

**PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN
KELUARGA, DAN FASILITAS *MARKETPLACE FACEBOOK*
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA XI IPS
SMA NEGERI 1 KETAPANG**

(Skripsi)

**Oleh :
Adinda Putri Kariennina**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN FASILITAS *MARKETPLACE FACEBOOK* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA XI IPS SMA NEGERI 1 KETAPANG

Oleh

Adinda Putri Kariennina

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembelajaran kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan fasilitas *marketplace facebook* terhadap minat berwirausaha siswa. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dari penelitian ini adalah siswa kelas XI IPS 1, XI IPS 2, XI IPS 3, dan XI IPS 4 SMA Negeri 1 Ketapang, yang berjumlah 160 siswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 62 siswa dengan teknik pengambilan sampel probabilitas dengan menggunakan sampel acak. Data dikumpulkan melalui angket/kuesioner. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t dan F yang diolah menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa variabel pembelajaran kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan fasilitas *marketplace facebook* memiliki pengaruh baik secara simultan ataupun parsial terhadap minat berwirausaha siswa. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh $F_{hitung} = 84,860$ dan $F_{tabel} = 2,76$ yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan kadar determinasi sebesar 0,814 atau 81,4% dan sisanya 18,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Kata kunci : Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Fasilitas *Marketplace Facebook*, Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP LEARNING, ENVIRONMENT FAMILY, AND THE FACEBOOK MARKETPLACE FACILITIES ON INTEREST IN ENTREPRENEURSHIP STUDENTS XI IPS SMA NEGERI 1 KETAPANG

By

Adinda Putri Kariennina

This study aims to determine whether entrepreneurship learning, parents' socioeconomic status, and the use of tiktok shop media have an influence on students' interest in entrepreneurship. This study used an ex post facto and survey approach. The population of this study were students of class XI IPS 1, XI IPS 2, XI IPS 3, and XI IPS 4 SMA Negeri 1 Ketapang, totaling 160 students. The sample used in this study amounted to 62 students with a probability sampling technique using a random sample. Data is collected through a questionnaire / questionnaire. The hypothesis testing used in this study was the t and F tests which were processed using the SPSS program. The results of this study prove that the variables of entrepreneurship learning, socio-economic status of parents, and the use of tiktok shop media have both a simultaneous and partial influence on students' interest in entrepreneurship. Based on the results of data processing, $F_{count} = 84,860$ and $F_{table} = 2.76$ which means that $F_{count} > F_{table}$ with a determination level of 0.841 or 84.1% and the remaining 18.6% is influenced by other factors outside of this study.

Keywords : *Entrepreneurship Learning, Family Environment, Facebook Market Facilities, Interest in Entrepreneurship.*

**PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN
KELUARGA, DAN FASILITAS *MARKETPLACE FACEBOOK*
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA XI IPS
SMA NEGERI 1 KETAPANG**

(Skripsi)

**Oleh :
Adinda Putri Kariennina**

**Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN KELUARGA DAN FASILITAS MARKETPLACE FACEBOOK TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA XI IPS SMA NEGERI KETAPANG**

Nama Mahasiswa : **Adinda Putri Kariemina**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2013031049**

Program Studi : **Pendidikan Ekonomi**

Jurusan : **Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Drs. Yon Rizal, M.Si.
NIP. 19600818 198603 1 005


Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd.
NIP 19851009 201404 2 002

2. Mengetahui

Ketua Jurusan
Ilmu Pengetahuan Sosial


Dr. Dedy Miswar, S.Si, M.Pd.
NIP 19741108 200501 1 003

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi


Drs. Tedi Rusman, M.Si.
NIP. 19600826 198603 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Drs. Yon Rizal, M.Si.

Sekretaris : Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd.

**Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.**

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

**Dr. Sunyono, M.Si.
NIP. 19651230 199111 1 001**



(Handwritten signatures of the members of the examination team)

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Desember 2023



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, TEKNOLOGI
DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS LAMPUNG**

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedong Meneng - Bandar Lampung 35145

Telepon (0721) 704624, Faximile (0721) 704624

e-mail: fkp@unila.ac.id, laman: <http://fkp.unila.ac.id>

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Putri Kariennina
NPM : 2013031049
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 26 Januari 2024



Adinda Putri Kariennina
2013031049

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Adinda Putri Kariennina biasa disapa dengan Dinda. Penulis dilahirkan di Sri Pendowo, 01 September 2002 sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Solihin dan Ibu Suhermin. Penulis berasal dari Desa Sri Pendowo, Kecamatan Ketapang, Kabupaten Lampung Selatan.

Pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis sebagai berikut:

1. SD Negeri 2 Sri Pendowo, lulus pada tahun 2014.
2. SMP Negeri 1 Ketapang, lulus pada tahun 2017.
3. SMA Negeri 1 Ketapang, lulus pada tahun 2020.
4. Pada tahun 2020, penulis diterima melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung.

Pada tahun 2023, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Cugah, Kecamatan Baradatu, Kabupaten Way Kanan, dan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SMK Negeri 1 Baradatu Kecamatan Baradatu, Kabupaten Way Kanan. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis pernah aktif di organisasi kampus yakni pada organisasi Forkom Prodi (ASSETS) tahun 2022 sebagai anggota bidang Penelitian dan Pengembangan.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis sampai pada tahap ini. Dengan bangga dan rasa syukur penulis mempersembahkan karya kecil ini kepada:

The Spirit Of My Life

Karya ini sepenuhnya penulis persembahkan kepada Bapak, Mamak, Kak Tulus Prasetiawan, serta Mba Miftahul Jannah Ayu Sari yang selalu menjadi alasan untuk terus semangat dan tidak mudah menyerah. Terima kasih atas rasa cinta, kasih sayang, didikan, pengorbanan, kesabaran, serta doa-doa yang senantiasa selalu mengiri perjalananku.

Sahabat Baikku

Terima kasih kepada sahabat-sahabatku yang selalu mendengarkan keluh kesahku, menemaniku baik dikala sedih maupun senang, serta selalu memberikan semangat dan motivasi kepadaku.

Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajarku

Terima kasih Bapak/Ibu atas segala kesabaran, arahan dan bimbingan serta ilmu yang telah diberikan selama ini, terima kasih pahlawan tanpa tanda jasa.

Almamater Tercinta

Universitas lampung

MOTTO

“Ya Allah, lapangkanlah dadaku, mudahkanlah urusanku, dan lepaskanlah kekakuan dari lidahku supaya mereka mengerti perkataanku.”

(QS. Taha ayat 25-28).

“Pada dasarnya sebuah perjuangan akan terasa sangat menggembirakan ketika hasil dari perjuangan tersebut dapat menumbuhkan senyuman pada ayah dan ibu”

(Adinda Putri Kariennina)

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat penulis selesaikan. Skripsi dengan judul “*Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Fasilitas Marketplace Facebook Terhadap Minat Berwirausaha Siswa XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Lampung. Penulis sadar bahwa skripsi ini memiliki berbagai kekurangannya.

Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung, Wakil Rektor, seluruh Pimpinan dan Jajaran Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si. selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Riswandi, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
5. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung.
7. Bapak Tedi Rusman, M.Si. Selaku Plt Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
8. Ibu Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd. selaku dosen pembimbing II Terimakasih Ibu yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk segala masukannya

Ibu, semoga dengan segala kebaikan Ibu, Allah balas dengan pahala yang berlipat ganda, melimpahkan Rahmat, dan diberikan limpahan keberkahan.

9. Bapak Drs. Yon Rizal, M.Si. selaku dosen Pembimbing Akademik dan pembimbing I Terimakasih Bapak telah membimbing dan selalu mengarahkan penulis. Semoga dengan segala kebaikan Bapak, Allah balas dengan pahala yang berlipat ganda, melimpahkan Rahmat, dan diberikan limpahan keberkahan.
10. Ibu Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd. selaku Pembahas dan Penguji Utama. Terimakasih Ibu telah memberikan kritik dan saran pada skripsi penulis ini. Terimakasih atas segala masukan yang telah diberikan untuk menyempurnakan skripsi penulis ini. Semoga segala kebaikan Ibu Tuhan balas dengan pahala yang berlipat ganda, dan dilimpahkan keberkahan oleh Tuhan.
11. Terimakasih kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah membagi ilmunya dengan penulis. Semoga segala kebaikan Bapak dan Ibu Allah balas dengan pahala yang berlipat ganda, melimpahkan Rahmat, dan diberikan limpahan keberkahan.
12. Terimakasih kepada seluruh staf (Pak Fikar), karyawan, satpam, penjaga gedung (Pak Yanto dan Pak Joko), dan yang lainnya khususnya yang berada di lingkungan FKIP Universitas Lampung dan Universitas Lampung yang telah membantu penulis mengenai segala urusan yang berkaitan dengan kegiatan perkuliahan.
13. Terimakasih kepada kepala SMA Negeri 1 Ketapang Ibu Dra. Emy Kristianti dan seluruh jajaran guru beserta staff tata usaha dan keluarga besar SMA Negeri 1 Ketapang.
14. Terimakasih teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Solihin dan Ibu Suhermin yang telah membesarkan, mendidik, serta mendukung penulis hingga penulis mampu menyelesaikan studi strata satu ini. Terimakasih telah memberikan semangat dan selalu mendoakan putrimu dalam setiap sujudnya. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan selama ini, semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, dan kemudahan-Nya kepada Bapak dan Mamak tercinta.

