harus mampu memahami konsep kewirausahaan dengan baik. Karena akan menambah *knowledge and skill* siswa, serta menumbuhkan minat dalam berwirausaha itu sendiri. Penggunaan media social, perlu diadakan pendampingan kepada siswa, agar dapat lebih tepat terutama dalam pengoperasian media sosial sebagai sarana untuk berwirausaha. Dalam hal ini guru dituntut untuk mengetahui bidang non akademik siswa misalkan ahli bidang bisnis, karena guru menjadi mediator pembelajaran kewirausahaan kepada siswa. (Christina et al., 2015).

Selain itu perlu adanya arahan siswa oleh tenaga pendidik, agar ketika lulus sekolah siswa bisa menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, sehingga secara tidak langsung mengurangi tingkat pengangguran lulusan SMK yang tergolong tinggi setelah masa pandemi. Dari penjelasan yang berdasarkan fakta dilapangan, maka tujuan penelitian ini mengetahui dan menguji secara parsial dan simultan, dampak pembelajaran kewirausahaan, media sosial pada minat wirausaha siswa.

Terkait teori yang melandasi penelitian ini pertama konsep dari kewirausahaan yaitu semangat, karakter perilaku dan kemampuan seseorang. Melalui usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya untuk menemukan, menciptakan, teknologi, dan produksi baru dengan meningkatkan efisiensi untuk memberikan layanan yang lebih baik atau menghasilkan lebih banyak keuntungan. (Proti et al., 2018). Kewirausahaan adalah individu yang berpikir secara kolektif, menciptakan peluang dengan visi dan misi, mencari peluang dengan tujuan yang sejalan dengan visi dengan mengembangkan pengetahuan, teknologi, dan alat yang dapat digunakan untuk bisnis untuk menciptakan bisnis baru (Anggraini & Sukardi, 2016). Dapat disimpulkan kewirausahaan merupakan sifat, ciri dan perilaku seseorang yang memiliki keinginan untuk mengimplementasikan ide-ide kreatif dan baru di dunia nyata.

Tujuan dibuatnya kurikulum kewirausahaan adalah untuk memastikan bahwa siswa mengenali dan menganut nilai-nilai kewirausahaan yang menjadi miliknya. Bertanggung jawab atas keputusan yang diambilnya setiap tahapan diidentifikasi, mengevaluasi, menentukan karakteristik, dan kemudian citra diri. Selain itu, siswa mampu melaksanakan kegiatan belajar dengan *critical thinking*nya, bersikap dinamis dan bertindak sesuai tanggungjawabnya. Jadi tiga proses ini dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam melakukan aktivitas belajarnya yang berkaitan dengan nilai bisnis.

Terkait sosial media dengan internet yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi. Berbagi, dapat komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Istilah lain media sosial yaitu jejaring sosial atau bagian dari media baru. Medsos juga sebagai sebuah media online, dengan para pengoperasinya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. (Dwi & Watie, 2011). Buku yang berjudul Media Sosial ada enam kategori besar media sosial. *Social Networking, Blog, Microblogging, Media Sharing, Social Bookmarking dan Wiki*. (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Minat adalah kemauan yang ada didalam diri manusia terhadap sesuatu hal, perasaan dan keinginan. Pada masa remaja akhir, minat karir sering menjadi sumber pemikiran. Remaja belajar membedakan antara karir yang disukai dan pekerjaan impian. Remaja yang lebih tua akan berpikir tentang apa yang harus dilakukan. Semakin banyak orang berbicara tentang berbagai jenis pekerjaan, semakin yakin dia tentang apa yang harus dilakukan. Individu juga mencoba melakukan pendekatan terhadap masalah karir dengan pendekatan yang lebih praktis dan realistis dibandingkan ketika individu masih dalam usia yang lebih muda. (Taufik Achmad, 2018). Sedangkan minat berwirausaha yaitu kecenderungan pada inti subjek tertarik menciptakan suatu kegiatan usaha, selanjutnya menata, memanager, menerima resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya. (Dwiridotjahjono, 2019).

