

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam era digital saat ini yang berkembang sangat pesat, minat berwirausaha di kalangan siswa menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dan menjadi satu fokus utama dalam upaya menyiapkan generasi muda yang mandiri dan adaptif terhadap tantangan zaman. Menurut Suratno (2020) menyatakan bahwa minat wirausaha adalah kecenderungan hati seseorang yang mendorongnya untuk melakukan kegiatan-kegiatan kewirausahaan berdasarkan kesadaran, pengetahuan, dan pengalaman, serta adanya dorongan dari dalam untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha secara mandiri. Pengetahuan kewirausahaan menjadi dasar bagi siswa dalam memahami konsep dan strategi bisnis. Melalui pemahaman yang baik, siswa dapat mengidentifikasi peluang usaha, mengelola risiko, serta menyusun perencanaan bisnis yang matang. Tanpa pengetahuan yang memadai, siswa cenderung kurang percaya diri dalam mengambil langkah awal dalam berwirausaha. Seperti yang diungkapkan oleh Ummah (2019) pengetahuan kewirausahaan mengacu pada pemahaman tentang cara mengidentifikasi peluang bisnis, mengembangkan model usaha, menilai risiko, dan menerapkan strategi manajemen yang efektif untuk mencapai keberhasilan usaha. Pendidikan kewirausahaan di sekolah memiliki peran penting dalam

membangun pemahaman siswa terhadap dunia bisnis. Program pembelajaran berbasis proyek dan pengalaman langsung dalam menjalankan usaha kecil dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi siswa dalam memahami mekanisme bisnis yang sesungguhnya. Menurut Moelrine (2022) menyatakan bahwa sebagai negara berkembang, Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar memiliki potensi besar untuk mengembangkan kewirausahaan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Indonesia telah menyadari pentingnya pendidikan kewirausahaan, dan telah memasukkannya ke dalam kurikulum pendidikan formal. Hal tersebut menunjukkan pengetahuan kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat wirausaha siswa yang dijalankan.



**Gambar 1. 1 Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia**

Sumber : Badan Pusat Statistik (2025)

Berdasarkan data statistik tersebut, jumlah angkatan kerja berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada bulan Februari 2025 sebanyak 153,05 juta orang, naik menjadi 3,67 juta orang, dibanding pada

bulan Februari 2024. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) naik sebesar 0,80 persen poin dibanding Februari 2024. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada bulan Februari 2025 sebesar 4,76% turun menjadi 0,06% poin dibanding pada bulan Februari 2024. Rata-rata upah buruh pada bulan Februari 2025 sebesar 3,09 juta rupiah. Dan rata-rata upah buruh pada bulan Februari 2024 ke bulan Februari 2025 naik menjadi 1,78% dari 3,04 juta rupiah menjadi 3,09 juta rupiah.

Kewirausahaan sebagai salah satu fokus utama dalam menciptakan kemandirian ekonomi, terutama di kalangan generasi muda. SMK Negeri 41 Jakarta sebagai lembaga pendidikan, berperan penting dalam membekali siswa dengan pendidikan dan keterampilan kewirausahaan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengelola usaha. SMK Negeri 41 Jakarta memiliki beberapa profil lulusan berdasarkan jurusan, salah satunya menjadikan siswa sebagai wirausahawan untuk jenjang setelah lulus. Berikut data tamatan pada tahun 2024 di SMK Negeri 41 Jakarta.

**Tabel 1. 1 Jumlah Status Alumni SMK Negeri 41 Jakarta 2024**

<b>Program Keahlian</b>	<b>Status Alumni</b>				<b>Jumlah Alumni</b>
	<b>Bekerja</b>	<b>Kuliah</b>	<b>Wirausaha</b>	<b>Masih Menunggu</b>	
Multimedia	22	30	-	18	70
Akutansi	17	23	-	20	70
Perkantoran	25	10	1	32	68
Pemasaran	1	10	2	21	34
<b>Jumlah</b>	<b>65</b>	<b>73</b>	<b>3</b>	<b>91</b>	<b>242</b>
<b>%</b>	<b>26,85%</b>	<b>30,16%</b>	<b>1,23%</b>	<b>37,60%</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)*

Dalam keterangan data diatas mayoritas alumni SMK Negeri 41 Jakarta pada tahun 2024 dalam kategori yang masih menunggu ialah dengan persentase

37,60%. Persentase tertinggi alumni yang masih menunggu berasal dari jurusan OTKP sebanyak 32 orang. Kemudian, alumni yang memiliki wirausaha masih sangat rendah dengan persentase 1,23%.

Berdasarkan data penelusuran yang didapat, bahwa tamatan di SMK Negeri 41 Jakarta mayoritas masih menunggu keputusan untuk bekerja, kuliah, atau berwirausaha. Jumlah alumni yang memilih menjadi wirausahawan sangat rendah. Hal ini membuktikan bahwa SMK Negeri 41 Jakarta mendidik para siswa untuk menjadi wirausahawan namun belum optimal, dikarenakan masih terdapat siswa yang belum minat menjadi wirausahawan setelah mereka lulus.

Berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan kepada 30 siswa mendapatkan hasil bahwa faktor pengetahuan kewirausahaan berpengaruh pada 93% siswa, penggunaan media sosial berpengaruh pada 90% siswa, dan keterampilan pemasaran digital berpengaruh pada 88% siswa terhadap minat berwirausaha. Sedangkan faktor lingkungan keluarga berpengaruh pada 17% siswa, teman sebaya berpengaruh pada 13% siswa. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa merasakan faktor utama penentu minat berwirausaha berasal dari pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan keterampilan pemasaran digital. Data selengkapnya tersaji dalam tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha**

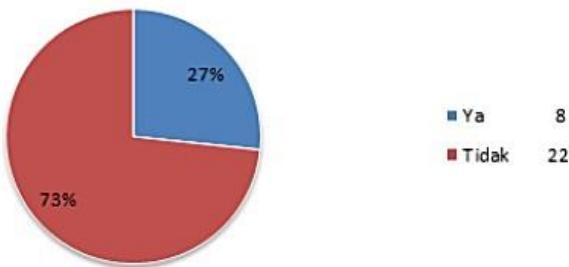
No	Faktor yang Mendasari	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
1	Pengetahuan Kewirausahaan	Pemahaman tentang peluang, strategi, dan risiko usaha dapat menumbuhkan keyakinan untuk berwirausaha	93%	7%
2	Lingkungan Keluarga	Dukungan, dorongan, atau pengalaman orang tua yang berwirausaha dapat memotivasi siswa	17%	83%

No	Faktor yang Mendasari	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
3	Penggunaan Media Sosial	Media sosial membuka akses informasi bisnis, inspirasi usaha, jaringan, serta sarana promosi yang mendorong minat siswa untuk mencoba usaha	90%	10%
4	Teman Sebaya	Adanya teman sebaya dapat mempengaruhi individu untuk lebih siap bekerja	13%	87%
5	Keterampilan Pemasaran Digital	Kemampuan mengelola promosi, branding, dan penjualan online membuat siswa lebih percaya diri untuk memulai usaha	88%	12%

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Pada temuan awal observasi yang dilakukan oleh 30 siswa MPLB SMK Negeri 41 Jakarta pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa 73% siswa tidak berminat untuk berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa lembaga pendidikan dapat berperan dengan menyediakan pelatihan kewirausahaan.

**Hasil Pra-Riset Minat Berwirausaha Siswa**



**Gambar 1. 2 Hasil Kuesioner Pra-Riset**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Menurut Oktarina (2020) mengungkapkan bahwa lingkungan keluarga merupakan dasar bagi pertumbuhan dan perkembangan anak, dan juga menjadi pengaruh awal akan terbentuk kepribadian diri pada anak. Lingkungan menjadi salah satu untuk mempengaruhi anaknya dalam menentukan masa depannya,

misalnya dalam hal pemilihan pekerjaan, menjadi seorang wirausaha tidak lepas dari dukungan orang tua atau keluarganya, apabila keluarga memberikan dukungan serta pengaruh positif terhadap minat berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha, namun sebaliknya jika keluarga tidak mendukung seseorang untuk berwirausaha maka minat berwirausaha akan semakin kecil atau tidak memiliki minat berwirausaha. Maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Menurut Wardani (2022) teman sebaya merupakan faktor pendorong seseorang dalam minat berwirausaha. Dorongan tersebut dapat membentuk wirausaha dari kalangan teman sepergaulan, lingkungan keluarga, dan sahabat. Hal baik itu dapat memunculkan ide-ide wirausaha maupun masalah yang dihadapinya serta cara-cara pemecahan masalah. Maka dari itu pengaruh positif teman sebaya terhadap minat berwirausaha yang artinya, jika adanya kesamaan dan dukungan yang kuat, maka minat berwirausaha semakin kuat.

Penggunaan media sosial juga menjadi alat yang sangat berpengaruh dalam dunia bisnis modern. Menurut Nurmansyah (2024) media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi saja, tetapi juga sebagai platform pemasaran yang efektif untuk menjangkau pelanggan secara luas. Dengan adanya perkembangan teknologi digital, banyak usaha kecil dan menengah

yang sukses memanfaatkan media sosial sebagai alat utama dalam strategi pemasaran mereka.