15. Terimakasih kepada saudara tercintaku Kak Tulus Prasetiawan dan Mba Miftahul Jannah Ayu Sari yang telah memberikan semangat dan doa terbaik untuk adik kecilnya.
16. Terimakasih kepada Ifan Imawan sebagai partner teristimewa penulis. Terimakasih atas kontribusinya memberikan semangat serta dukungan yang begitu baik kepada penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dan kemudahan dalam segala hal yang dilalui.
17. Terimakasih kepada teman-teman dekatku Rusunawa Unila Mba Indah Yustika Sari, S.Pd., Mba Novita Sari, S.Sos., dan Mba Fadila Azhari Putri, S.Sos., yang telah mendahuluiku mendapatkan gelar sarjana. Terimakasih atas dukungan dan semangat yang diberikan dengan tulus.
18. Terimakasih kepada sahabat tercintaku Gusti Ayu Nopia Lestari yang selalu menyemangatiku dikala diriku putus asa dalam mengerjakan skripsi ini, semangat untuk kita dalam menggapai cita-cita menjadi CEO.
19. Terimakasih kepada teman-teman seperjuanganku Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 Kelas A khususnya untuk Khotij Daris Febriani, Marsella, Mutiara, Anggun Lestari, Amelia Rahmawati, dkk.
20. Terimakasih Teman-Teman KKN dan PLP Desa Cugah. Terima kasih banyak Fitri, Eka, Hana, Anisa, Puput, Tri Wulan dan Fasya atas segala bantuannya dalam hal menyelesaikan tugas KKN dan PLP.

Karya kecil ini masih jauh dari kata sempurna, karena penulis hanyalah manusia biasa yang mempunyai kelemahan. Semoga Allah memberikan keberkahan, rahmat dan hidayah-Nya atas semua kebaikan-kebaikan yang telah kalian berikan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 21 Oktober 2023

Penulis,

Adinda Putri Kariennina

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| | |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 11 |
| C. Batasan Masalah | 12 |
| D. Rumusan Masalah | 12 |
| E. Tujuan Penelitian..... | 12 |
| F. Manfaat Penelitian..... | 13 |
| G. Ruang Lingkup Penelitian | 13 |
| | |
| II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS | 15 |
| A. Tinjauan Pustaka..... | 15 |
| 1. Minat Berwirausaha | 17 |
| 2. Pembelajaran Kewirausahaan..... | 23 |
| 3. Lingkungan Keluarga | 33 |
| 4. Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> | 38 |
| B. Penelitian Terdahulu | 46 |
| C. Kerangka Pikir | 53 |
| D. Hipotesis | 55 |
| | |
| III. METODE PENELITIAN | 57 |
| A. Jenis Penelitian | 57 |
| B. Teknik Pengumpulan Data | 58 |

| | |
|--|------------|
| C. Populasi dan Sampel..... | 60 |
| D. Variabel Penelitian | 62 |
| E. Definisi Konseptual Variabel..... | 63 |
| F. Definisi Operasional Variabel..... | 64 |
| G. Uji Persyaratan Instrumen | 67 |
| H. Uji Persyaratan Analisis Data..... | 74 |
| I. Uji Asumsi Klasik | 76 |
| J. Pengujian Hipotesis | 80 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 83 |
| A. Deskripsi Lokasi Penelitian | 83 |
| 1. Profil Singkat SMA Negeri 1 Ketapang..... | 83 |
| 2. Visi dan Misi SMA Negeri 1 Ketapang | 84 |
| 3. Sarana dan Prasarana Sekolah | 84 |
| B. Gambaran Umum Penelitian | 85 |
| C. Deskripsi Data Penelitian | 85 |
| D. Uji Persyaratan Analisis Data | 94 |
| E. Uji Asumsi Klasik | 96 |
| F. Pengujian Hipotesis | 99 |
| G. Pembahasan..... | 110 |
| H. Keterbatasan Penelitian..... | 121 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 122 |
| A. Simpulan..... | 122 |
| B. Saran | 122 |
| DAFTAR PUSTAKA | 125 |
| LAMPIRAN | 135 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1. Data Alumni Yang Masuk Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta | 4 |
| Tabel 2. Data Student Alumni Study Tracer | 5 |
| Tabel 3. Hasil Kuesioner Indikator Pembelajaran Kewirausahaan | 8 |
| Tabel 4. Hasil Kuesioner Indikator Lingkungan Keluarga..... | 9 |
| Tabel 5. Hasil Kuesioner Indikator Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> | 10 |
| Tabel 6. Struktur Mata Pelajaran Wajib..... | 28 |
| Tabel 7. Penelitian Terdahulu | 46 |
| Tabel 8. Skor Kuesioner Skala Likert | 59 |
| Tabel 9. Jumlah Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang..... | 60 |
| Tabel 10. Rincian Sampel | 62 |
| Tabel 11. Definisi Operasional Variabel | 66 |
| Tabel 12. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha (Y) | 69 |
| Tabel 13. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1)..... | 69 |
| Tabel 14. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Lingkungan Keluarga (X2) | 70 |
| Tabel 15. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> (X3) | 70 |
| Tabel 16. Nilai Interpretasi Koefisien r..... | 72 |
| Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha (Y) | 72 |
| Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1)..... | 73 |
| Tabel 19. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Lingkungan Keluarga (X2)..... | 73 |
| Tabel 20. (Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> (X3) | 74 |
| Tabel 21. Sarana dan Prasarana SMA Negeri 1 Ketapang..... | 84 |
| Tabel 22. Distribusi Frekuensi Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1)..... | 87 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 23. Kategori Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1) | 88 |
| Tabel 24. Distribusi Frekuensi Variabel Lingkungan Keluarga (X2)..... | 89 |
| Tabel 25. Kategori Variabel Lingkungan Keluarga (X2)..... | 90 |
| Tabel 26. Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> (X3).... | 91 |
| Tabel 27. Kategori Variabel Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> (X3) | 92 |
| Tabel 28. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha (Y)..... | 93 |
| Tabel 29. Kategori Variabel Minat Berwirausaha (Y) | 94 |
| Tabel 30. Hasil Uji Normalitas..... | 94 |
| Tabel 31. Hasil Uji Homogenitas | 95 |
| Tabel 32. Hasil Uji Linearitas | 96 |
| Tabel 33. Hasil Uji Multikolinearitas | 97 |
| Tabel 34. Hasil Uji Autokorelasi..... | 98 |
| Tabel 35. Hasil Uji Heterokedastisitas | 99 |
| Tabel 36. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1) | 100 |
| Tabel 37. Koefisien Regresi Pembelajaran Kewirausahaan (X1) Terhadap Minat Berwirausaha..... | 101 |
| Tabel 38. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Lingkungan (X2) | 102 |
| Tabel 39. Koefisien Regresi Lingkungan Keluarga (X2) Terhadap Minat Berwirausaha..... | 103 |
| Tabel 40. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Fasilitas Marketplace Facebook | 104 |
| Tabel 41. Koefisien Regresi Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> (X3) Terhadap Minat Berwirausaha | 105 |
| Tabel 42. Hasil Uji Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan (X1), Lingkungan Keluarga (X2), dan <i>Fasilitas Marketplace Facebook</i> (X3) | 107 |
| Tabel 43. Koefisien Regresi Pembelajaran Kewirausahaan (X1), Lingkungan Keluarga (X2), dan Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> (X3) | 107 |
| Tabel 44. Tabel ANOVA Uji Hipotesis Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1), Lingkungan Keluarga (X2), Fasilitas <i>Marketplace Facebook</i> (X3) terhadap Minat Berwirausaha (Y)..... | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1. Grafik Data Hasil Sensus Penduduk dan Proyeksi Penduduk..... | 1 |
| Gambar 2. Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 3 |
| Gambar 3. Kerangka Pikir..... | 55 |

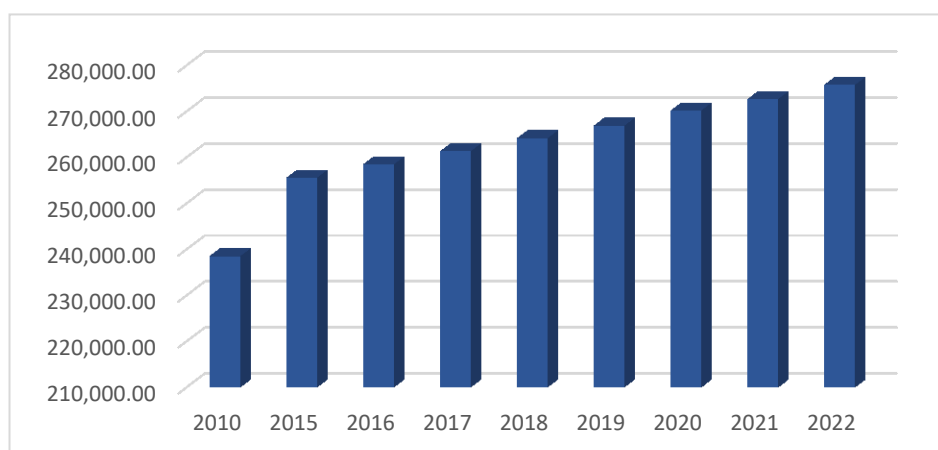
DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1. Kisi-Kisi Angket Penelitian | 135 |
| Lampiran 2. Kuesioner Penelitian | 138 |
| Lampiran 3. Data Hasil Penyebaran Kuesioner..... | 143 |
| Lampiran 3. Uji Validitas | 149 |
| Lampiran 4. Uji Reliabilitas | 154 |
| Lampiran 5. Uji Normalitas..... | 154 |
| Lampiran 6. Uji Homogenitas | 155 |
| Lampiran 7. Uji Linearitas..... | 156 |
| Lampiran 8. Uji Multikolinearitas | 157 |
| Lampiran 9. Uji Autokorelasi | 157 |
| Lampiran 10. Uji Heterokedastisitas | 157 |
| Lampiran 11. Uji Hipotesis..... | 158 |
| Lampiran 12. Surat Izin Penelitian | 161 |
| Lampiran 13. Surat Balasan Izin Penelitian | 162 |
| Lampiran 14. Dokumentasi | 163 |