METODE

Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini dan teknik yang diperlukan dalam memastikan jumlah sampel melalui nonprobability sampling dengan menggunakan metode sampling sensus. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat, Sugiyono (2019). Besarnya sampel dibawah 100 sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan sampel semua yang berjumlah 75 responden. Starategi pengumpulan data dibantu dengan penyebaran kuesioner, dan diberikan pada siswa kelas XII BDP SMK Trunojoyo Jember.

Tujuan penelitian untuk mengetahui dampak pembelajaran kewirausahaan, media sosial terhadap minat berwirausaha. Data primer setelah diperoleh, dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik agar memenuhi kriteria pengujian analisis regresi linear berganda. Terakhir mendapatkan hasil untuk menjawab semua hipotesis penelitiannya.

HASIL PENELITIAN

Merujuk dari pengujian instrument yang sudah valid dan reliabel. Serta dari uji asumsi klasik menunjukkan aman, maka dilanjutkan analisis data dengan regresi linear berganda.

Tabel 1. Uji – t

No.	Variabel	T _{hitung}	T _{Tabel}	Sig	Beta	Keterangan
1	Pembelajaran Kewirausahaan	10,610	1,6660	0,000	0,073	Signifikan
2	Media Sosial	15,826	1,6660	0,000	1,049	Signifikan

Keterangan:

- Nilai t_{hitung} dari variabel pembelajaran kewirausahaan (X1) t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni (10,610 > 1,6660) dan nilai sig lebih kecil yakni (0,000 < 0,05) maka H_{a1} diterima. Dengan ini menunjukkan pembelajaran kewirausahaan (X1) secara parsial signifikan berdampak terhadap minat berwirausaha (Y).
- Nilai t_{hitung} dari variabel media sosial (X2) t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni (15,826 > 1,6660) dan nilai sig lebih kecil yakni (0,000 < 0,05) maka H_{a2} diterima. Dengan ini menunjukkan media sosial (X2) secara parsial signifikan berdampak terhadap minat berwirausaha (Y).

Tabel 2. Uji F

No.	Variabel	F _{hitung}	F _{Tabel}	Sig	Keterangan
1	Minat Berwirausaha	20,145	3.12	0,000	Signifikan

Dari hasil uji f pada tabel 2. diatas menunjukkan bahwa hasil diperoleh melalui uji ANOVA. Dengan perhitungan df_1 (3-1 = 2) dan df_2 (75 – 2 = 73), diketahui bahwa f_{hitung} 20,145 > f_{tabel} 3,12 dengan signifikan 0,000. Hasil menunjukkan bahwa secara simultan ada dampak yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pembelajaran kewirausahaan, media sosial terhadap minat berwirausaha siswa.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian membuktikan pembelajaran kewirausahaan berdampak signifikan pada minat berwirausaha siswa SMK Trunojoyo. Serta ada hubungan positif pembelajaran kewirausahaan (X1) terhadap minat berwirausaha (Y), karena ketika siswa dapat mengikuti pembelajaran kewirausahaan dengan baik, maka minat untuk berwirausaha juga akan semakin tinggi. Artinya, belajar tentang kewirausahaan dapat membentuk pemikiran, sikap, dan perilaku siswa untuk menjadi wirausaha.