Keterampilan pemasaran digital juga berperan signifikan dalam membangun minat berwirausaha. Dalam era digital, strategi pemasaran yang efektif sangat bergantung pada kemampuan untuk mengoptimalkan berbagai kanal digital, seperti iklan berbayar, optimasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran melalui konten digital. Seperti yang diungkapkan Kungsnorth (2022) Keterampilan Pemasaran Digital adalah kemampuan praktis untuk merancang, mengelola, dan mengoptimalkan kampanye daring melalui berbagai saluran digital seperti situs web, media sosial, mesin pencari, dan perangkat mobile, yang didukung oleh pemikiran analisis dan strategis. Dengan perkembangan teknologi informasi, siswa yang memiliki keterampilan ini lebih mampu bersaing dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis. Selain itu, tren bisnis berbasis digital seperti *e-commerce* dan *dropshipping* semakin membuka peluang bagi siswa untuk menjalankan usaha dengan modal yang relatif kecil namun berpotensi besar. Keterampilan Pemasaran Digital juga meningkatkan persepsi efikasi diri dan daya saing yang berdampak pada minat berwirausaha.

Meskipun faktor tersebut memiliki potensi besar dalam memengaruhi minat berwirausaha siswa, masih terdapat banyak siswa yang kurang tertarik atau ragu untuk memulai usaha mereka sendiri. Fakta di berbagai sekolah, khususnya di SMK Negeri 41 Jakarta, minat siswa untuk terjun ke dunia wirausaha masih tergolong rendah. Banyak siswa yang belum memiliki

ketertarikan untuk mencoba usaha sendiri, baik secara offline maupun online. Hal ini ditunjukkan dari rendahnya partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler kewirausahaan, kurangnya inisiatif dalam mengikuti pelatihan bisnis, serta minimnya siswa yang mencoba memulai bisnis kecil-kecilan secara mandiri, ini menunjukkan adanya masalah pada variabel dependen, yaitu “Minat Berwirausaha” yang belum berkembang optimal, meskipun berbagai fasilitas dan dukungan sudah mulai tersedia.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Dan Keterampilan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha” masih terdapat kesenjangan atau ketidaksesuaian terkait integrasi ketiga variabel tersebut secara bersamaan. Beberapa studi hanya menguji pengaruh satu atau dua variabel secara parsial, misalnya hanya meneliti hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha, atau antara Penggunaan Media Sosial dan Keterampilan Pemasaran Digital. Padahal dalam konteks saat ini sinergi antara ketiga variabel tersebut menjadi sangat penting untuk membentuk minat berwirausaha secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti secara simultan mengenai pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap minat berwirausaha siswa. Maka dari itu perlu adanya upaya yang lebih sistematis dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang mendukung siswa untuk berani mengambil langkah dalam memulai usaha atau bisnis mereka sendiri. Sekolah dan lembaga pendidikan dapat berperan dengan

menyediakan program inkubasi usaha/bisnis, pelatihan kewirausahaan, serta akses terhadap mentor atau narasumber yang dapat membimbing siswa dalam mengembangkan ide usaha atau bisnis mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Keterampilan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 41 Jakarta”. Dengan memahami hubungan antara faktor-faktor ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tepat untuk mendorong semangat kewirausahaan di kalangan siswa.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, penelitian ini meneliti hubungan antara minat berwirausaha sebagai variabel terikat, serta tiga variabel bebas, yaitu pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan keterampilan pemasaran digital. Dengan demikian dapat dirumuskan pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta?
2. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta?
3. Apakah keterampilan pemasaran digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta?

4. Apakah pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan keterampilan pemasaran digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang ada, dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini untuk :

1. Menganalisis pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta.
2. Menganalisis penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta.
3. Menganalisis keterampilan pemasaran digital terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta.
4. Menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan keterampilan pemasaran digital terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 41 Jakarta

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademis dan peneliti lain yang tertarik dengan faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha siswa dan hasil penelitian ini dapat mendukung atau memperkaya teori tentang pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan keterampilan pemasaran digital dalam konteks pendidikan, serta dapat

menjadi acuan bagi studi lebih lanjut yang ingin mengeksplorasi variabel lain yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Siswa

Penelitian ini menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya pengetahuan kewirausahaan dalam berwirausaha. Serta untuk mendorong siswa untuk lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran dan strategis bisnis. Dan memberikan wawasan tentang bagaimana keterampilan pemasaran digital dapat meningkatkan peluang sukses dalam berwirausaha.

### b. Bagi Sekolah dan Lembaga Pendidikan

Penelitian ini bermanfaat bagi sekolah untuk memberikan gambaran atau rekomendasi dalam merancang kurikulum kewirausahaan yang lebih efektif, terutama yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan pemasaran digital. Dan juga dapat mendorong kegiatan sekolah untuk mengadakan pelatihan atau seminar kewirausahaan yang berorientasi pada teknologi dan trend bisnis digital.

### c. Bagi Masyarakat dan Dunia Usaha

Penelitian ini dapat menjadi acuan atau pedoman untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran media sosial dan pemasaran digital dalam mendorong wirausaha muda. Dan dapat juga memberikan peluang bagi dunia usaha untuk berkolaborasi

dengan sekolah dalam program magang atau pelatihan kewirausahaan berbasis digital.