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah penduduk ini dapat dilihat dari data kependudukan yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia. Sumber data yang digunakan yaitu data hasil sensus penduduk dan proyeksi penduduk. Untuk tahun yang tidak dilaksanakan sensus penduduk, data kependudukan diperoleh dari hasil proyeksi penduduk. Sensus penduduk dilaksanakan di tahun berakhiran 0. Proyeksi penduduk merupakan suatu perhitungan ilmiah yang didasarkan pada asumsi dari komponen-komponen perubahan penduduk, yaitu kelahiran, kematian, dan migrasi. Berikut data jumlah penduduk berdasarkan sumber data hasil sensus penduduk dan proyeksi penduduk.



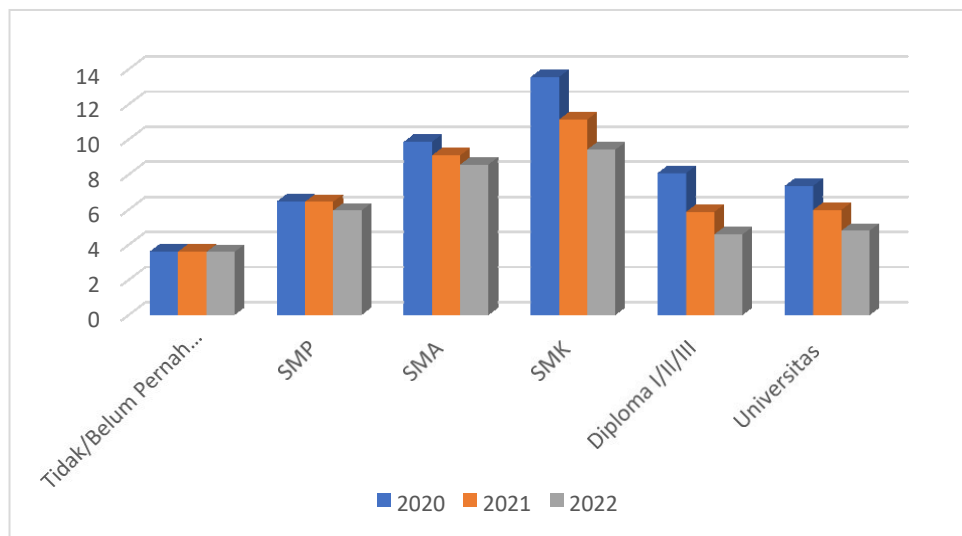
Sumber : www.bps.go.id diakses pada 01 Maret 2023.

Gambar 1. Grafik Data Hasil Sensus Penduduk dan Proyeksi Penduduk

Berdasarkan grafik data jumlah penduduk tersebut dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah penduduk di Indonesia. Jumlah penduduk di Indonesia menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2010-2022 mengalami peningkatan dimana pada tahun 2010 jumlah penduduk Indonesia sebanyak 238.518,8 ribu jiwa dan pada tahun 2022 sebanyak 275.773,8 ribu jiwa. Peningkatan jumlah penduduk Indonesia akan selalu dibarengi dengan meningkatnya jumlah angkatan kerja yang ada. Angkatan kerja berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada Agustus 2022 sebanyak 143,72 juta orang, naik 3,57 juta orang dibanding Agustus 2021. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) naik sebesar 0,83 persen poin. Penduduk yang bekerja sebanyak 135,30 juta orang, naik sebanyak 4,25 juta orang dari Agustus 2021.

Jumlah Angkatan kerja dapat berasal dari lulusan sekolah. Setiap tahun terdapat lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang seharusnya menjadi cikal bakal peningkatan sumber daya manusia. Para lulusan SMA yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi maka akan memilih untuk langsung bekerja. Idealnya para lulusan tersebut dapat langsung bekerja setelah mereka lulus namun pada kenyataannya ada beberapa faktor penghambat untuk mereka mendapatkan pekerjaan. Sektor lapangan pekerjaan yang memiliki kualifikasi berupa minimal Diploma atau Sarjana S-1 dalam penerimaan tenaga kerja membuat para lulusan SMA menjadi faktor penghambat bagi mereka untuk memperoleh pekerjaan. Hal tersebut yang membuat banyak dari mereka menjadi seorang pengangguran setelah lulus masa sekolah. Problematika ini sudah selayaknya memperoleh perhatian yang serius, sebab masalah pengangguran terbuka dan berpendidikan ini berdampak pada merosotnya daya beli masyarakat, serta menurunnya produktivitas masyarakat. Selain itu, meningkatnya pengangguran dapat mempengaruhi kondisi sosial dan politik yang serius, seperti meningkatnya kriminalitas dan gangguan terhadap stabilitas politik negara. Fenomena pengangguran usia muda dan terdidik ini merupakan paradoks bagi negara berkembang seperti Indonesia. Hal ini dapat diartikan bahwa pengangguran bukan hanya

permasalahan ekonomi saja, melainkan juga masalah sosial. Selain itu, jumlah pengangguran juga berdampak pada jumlah pelaksanaan pembangunan nasional. Berikut jumlah tingkat pengangguran terbuka dari tahun 2020-2022 :



Sumber : www.bps.go.id diakses pada 01 Maret 2023.

Gambar 2. Grafik Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa tingkat pengangguran mengalami penurunan di setiap jenjangnya jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah pengangguran memberikan pandangan bahwa Indonesia mampu dalam menyelesaikan masalah pengangguran yang ada selama ini. Maka dari itu perlu adanya pendorong bagi para lulusan pada setiap jenjang pendidikan untuk terus menambah kemampuan mereka untuk bersaing dalam dunia pekerjaan khususnya melalui minat berwirausaha. Kemampuan tersebut dapat digali melalui pembelajaran selama disekolah dan dukungan keluarga terhadap apa yang diminati sejak masih bersekolah. Pertumbuhan makro ekonomi yang relatif kuat selama lebih dari satu dekade telah mampu menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Namun, merupakan tantangan yang sangat besar bagi pemerintah Indonesia untuk mendorong penciptaan lapangan kerja baru, sehingga pasar kerja dapat menampung semakin banyaknya pencari kerja setiap tahunnya. Pengangguran kaum muda,

khususnya di kalangan mereka yang baru saja lulus dari sekolah menengah atas dan perguruan tinggi, merupakan kekhawatiran utama dan memerlukan tindakan segera. Terlebih lagi tentunya setiap daerah akan berbeda-beda tingkat pengangguran yang ada, hal ini perlu dicermati sebagai bahan evaluasi pemerintah dalam menyelesaikan masalah pengangguran.

SMA Negeri 1 Ketapang merupakan salah satu sekolah negeri di wilayah Lampung Selatan yang sudah cukup mampu dalam menciptakan lulusan terbaik di wilayah Lampung Selatan. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan wakil kepala bidang kesiswaan Bapak Suparman, S.Pd. didapatkan informasi bahwa masih rendahnya para lulusan SMA Negeri 1 Ketapang yang masuk perguruan tinggi negeri maupun swasta. Berikut data jumlah alumni yang masuk perguruan tinggi negeri maupun swasta.

Tabel 1. Data Alumni Yang Masuk Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta

| No | Tahun Pelajaran | Data Yang Diterima Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta (Siswa) | |
|----|-----------------|--|--------------------|
| | | Universitas Negeri | Universitas Swasta |
| 1 | 2019/2020 | 2 | 5 |
| 2 | 2020/2021 | 7 | 15 |
| 3 | 2021/2022 | 10 | 20 |
| 4 | 2022/2023 | 5 | 17 |
| 5 | 2023/2024 | 3 | 10 |

Sumber : Data Kesiswaaan 2023.