Karena berwirausaha penting untuk kesejahteraan ekonomi dan masyarakat. (Wahyu, 2020). Hal ini sejalan dengan pendapat Welter (dalam Amelia Mustikawati, 2020), belajar kewirausahaan dapat menghasilkan perilaku wirausaha dan jiwa kepemimpinan sesuai dengan karakter dari dalam diri siswa. Serta berkaitan dengan bagaimana mengelola usaha agar dapat membekali siswa berusaha secara mandiri. Penelitian ini mendukung temuan dari Amelia Mustikawati (2020). Tentang studi pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa di Era Revolusi 4.0. memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Selanjutnya sosial media berdampak signifikan terhadap minat berwirausaha. Maka hipotesis penelitian ini H_a diterima dan ada hubungan positif antara media sosial (X_2) terhadap minat berwirausaha (Y). Artinya semakin bijak siswa dalam memanfaatkan media sosial maka semakin tinggi minat siswa dalam berwirausaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Cross (2013). Aliran perkembangan media sosial berjalan dengan cepat, dikarenakan kemajuan teknologi yang modern dan canggih. Karena teknologi yang modern, media sosial selalu berkaitan dengan internet. Pada sisi lain pengoperasian medsos dengan internet sangat memungkinkan penggunaanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi sosial dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual. (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya, oleh Aida Fatimatus Sahroh (2018). Terkait analisis pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial pada minat berwirausaha. Hasil ini membuktikan jika sosial media memberikan dampak baik terhadap berkembangnya minat berwirausaha terutama pada siswa.

Pengujian terakhir pada hipotesis penelitian ini, menghasilkan variabel X_1 , X_2 atau independen berdampak signifikan secara simultan terhadap Y yaitu minat berwirausaha. Artinya hipotesis penelitian ini dapat dikatakan H_a diterima. Serta terdapat hubungan positif antara pembelajaran kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha secara simultan. Hal itu terjadi ketika siswa mampu mengikuti pembelajaran kewirausahaan dengan baik dan mampu menggunakan media sosial dengan bijak maka minat berwirausaha juga semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Suherman (2008). Menghasilkan pembelajaran kewirausahaan mencerminkan proses mengajarkan orang agar mampu menciptakan kegiatan usahanya. Hasil dari penelitian ini mendukung temuan dari Mesiana Lestiwati (2020). Ada pengaruh pembelajaran kewirausahaan, pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha di mahasiswa FKIP UNS. Serta menghasilkan hubungan positif terhadap minat berwirausaha secara bersama sama.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian teori, empiris serta uji analisis maka dapat diambil kesimpulan, penelitian ini membuktikan adanya dampak pembelajaran kewirausahaan, media sosial terhadap minat wirausaha siswa SMK Trunojoyo Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS dalam Wijaya, M. O., & Utami, E. D. (2021). Determinan Pengangguran Lulusan SMK di Indonesia Tahun 2020. Seminar Nasional Official Statistics, 2021(1), 801–810. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2021i1.1048>
- Christina, W., Purwoko, H., & Kusumowidagdo, A. (2015). The Role of Entrepreneur in Residence towards the Students' Entrepreneurial Performance: A Study of Entrepreneurship Learning Process at Ciputra University, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 972–976. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.129>
- Listiawati, M., Dyah, C., & Susantiningrum, S. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa Fkip Uns. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27. <https://doi.org/10.20961/jkb.v25i1.43386>

- Setiawan, D. E. (2021). Kepemimpinan Kristen di Era Bonus Demografi Pasca Sensus Penduduk Indonesia Tahun 2020. *KINAA: Jurnal Kepemimpinan Kristen Dan Pemberdayaan Jemaat*, 2(1), 12–27. <https://doi.org/10.34307/kinaa.v2i1.23>
- Sugiyono. (2019). Sugiyono, 2019.pdf. In *Statistika untuk Penelitian*.
- Sundari, C. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *Prosiding SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS, Fintech dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif*, 555–563.
- Surindra, B., Artantri, M. W., Forijati, R., & Anas, M. (2021). ANALISIS PENGANGGURAN DAN KESEMPATAN KERJA DI MASA PANDEMI COVID-19. 1, 68–74.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964>
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*. III, 69–75.
- Dwiridotjahjono, I. F. A. dan J. (2019). *Probability Sampling*. 10(2), 139–154.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Wahyu, I. (2020). Belajar dan Pendekatan Pembelajaran.