Berdasarkan tabel diatas rendahnya para lulusan SMA Negeri 1 Ketapang yang berhasil masuk perguruan tinggi negeri maupun swasta menyebabkan para lulusan tersebut akan lebih memilih untuk mencari pekerjaan setelah lulus. Sulitnya mencari pekerjaan tentu akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pengangguran pada para lulusan tersebut. Jumlah lulusan SMA/SMK/MA Sederajat maupun Sarjana yang tidak diimbangi dengan jumlah lapangan pekerjaan yang ada tentu akan meningkatkan jumlah pengangguran yang ada di Indonesia. Rendahnya minat para lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dalam berwirausaha dan menciptakan lapangan

pekerjaan sendiri menjadi salah satu faktor penghambat bagi mereka untuk mendapatkan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan setelah lulus. Berikut data *student alumni tracer study* SMA Negeri 1 Ketapang tahun 2023 :

Tabel 2. Data *Student Alumni Tracer Study* SMA Negeri 1 Ketapang

| No | Tahun Lulusan | Presentase Pekerjaan Alumni | | | |
|----|---------------|-----------------------------|-----------|---------|---------------------|
| | | Mahasiswa | Wirausaha | Bekerja | Belum/Tidak Bekerja |
| 1. | 2019 | 15,3% | 12,6% | 66,4% | 5,7% |
| 2. | 2020 | 33,3% | 10,6% | 53,2% | 2,9% |
| 3. | 2021 | 27,4% | 15,3% | 47,8% | 9,5% |
| 4. | 2022 | 26,2% | 11,5% | 43,5% | 18,8% |
| 5. | 2023 | 19,5% | 5,5% | 32,3% | 42,7% |

Sumber : Data *Tracer Study* 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap tahunnya jumlah alumni yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi semakin menurun, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya pengetahuan tentang perguruan tinggi, latarbelakang ekonomi keluarga, dan kurangnya minat siswa untuk menuntut ilmu pengetahuan lebih jauh. Data diatas juga menunjukkan bahwa jumlah lulusan yang menjadi wirausaha semakin menurun, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya pengetahuan dasar terkait kemandirin dan wirausaha sehingga mengurangi minat mereka dalam berwirausaha. Kemudian data selanjutnya terkait jumlah alumni yang sudah bekerja, diketahui bahwa pekerjaan yang mereka ampu masih dalam lingkup pekerjaan sebagai karyawan pabrik, buruh tani, dan bekerja pada perusahaan retail. Data terakhir menunjukkan bahwa masih banyak alumni dari 5 tahun angkatan terakhir yang belum/tidak bekerja dikarenakan jumlah angkatan kerja yang tidak dibarengi dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia, hal ini juga disebabkan oleh mereka para lulusan yang belum/tidak memiliki keahlian khusus dalam bekerja atau mereka yang tidak masuk dalam kualifikasi lowongan pekerjaan yang ada. Padahal kesulitan mendapatkan pekerjaan dapat diatas dengan berwirausaha namun karena masih kurangnya minat mereka dalam berwirausaha sehingga ketika lulus mereka cenderung sulit untuk bisa langsung bekerja. Padahal pada saat mereka masih

bersekolah pembelajaran kewirausahaan seharusnya dapat menunjang pengetahuan dan keterampilan mereka dalam berwirausaha.

Pembelajaran yang diberikan harus mampu membawa energi positif kepada siswa untuk dapat meningkatkan ilmu pengetahuan yang ada. Pembelajaran mengandung pengertian sebagai tempat terjadinya perubahan persepsi dan perilaku, termasuk dalam meningkatkan kecerdasan akal dan perubahan perilaku yang positif (Oemar, 2010). Pembelajaran kewirausahaan adalah salah satu disiplin ilmu pendidikan yang memiliki komitmen untuk mempromosikan secara kreatif dan berpikir *cross-functional* melalui pendekatan holistik dan integratif terhadap pencapaian tujuan pembelajaran kewirausahaan tersebut. Lebih dari itu, pembelajaran kewirausahaan diarahkan pada individu dari berbagai bidang disiplin: ilmuwan, teknologi perencana spesialis, para profesional dalam industri kreatif. Sejak siswaduduk di sekolah dasar, mata pelajaran kewirausahaan harus menjadi disiplin ilmu yang diajarkan di sekolah (Kurniati dan Edy, 2015). Pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu menanamkan aspek kewirausahaan dalam pembekalan kompetensi anak didik (Baktiningsih, dkk, 2021). Pendidikan dan pembelajaran kewirausahaan memberikan arahan positif kepada para siswa untuk menambah nilai pendidikan dan minat berwirausaha bagi mereka selama menempuh pendidikan terutama di Sekolah Menengah Atas (SMA).

Mendefinisikan tentang minat, minat merupakan ketertarikan seseorang pada suatu hal yang menarik dan berkaitan dengan seseorang tersebut, kemudian ketertarikan tersebut diikuti dengan keinginan untuk mempelajari lebih lanjut. Minat seseorang tidak muncul dengan sendirinya, namun akan melewati beberapa proses (Puspita, 2017). Jadi minat adalah suatu keinginan, kemauan serta kecenderungan hati dan pikiran terhadap suatu hal karena hal tersebut menarik dan mampu memberikan kaitan positif terhadap orang tersebut. Melalui minat, seseorang dapat menambah nilai pengetahuan serta mengembangkan kegiatan positif seperti minat dalam berwirausaha. Minat berwirausaha berkembang karena adanya kebutuhan untuk mengaplikasikan secara langsung apa yang telah di pelajari dari berbagai

informasi. Keinginan untuk terlibat dalam kegiatan bisnis dan kesenangan dalam melakukannya merupakan faktor lain yang berkontribusi terhadap minat berwirausaha (Alma, 2017). Wirausaha dapat dilakukan dengan cara menjalankan usaha atau bisnis dan memanfaatkan peluang- peluang bisnis baru secara inovatif. Minat berwirausaha ini dapat dikembangkan dan dipupuk keberadaanya.

Adapun beberapa faktor yang memengaruhi minat berwirausaha menurut Bygrave (dalam Alma, 2017) yaitu :

- 1) Faktor pribadi (*Personal*) merupakan faktor yang berkaitan dengan aspekkepribadian seseorang yaitu :
 - a) Rasa ketidakpuasan dengan sesuatu yang dimiliki.
 - b) Pemikiran yang kritis, kreatif, dan inovatif.
 - c) Keberanian menanggung risiko dan rasa tanggung jawab yang tinggi.
 - d) Dan komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis.
 - e) Keinginan untuk sukses dalam berbisnis.
- 2) Faktor lingkungan (*Environment*), yaitu faktor yang berkaitan denganlingkungan fisik meliputi:
 - a) Persaingan dalam dunia kehidupan.
 - b) Sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan bisnis, misalnya memiliki tabungan, modal, warisan, memiliki bangunan yang lokasinya strategis dan sebagainya.
 - c) Mengikuti latihan-latihan mengenai kiat-kiat menjadi seorang wirausaha yang sukses.
 - d) Kebijakan pemerintah yang mendukung kegiatan bisnis, misalnya kemudahan-kemudahan dalam mendapatkan lokasi untuk mendirikan usaha ataupun fasilitas kredit dengan bunga yang tidak terlalu tinggi dan sebagainya.
- 3) Faktor sosial (*Sosiological*), yaitu faktor yang berkaitan dengan hubungan dalam keluarga dan sebagainya, yang meliputi:
 - a) Keberadaan hubungan-hubungan atau relasi bagi orang lain.
 - b) Keberadaan tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha.
 - c) Dorongan dari orang tua untuk membuka usaha.
 - d) Bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan.
 - e) Pengalaman bisnis sebelumnya.

Berwirausaha dapat dimulai kapanpun dan oleh siapapun baik dari berbagai kalangan. Berwirausaha merupakan salah satu cara dalam memperbaiki kualitas kehidupan, hal ini karena dengan berwirausaha seseorang mendapat nilai tambah dalam dirinya, memenuhi kebutuhan ekonomi pribadi serta mampu meningkatkan

kreatifitas dan inovasi dalam dunia pekerja sehingga mampu membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain sehingga minat berwirausaha penting ada dalam diri siswa. Minat berwirausaha dapat diartikan sebagai ketertarikan atau perasaan suka pada kegiatan bisnis meskipun pada dasarnya bisnis membutuhkan keberanian dalam mengambil resiko untuk memperoleh keuntungan. Minat berwirausaha timbul karena dorongan untuk mempraktikan serta mengimplementasikan apa yang telah dipelajari dan informasi yang di dapat (Syaifudin, 2017).

SMA Negeri 1 Ketapang memiliki jumlah peserta didik sebanyak 688 siswa. Pembelajaran kewirausahaan seharusnya telah dengan baik diberikan oleh guru kepada peserta didik. Pembelajaran yang secara langsung memberikan dampak positif terhadap peserta didik salah satunya pada minat berwirausaha. Berikut ini hasil pra riset yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara acak kepada 35 Siswa Kelas XI IPS terkait dengan minat berwirausaha siswa SMA Negeri 1 Ketapang sebagai indikator pembelajaran kewirausahaan.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Indikator Pembelajaran Kewirausahaan

| No | Pertanyaan | Jawaban | | Presentase | |
|----|---|---------|-------|------------|-------|
| | | Ya | Tidak | Ya | Tidak |
| 1. | Apakah anda sudah memahami materi pembelajaran kewirausahaan yang telah dipelajari disekolah? | 6 | 29 | 16% | 84% |
| 2. | Apakah menurut anda media pembelajaran kewirausahaan sudah diberikan dengan baik disekolah? | 7 | 28 | 22% | 78% |

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian 2023.

Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian diatas dapat diketahui sebanyak 16% (6 siswa) sudah memahami materi pembelajaran kewirausahaan dan sebanyak 84% (29 siswa) tidak memahami materi pembelajaran kewirausahaan. Kemudian diketahui 22% (7 siswa) merasa media pembelajaran kewirausahaan sudah diterapkan dengan baik dan sebanyak 78% (28 siswa) merasa media pembelajaran kewirausahaan belum diterapkan dengan baik. Berdasarkan data tersebut dapat

dilihat bahwa pembelajaran kewirausahaan masih belum memberikan kecenderungan terhadap minat berwirausaha siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang. Variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi minat berwirausaha siswa adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga yang harmonis dan mendukung setiap kegiatan anak tentu akan mempengaruhi peningkatan efektifitas kegiatan positif anak diluar rumah termasuk dalam berwirausaha. Sebaliknya, lingkungan keluarga yang tidak aman dan tidak mendukung setiap kegiatan positif anak tentu akan mempengaruhi minat berwirausaha siswa. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama bagi setiap orang dalam kehidupannya. Karena menjadi seorang wirausaha tidak dapat lepas dari dukungan orang tua atau keluarganya. Dukungan dan pengaruh dari keluarga mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap besar kecilnya minat berwirausaha anak (Sintya, 2019).

Berikut merupakan data hasil pra penelitian yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara acak terhadap 35 Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang terkait dengan minat berwirausaha siswa indikator Lingkungan Keluarga.

Tabel 4. Hasil Kuesioner Indikator Lingkungan Keluarga

| No | Pertanyaan | Jawaban | | Presentase | |
|----|--|---------|-------|------------|-------|
| | | Ya | Tidak | Ya | Tidak |
| 1. | Apakah anda mendapatkan pengarahan dari keluarga untuk berwirausaha? | 6 | 29 | 16% | 84% |
| 2. | Apakah anda mendapatkan dukungan positif dari keluarga untuk berwirausaha? | 8 | 27 | 24% | 76% |

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian 2023.

Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian diatas dapat diketahui sebanyak 16% (11 siswa) mendapatkan pengarahan dari keluarga untuk berwirausaha dan sebanyak 84% (29 siswa) tidak mendapatkan pengarahan dari keluarga untuk berwirausaha. Kemudian diketahui sebanyak 24% (8 siswa) mendapatkan dukungan positif untuk dapat berwirausaha dan sebanyak 76% (27 siswa) tidak mendapatkan dukungan positif dari keluarga untuk dapat berwirausaha. Hal

tersebut disebabkan karena rata-rata para orangtua menginginkan anaknya dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi atau jika tidak dapat melanjutkan pendidikan setelah lulus, mereka dapat langsung bekerja. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa lingkungan keluarga masih belum memberikan dorongan positif terhadap minat berwirausaha siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang.

Variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi minat berwirausaha siswa. Faktor instrinsik yang dapat membangun minat berwirausaha siswa adalah pemanfaatan media sosial. Media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan yaitu *Facebook*. *Facebook* memiliki banyak sekali fitur-fitur selain sebagai alat komunikasi dan berinteraksi antar manusia. Fitur tersebut yaitu adanya *marketplace facebook*.

Berikut merupakan data hasil pra penelitian yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara acak terhadap 35 Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang terkait dengan minat berwirausaha siswa indikator fasilitas *marketplace facebook*.

Tabel 5. Hasil Kuesioner Indikator Fasilitas *Marketplace Facebook*

| No | Pertanyaan | Jawaban | | Presentase | |
|----|--|---------|-------|------------|-------|
| | | Ya | Tidak | Ya | Tidak |
| 1. | Apakah anda mengetahui tentang penggunaan fitur <i>marketplace facebook</i> ? | 24 | 11 | 68% | 32% |
| 2. | Apakah dengan adanya <i>marketplace facebook</i> anda tertarik untuk dapat berwirausaha? | 8 | 27 | 24% | 76% |

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian 2023.

Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian diatas dapat diketahui bahwa 68% (24 siswa) sudah mengetahui tentang penggunaan fitur *marketplace facebook* dan 32% (11 siswa) tidak mengetahui tentang penggunaan fitur *marketplace facebook*. Kemudian diketahui sebanyak 36% (8 siswa) tertarik untuk dapat berwirausaha melalui *marketplace facebook* 64% (27 siswa) tidak tertarik untuk dapat

berwirausaha melalui *marketplace facebook*. Berdasarkan pada keterangan diatas, dapat dilihat bahwa *marketplace facebook* masih belum dapat memberikan kecenderungan terhadap minat berwirausaha siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang.

Minat berwirausaha dapat berdampak pada setiap kalangan Melalui pembelajaran kewirausahaan, siswa dapat meningkatkan pengetahuan mengenai wirausaha dan menimbulkan minat serta merubah pola pikir (*mindset*) pada siswa dimana setelah menempuh pendidikan, siswa tidak lagi mencari pekerjaan melainkan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Minat berwirausaha juga dapat muncul karena adanya pengetahuan tentang wirausaha dan dilanjutkan dengan ikut berpartisipasi dalam memperoleh pengalamann kewirausahaan yang pada akhirnya menimbulkan minat untuk berwirausaha. Berdasarkan uraian yang telah di paparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha Siswa”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dapat diidentifikasi permasalahan, antara lain :

- 1) Peningkatan jumlah penduduk yang terus dibarengi dengan meningkatnya jumlah angkatan kerja.
- 2) Peningkatan jumlah angkatan kerja yang tidak dibarengi dengan kualifikasi lapangan pekerjaan yang telah ditetapkan.
- 3) Rendahnya lulusan SMA Negeri 1 Ketapang yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dengan lebih memilih untuk bekerja.
- 4) Sebagian besar siswa belum mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka untuk berwirausaha.
- 5) Sebagian besar siswa masih menganggap bahwa pembelajaran kewirausahaan masih belum menumbuhkan minat untu berwirausaha.
- 6) Lingkungan keluarga yang belum mendukung dianggap mempengaruhi

minat berwirausaha siswa.

- 7) Kurangnya pemanfaatan fasilitas marketplace facebook secara optimal dianggap mengurangi minat berwirausaha siswa.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini hanya pada kajian pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan (X_1), Lingkungan Keluarga (X_2), dan Fasilitas *Marketplace Facebook* (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada Siswa.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dijadikan sebagai fokus penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa ?
2. Apakah ada pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa ?
3. Apakah ada pengaruh Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa ?
4. Apakah ada pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Apakah ada pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa.
2. Untuk mengetahui Apakah ada pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa.
3. Untuk mengetahui Apakah ada pengaruh Penggunaan *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa.

4. Untuk mengetahui Apakah ada Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait, baik secara teoritis maupun praktis yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan sumbangan pengetahuan mengenai pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa.
 - b. Menjadi referensi ilmiah bagi peneliti lain dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan kewirausahaan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi mahasiswa, yaitu untuk kepentingan ilmiah dan referensi kepustakaan mahasiswa khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang berkaitan kewirausahaan
 - b. Bagi peneliti, yaitu sebagai sumber referensi dan bahan kajian ilmiah guna memperluas pengetahuan dan analisa mengenai faktor yang mempengaruhi minat usaha dan cara meningkatkan minat wirausaha.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek Penelitian
Objek penelitian pada penelitian ini yaitu Pembelajaran Kewirausahaan (X_1), Lingkungan Keluarga (X_2), dan Fasilitas *Marketplace Facebook* (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada Siswa.
2. Subjek Penelitian
Subjek penelitian ini adalah siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1

Ketapang.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Ketapang, Desa Sri Pendowo, Kecamatan Ketapang, Kabupaten Lampung Selatan.

4. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun ajaran 2023/2024

5. Disiplin Ilmu

Disiplin keilmuan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah pembelajaran kewirausahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Wirausaha

Wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang dan berani menghadapi resiko dalam menjalankan suatu usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungana atau laba. Seorang wirausaha dituntut memiliki sifat kreatif dan inovatif (Syaifudin, 2017). Karena itulah wirausahawan disebut sebagai seseorang yang mampu mengembangkan ide dan produk baru dalam membangun bisnis. Wirausaha akan menuntut inovasi dan kreativitas serta kemampuan melihat pola dan trend dalam perilaku bisnis. Wirausahawan akan berhasil jika ia memiliki kepribadian yang unggul yang membedakan dirinya dengan orang lain.

Menurut Zimmerer (dalam Rifai & Sucihatningsih, 2016) jiwa wirausaha pada diri seseorang dapat tumbuh tatkala seseorang memiliki minat pada bidang wirausaha. Minat tersebut dapat dilihat dari sifat-sifat yang ada pada diri seseorang yang menurut Mulyadi (dalam Purnomo, dkk. 2020) meliputi sebagai berikut:

- 1) Percaya diri, merupakan sikap dan keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap kemampuannya dalam melakukan dan menyelesaikan tugasnya.

- 2) Berorientasi pada tugas dan hasil
Pola pikir yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah kemampuan memprioritaskan tugas dan hasil.
- 3) Keberanian mengambil risiko
Salah satu karakteristik inti seorang wirausaha adalah kapasitas dan kemauan mengambil risiko.
- 4) Kepemimpinan
Pelopor, teladan, tampil beda, dan mampu berpikir secara divergen dan konvergen merupakan ciri-ciri kepemimpinan wirausaha.
- 5) Keorisinilan
Jiwa kewirausahaan yang baik adalah kemampuan menggunakan imajinasi dan penemuan untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan kemungkinan yang muncul sehari-hari.
- 6) Berorientasi ke masa depan
Perspektif yang fokus pada masa depan selalu mencari peluang, sabar, dan berpandangan jauh ke depan.

Berdasarkan definisi yang diberikan di atas, wirausaha adalah seseorang yang mempunyai kemampuan memanfaatkan segala kemungkinan dan bersedia mengambil risiko yang diperhitungkan dalam menjalankan suatu usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan. Seorang wirausaha harus imajinatif dan inventif. Melalui pemikiran yang kreatif dan inovatif seseorang dapat menemukan sesuatu hal yang baru dan mengolah hal tersebut menjadi lebih bernilai. Maka perlu dan penting seseorang mengenal dunia kewirausahaan.

Kewirausahaan adalah sikap, semangat, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan keuntungan yang lebih besar. Menurut Kusnadi (2020) Kewirausahaan merupakan sikap, mental dan jiwa yang selalu aktif dan kreatif, berdaya, bercrepta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha untuk meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai tambah dengan jalan mengombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa baru yang lebih efisien, memperbaiki produk

dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. Minat Berwirausaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia minat memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat merupakan dorongan dalam setiap diri individu dalam melakukan sesuatu. Menurut Slameto (2010) minat adalah rasa suka dan ketertarikan pada sesuatu tanpa ada perintah. Mutmainah (dalam Agusmiati, 2018) mengatakan bahwa minat berwirausaha merupakan motivasi untuk menjalankan suatu bisnis. Minat berwirausaha meliputi perasaan suka dan tertarik pada aktivitas bisnis yang membutuhkan keberanian mengambil resiko agar mendapatkan keuntungan. Minat berwirausaha timbul untuk karena dorongan mengimplementasikan secara langsung yang dipelajari dari pengetahuan dan informasi yang didapat. Syaifudin (2017) juga mengatakan bahwa seseorang yang memiliki minat pada sesuatu, maka kesenangan tersebut akan membuat dirinya bahagia saat melakukan aktivitas tersebut.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Menurut Nasution (2022) Mereka berusaha menggunakan peluang yang ada untuk dijadikan usaha dengan bekal tekad, kemauan yang kuat dan berani untuk mengambil resiko dan menghadapi segala tantangan. Seorang wirausahawan harus kreatif dan inovatif.

Minat berwirausaha dapat tumbuh jika minat tersebut dipupuk dan dikembangkan sejak kecil. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat wirausaha siswa. Menurut Indarti (dalam Farida & Nurkhin, 2016) mengatakan bahwa terdapat tiga faktor penentu minat berwirausaha yaitu pertama faktor kepribadian meliputi kebutuhan akan prestasi dan efikasi diri (*self efficacy*), kedua faktor lingkungan meliputi elemen kontekstual: akses

kepada modal, informasi dan jaringan sosial dan ketiga faktor demografis meliputi gender, umur, latar belakang pendidikan dan pengalaman bekerja.

Berdasarkan pendapat di atas diketahui bahwa minat adalah keinginan atau motivasi yang tinggi yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan yang cenderung disukai. Dengan berbagai cara, ide, kreatifitas dan rasa senang yang dilakukan guna untuk mencapai tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan atau yang diminati, dimana semuanya berjalan dengan proses sebagai pengalaman belajar. Minat yang akan diteliti pada penelitian ini mengacu pada minat berwirausaha. Maka dari itu, besar kecilnya minat seseorang mengenai kewirausahaan akan berpengaruh pada keinginan untuk mendalami segala sesuatu yang berkaitan dengan kewirausahaan.

Definisi umum dari minat berwirausaha adalah keinginan untuk meluncurkan perusahaan sendiri, yang selalu dimotivasi oleh harapan akan keuntungan finansial. Minat berwirausaha bukanlah bawaan; melainkan berkembang dan tumbuh tergantung pada kondisi yang mempengaruhinya (Dorahman, 2020). Seseorang yang memiliki minat berwirausaha adalah seseorang yang termotivasi untuk bekerja keras memenuhi kebutuhannya tanpa takut akan risiko yang mungkin timbul, yang dapat menerima tantangan, yang percaya diri, kreatif, dan inovatif, serta memiliki kapasitas untuk melakukannya. (Nurfitriana, 2019).

Minat pada hakikatnya adalah penerimaan terhadap suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri, karena minat merupakan emosi ketertarikan terhadap suatu barang atau kegiatan tanpa menunggu instruksi (Alfazani, 2021). Dorahman (2020) menegaskan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kegiatan dinamis yang bertujuan untuk meningkatkan kekayaan. Kekayaan ini dihasilkan oleh orang-orang yang mengambil risiko finansial, waktu, dan profesional yang signifikan atau memberi nilai tambah pada barang dan jasa tertentu.

Setelah mengetahui apa arti dan minat berwirausaha, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa minat berwirausaha adalah perasaan suka dan tertarik

terhadap kegiatan usaha yang menuntut keberanian dalam mengambil resiko untuk menghasilkan uang. Kewirausahaan menarik karena memungkinkan seseorang untuk segera menunjukkan manfaat pengetahuan dan informasi. Selain itu, kegembiraan dan keinginan untuk melakukan kegiatan usaha menjadi faktor lain yang berkontribusi terhadap minat berwirausaha (Alma, et al. 2016). Menjalankan perusahaan Anda sendiri atau memanfaatkan peluang pasar untuk meluncurkan usaha baru dengan strategi kreatif adalah contoh kewirausahaan. Minat kewirausahaan dapat dipupuk dan dikembangkan, bukan sekedar hadir secara bawaan.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Aghniya & Subroto (2021) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu pengaruh pendidikan kewirausahaan, pengaruh ekspektasi pada penghasilan atau pendapatan dan modal usaha yang dibutuhkan. Sedangkan menurut hasil penelitian (Primandaru, 2017) menyatakan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu, *internal locus of control*, *social support* dan *need for achievement*. Hal ini dinyatakan juga oleh peneliti sebelumnya Mulyana & Puspitasari (2014) yang menyatakan bahwa faktor minat berwirausaha adalah kepribadian dan lingkungan, motif berprestasi dan efikasi diri, kepemilikan jejaring social yang pengaruhnya tidak langsung melalui variabel lingkungan, akses modal dan pengembangan pembelajaran kewirausahaan. Chengalvala & Rentala (2017) pula mengidentifikasi tiga faktor yang menghambat niat mahasiswa untuk memulai kewirausahaan sosial yaitu ketakutan akan risiko, kurangnya dukungan finansial dan moral, dan kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan sosial. Selain dari pendapat tersebut, ada beberapa pendapat lain terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, diantaranya yaitu :

Faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha menurut Bygrave (dalam Alma, 2016) yaitu :

- 1) Faktor pribadi (*Personal*) merupakan faktor yang berkaitan dengan aspek kepribadian seseorang yaitu :
 - a) Rasa ketidakpuasan dengan sesuatu yang dimiliki.
 - b) Pemikiran yang kritis, kreatif, dan inovatif.
 - c) Keberanian menanggung risiko dan rasa tanggung jawab yang tinggi.
 - d) Dan komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis.
 - e) Keinginan untuk sukses dalam berbisnis.

- 2) Faktor lingkungan (*Environment*), yaitu faktor yang berkaitan dengan lingkungan fisik meliputi :
 - a) Persaingan dalam dunia kehidupan.
 - b) Sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan bisnis, misalnya memiliki tabungan, modal, warisan, memiliki bangunan yang lokasinya strategis dan sebagainya.
 - c) Mengikuti latihan-latihan mengenai kiat-kiat menjadi seorang wirausaha yang sukses.
 - d) Kebijakan pemerintah yang mendukung kegiatan bisnis, misalnya kemudahan-kemudahan dalam mendapatkan lokasi untuk mendirikan usaha ataupun fasilitas kredit dengan bunga yang tidak terlalu tinggi dan sebagainya.

- 3) Faktor sosial (*Sociological*), yaitu faktor yang berkaitan dengan hubungan dalam keluarga dan sebagainya, yang meliputi:
 - a) Keberadaan hubungan-hubungan atau relasi bagi orang lain.
 - b) Keberadaan tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha.
 - c) Dorongan dari orang tua untuk membuka usaha.
 - d) Bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan.
 - e) Pengalaman bisnis sebelumnya.

Menurut Soraya (2015) faktor yang menimbulkan minat, yaitu;

- 1) Faktor dari dalam
Faktor yang dapat timbul dipengaruhi oleh kebutuhan, berupa kebutuhan jasmani maupun rohani.
- 2) Faktor motif sosial
Hadirnya minat dalam diri seseorang yang didorong oleh motif sosial seperti, pengakuan, penghargaan yang diperoleh dari lingkungan sekitar.
- 3) Faktor emosional
Merupakan faktor yang ada dalam diri seseorang dipengaruhi oleh emosional berupa perhatian seseorang terhadap suatu objek atau kegiatan yang dipandangnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut (Amanda, 2021) antara lain:

- 1) Faktor internal merujuk pada faktor-faktor yang memicu minat dan datang dari dalam diri seseorang. Hal ini termasuk perhatian yang terfokus, rasa ingin tahu, motivasi, dan kebutuhan yang dimiliki oleh individu.
- 2) Faktor eksternal, merujuk pada faktor-faktor yang memicu minat dan datang dari luar diri seseorang. Seperti adanya dukungan dari keluarga atau teman, ketersediaan fasilitas dan sarana yang dibutuhkan, dan situasi atau kondisi yang mempengaruhi minat individu.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas hal yang mempengaruhi minat seseorang terdiri dari, faktor internal dan faktor eksternal. Selain itu faktor dari dalam berupa kebutuhan jasmani dan rohani, serta motif sosial dan emosional turut mempengaruhi timbulnya minat. Faktor-faktor tersebut lah yang dinilai dapat mendorong seseorang untuk mulai mengenal dan mempelajari dan bahkan menjalankan dunia wirausaha.

b. Indikator Minat Berwirausaha

Memasuki dunia wirausaha, pastinya akan ada hal yang menjadi alasan seseorang dikatakan tertarik atau terlibat akan dunia wirausaha. Hal-hal tersebut yang menjadi indikator tercapainya sesuatu kompetensi secara detail dan spesifik akan dunia wirausaha. Berikut adalah beberapa pendapat dari ahli terkait indikator-indikator minat berwirausaha :

Penadapat pertama terkait minat berwirausaha menurut Hamsun, dkk (2019) indikator minat berwirausaha meliputi:

- 1) Perasaan senang dengan dunia wirausaha.
Seseorang yang menemukan kesenangan dalam aktivitas komersial lebih mungkin untuk belajar tentang bisnis tanpa merasa dipaksa.
- 2) Perasaan tertarik berwirausaha.
Berhubungan dengan motivasi yang memacu minat seseorang terhadap usaha atau dengan reaksi afektif terhadap kegiatan wirausaha itu sendiri.
- 3) Perhatian.
Aktifitas atau pemusatan jiwa pada suatu pengamatan dan pemahaman disebut dengan perhatian. Seseorang yang tertarik pada suatu kegiatan usaha tertentu secara tidak sengaja akan menginspirasinya untuk ingin memulai usaha sendiri.

- 4) Keterlibatan untuk berwirausaha.
Untuk menjamin kelancaran operasional perusahaan, dilakukan upaya dalam menjalankan operasional bisnis, memahami permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan wirausaha, dan senantiasa mengkaji kemajuan di bidang kewirausahaan.

Minat berwirausaha pada seseorang dapat dilihat dari berbagai indikator-indikator yang saling terhubung didalamnya, seperti yang dikemukakan oleh Alma (dalam Zulkifli dan Meifiani, 2021) indikator minat berwirausaha dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Percaya diri
Merupakan kepercayaan diri yang dimiliki seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya.
- 2) Berorientasi pada tugas dan hasil
Adalah seseorang yang mengutamakan prestasi yang dimilikinya.
- 3) Berani mengambil resiko
Seorang wirausaha harus mampu menghadapi segala tantangan dan resiko yang akan dihadapi dalam proses berwirausaha.

Pendapat terbaru dalam penelitian Alma dalam Meifiani (2021), terdapat penambahan beberapa indikator seseorang dikatakan minat berwirausaha, sebagai berikut:

- 1) Percaya diri
- 2) Berorientasi pada tugas dan hasil
- 3) Pengambilan resiko
- 4) Kepemimpinan
- 5) Berorientasi ke masa depan

Pendapat lain terkait minat berwirausaha menurut Harun dalam Sa'adah & Mahmud (2019), indikator-indikator lain yang ada dalam minat berwirausaha yaitu, sebagai berikut:

- 1) Membuat pilihan aktivitas
- 2) Merasa tertarik untuk berwirausaha
- 3) Merasa senang akan berwirausaha
- 4) Keberanian mengambil resiko

Berdasarkan pendapat dari para ahli diatas indikator-indikator yang mempengaruhi dan mendorong minat berwirausaha adalah ketertarikan terhadap dunia wirausaha, keterlibatan seseorang dalam berwirausaha, keberanian dalam mengambil resiko, dan merasa senang akan berwirausaha. Pemenuhan terhadap indikator-indikator minat berwirausaha dapat menjadi dasar pengukuran dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar minat berwirausaha dapat tercapai secara detail dan spesifik.

3. Pembelajaran Kewirausahaan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa pendidikan berasal dari kata dasar didik (mendidik), yaitu: memelihara dan memberi latihan (ajaran, pimpinan) mengenai akhlak dan kecerdasan pikiran. Sedangkan pendidikan mempunyai pengertian: proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan latihan, proses perbuatan, cara mendidik. Menurut Rifai dan Sucihatningsih (2016), pendidikan adalah suatu proses yang mencakup berbagai kegiatan yang sesuai dengan kehidupan sosial masyarakat dan membantu mewariskan pranata sosial seperti adat dan budaya. Potensi kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak yang tinggi, dan kemampuan yang dibutuhkan dirinya dan masyarakat dikembangkan secara aktif dalam diri siswa (Pristiwanti et al., 2022). Proses pembentukan lingkungan belajar dan proses belajar dikenal dengan istilah pendidikan.

Menurut Rido'i (2020) Pembelajaran kewirausahaan merupakan suatu proses untuk menciptakan nilai yang berbeda, dengan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan, juga memikul resiko-resiko keuangan, menanggung dampak psikis dan sosial, serta menerima imbalan berbentuk moneter dan kepuasan pribadi. Nilai-nilai yang terkandung dalam materi tersebut dikaitkan dengan nilai-nilai kewirausahaan agar pembelajaran menjadi lebih bermakna. Selain pendidikan kewirausahaan faktor lain yang menentukan motivasi berwirausaha yaitu kepribadian wirausaha (Letty, 2020).

Menurut Vernia (2018), pembelajaran kewirausahaan merupakan transmisi kompetensi kewirausahaan yang terstruktur dan resmi serta berkaitan dengan penyebaran pengetahuan, konsep, dan kesadaran pribadi. Menanamkan pengetahuan, jiwa, sikap, dan nilai kewirausahaan merupakan tujuan pendidikan kewirausahaan menurut Puspita (2017). Pendidikan kewirausahaan dalam mata pelajaran kewirausahaan merupakan usaha secara sadar untuk

memberikan pengetahuan, pemahaman dan pelatihan kepada peserta didik sehingga memiliki jiwa kewirausahaan dan berminat untuk memilih karir sebagai wirausaha (Syarifudin, 2017).

Minat siswa dalam berwirausaha dapat dirangsang dengan pendidikan kewirausahaan. Kurikulum yang dimaksud mirip dengan mata kuliah kewirausahaan. Menurut Gerba (2015), pendidikan kewirausahaan merupakan upaya yang disengaja oleh masyarakat untuk memperoleh pengetahuan tentang kewirausahaan. Transmisi kompetensi kewirausahaan yang terorganisir dan formal, yang berkaitan dengan penyampaian kemampuan mental, gagasan, dan kesadaran tertentu, sering disebut dengan pendidikan kewirausahaan. Pendidikan merupakan suatu usaha yang disengaja untuk memberikan pengetahuan, pengertian, dan petunjuk kepada seseorang, menurut Syaifudin (2017). Pendidikan yang diterima seseorang tentunya akan berdampak pada keputusannya mengenai suatu pekerjaan atau pekerjaan. Pendidikan seseorang akan menentukan kariernya dan memberinya keterampilan atau keahlian dalam bidang tertentu. Pendidikan dan pengalaman kewirausahaan seseorang tidak dapat dipisahkan dari bisnisnya.

Menurut Susanto (2017), pendidikan kewirausahaan terdiri dari informasi dan pemahaman tentang nilai-nilai, perilaku, dan keterampilan yang berkaitan dengan kewirausahaan dalam menghadapi hambatan dalam hidup. Tujuan dasar pendidikan kewirausahaan adalah untuk mengembangkan informasi, kemampuan, dan karakter yang diperlukan untuk daya cipta kewirausahaan. Minat mahasiswa dalam berwirausaha dapat dirangsang dengan pendidikan kewirausahaan. Kurikulum yang dimaksud mirip dengan mata kuliah kewirausahaan. Institusi pendidikan atau sekolah mendukung gagasan bahwa pendidikan menciptakan wirausaha. Minat siswa dalam berwirausaha mungkin dirangsang oleh sekolah yang menawarkan kursus kewirausahaan yang menarik dan bermanfaat.

Berkaitan dengan kewirausahaan, yang berperan penting dalam mengembangkan pengetahuan tentang kewirausahaan adalah lembaga pendidikan, baik formal maupun nonformal. Pada lembaga pendidikan formal belakangan ini sudah mulai menerapkan mata pelajaran kewirausahaan sebagai bahan pelajaran untuk dipelajari anak didik, dengan tujuan agar mereka dapat memupuk jiwa kewirausahaan sejak dini. Begitu juga dengan Lembaga pendidikan nonformal, juga sudah mulai menerapkan pendidikan kewirausahaan kepada anak didiknya (Supriyanto, 2014).

Berdasarkan pandangan di atas, jelas bahwa pendidikan kewirausahaan adalah upaya sadar dan terencana untuk mengembangkan dan menginternalisasikan jiwa dan kemampuan mental kewirausahaan, mengubah pola pikir, serta menciptakan sesuatu dengan kreativitas dan inovasi untuk mengatasi permasalahan dengan berbagai risiko dan peluang untuk berhasil melaluinya. pendidikan. Pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu membentuk kepribadian wirausaha peserta didik.

Pemerintah telah berupaya meningkatkan standar tenaga kerjanya agar lebih inovatif dan efektif. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, tujuan pendidikan adalah mempersiapkan manusia Indonesia agar mampu hidup sebagai individu dan warga negara yang produktif, kreatif, inovatif, dan afektif yang mampu memberikan kontribusi terhadap kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara. , dan peradaban. dunia. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah menjabarkan implementasi Kurikulum 2013 pada tingkat dasar dan menengah melalui langkah-langkah strategis.

a. Struktur Kurikulum Pembelajaran SMA N 1 Ketapang

Struktur kurikulum menggambarkan konseptualisasi konten kurikulum dalam bentuk mata pelajaran, posisi konten/mata pelajaran dalam kurikulum, distribusi konten/mata pelajaran dalam semester atau tahun, beban belajar untuk mata pelajaran dan beban belajar per minggu untuk setiap siswa. Struktur kurikulum adalah juga merupakan aplikasi konsep pengorganisasian konten dalam sistem belajar dan pengorganisasian beban belajar dalam sistem pembelajaran. Pengorganisasian konten dalam sistem belajar yang digunakan adalah sistem semester sedangkan pengorganisasian beban belajar dalam sistem pembelajaran berdasarkan jam pelajaran per semester.

Struktur kurikulum juga gambaran mengenai penerapan prinsip kurikulum mengenai posisi seorang siswa dalam menyelesaikan pembelajaran di suatu satuan atau jenjang pendidikan. Lebih lanjut, struktur kurikulum yang digunakan di SMA Negeri 1 Ketapang adalah struktur kurikulum 13 untuk kelas XI dan XII. Struktur kurikulum menggambarkan posisi belajar seorang siswa yaitu apakah mereka harus menyelesaikan seluruh mata pelajaran yang tercantum dalam struktur ataukah kurikulum memberi kesempatan kepada siswa untuk menentukan berbagai pilihan.

Struktur kurikulum pendidikan menengah terdiri atas sejumlah mata pelajaran, beban belajar, dan kalender pendidikan. Mata pelajaran terdiri atas:

1. Mata pelajaran wajib diikuti oleh seluruh peserta didik di satu satuan pendidikan pada setiap satuan atau jenjang pendidikan
2. Mata pelajaran pilihan yang diikuti oleh peserta didik sesuai dengan pilihan mereka.

Mata pelajaran wajib merupakan mata pelajaran yang harus diambil oleh setiap peserta didik di SMA/MA dan SMK/MAK. Sedangkan mata pelajaran

pilihan untuk SMA/MA berbeda dengan untuk SMK/MAK. Untuk SMA/MA mata pelajaran pilihan bersifat akademik, sedangkan SMK/MAK mata pelajaran pilihan bersifat akademik dan vokasi.

Struktur Kurikulum SMA/MA terdiri atas:

1. Kelompok mata pelajaran wajib yaitu kelompok A dan kelompok B. Kelompok A adalah mata pelajaran yang memberikan orientasi kompetensi lebih kepada aspek kognitif dan afektif sedangkan kelompok B adalah mata pelajaran yang lebih menekankan pada aspek afektif dan psikomotor.
2. Kelompok Mata Pelajaran Peminatan terdiri atas 3 (tiga) kelompok yaitu Peminatan Matematika dan Sains, Peminatan Sosial, dan Peminatan Bahasa.
3. Mata Pelajaran Pilihan Lintas Minat yaitu mata pelajaran yang dapat diambil oleh peserta didik di luar Kelompok Mata Pelajaran Peminatan yang dipilihnya tetapi masih dalam Kelompok Peminatan lainnya. Misalnya bagi peserta didik yang memilih Kelompok Peminatan Bahasa dapat memilih mata pelajaran dari Kelompok Peminatan Sosial dan/atau Kelompok Peminatan Matematika dan Sains.
4. Mata Pelajaran Pendalaman dimaksudkan untuk mempelajari salah satu mata pelajaran dalam kelompok Peminatan untuk persiapan ke perguruan tinggi.
5. Mata Pelajaran Pilihan Lintas Minat dan Mata Pelajaran Pendalaman bersifat opsional, dapat dipilih keduanya atau salah satu.

Kelompok Mata Pelajaran Wajib merupakan bagian dari kurikulum pendidikan menengah yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang bangsa, bahasa, sikap sebagai bangsa, dan kemampuan penting untuk mengembangkan logika dan kehidupan pribadi peserta didik, masyarakat dan bangsa, pengenalan lingkungan fisik dan alam, kebugaran jasmani, serta seni budaya daerah dan nasional.

Struktur kelompok mata pelajaran wajib dalam kurikulum SMA/MA adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Struktur Mata Pelajaran Wajib

| Mata Pelajaran | Alokasi Waktu Belajar Per Minggu | |
|--|----------------------------------|-----|
| | XI | XII |
| Kelompok A (Wajib) | | |
| 1. Pendidikan Agama dan Budi Pekerti | 3 | 3 |
| 2. Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan | 2 | 2 |
| 3. Bahasa Indonesia | 4 | 4 |
| 4. Matematika | 4 | 4 |
| 5. Sejarah Indonesia | 2 | 2 |
| 6. Bahasa Inggris | 2 | 2 |
| Kelompok B (Wajib) | | |
| 1. Seni Budaya (termasuk muatan lokal) | 2 | 2 |
| 2. Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan (termasuk muatan lokal) | 3 | 3 |
| 3. Prakarya dan Kewirausahaan (termasuk muatan lokal) | 2 | 2 |
| Jumlah Jam Pelajaran Kelompok A dan B per minggu | 24 | 24 |
| Kelompok C (Peminatan) | | |
| Mata Pelajaran Peminatan Akademik (SMA/MA) | 20 | 20 |
| Jumlah Jam Pelajaran Yang harus Ditempuh per minggu | 44 | 44 |

Sumber : Data Struktur Kurikulum 13 SMA Negeri 1 Ketapang 2023.

Dalam struktur kurikulum SMA/MA ada penambahan jam belajar per minggu sebesar 4-6 jam sehingga untuk kelas XI dan XII bertambah dari 38 jam menjadi 44 jam belajar. Sedangkan lama belajar untuk setiap jam belajar adalah 45 menit.

Dengan adanya tambahan jam belajar ini dan pengurangan jumlah Kompetensi Dasar, guru memiliki keleluasaan waktu untuk mengembangkan proses pembelajaran yang berorientasi siswa aktif belajar. Proses pembelajaran siswa aktif memerlukan waktu yang lebih panjang dari proses pembelajaran penyampaian informasi karena peserta didik perlu

latihan untuk melakukan mengamati, menanya, mengasosiasi, dan berkomunikasi. Proses pembelajaran yang dikembangkan guru menghendaki kesabaran dalam menunggu respon peserta didik karena mereka belum terbiasa. Selain itu bertambahnya jam belajar memungkinkan guru melakukan penilaian proses dan hasil belajar. Sehingga diharapkan pemberian pembelajaran kewirausahaan dapat dilakukan dengan baik dan menghasilkan output yang baik.

b. Pembelajaran Kewirausahaan di Sekolah Menengah Atas (SMA)

Pengelolaan pembelajaran kewirausahaan harus memiliki dasar dan tujuan dalam penerapannya. Pengembangan yang dilakukan dalam penelitian Indah (2021) memberikan gambaran terkait tujuan Kurikulum 2013 akan lebih tercapai ketika peserta didik memiliki jiwa dan keterampilan kewirausahaan, mereka akan menjadi warga negara yang produktif, kreatif dan inovatif yang dilandasi nilai-nilai karakter bangsa dan mampu berkontribusi pada kehidupan bermasyarakat. Rancangan Kurikulum 2013 merupakan implementasi kecakapan abad 21 atau diistilahkan dengan 4C (*Critical Thinking, Creativity, Collaboration* dan *Communication*). Integrasi capaian kemampuan tersebut dirumuskan terutama dalam mata pelajaran Kewirausahaan dalam Kurikulum 2013. Sejak tahun 2016, Direktorat Pembinaan SMA telah melakukan penguatan program kewirausahaan dengan memberikan dana bantuan untuk beberapa sekolah yang menyebar di 34 provinsi. Kemudian pada tahun 2018 Direktorat Pembinaan SMA telah melakukan evaluasi dan supervisi pada sekolah tersebut. Hal tersebut pula yang dilakukan oleh pihak SMA Negeri 1 Ketapang dalam memberikan pembelajaran kewirausahaan kepada peserta didik. Program kewirausahaan dimaksudkan sebagai salah satu upaya memberi bekal kepada peserta didik agar mereka memahami konsep kewirausahaan, memiliki karakter wirausaha, mampu memanfaatkan peluang, dan mendapatkan pengalaman langsung berwirausaha, serta terbentuknya lingkungan sekolah yang berwawasan kewirausahaan.

Selanjutnya dalam buku program Kewirausahaan di SMA menurut Purwadi (2019), beberapa program kewirausahaan SMA adalah sekolah yang diharapkan dapat berperan dalam mengembangkan dan membudayakan nilai-nilai kewirausahaan dengan tujuan antara lain:

1. Meningkatkan daya inisiatif sekolah untuk mengembangkan program kewirausahaan;
2. Memperkuat pendidikan karakter peserta didik melalui program kewirausahaan di SMA;
3. Memperkuat aspek kreatifitas dan literasi dalam ber wirausaha
4. Mendorong sekolah untuk mengembangkan pribadi peserta didik yang memiliki kar- akter wirausaha.
5. Mengoptimalkan pendayagunaan potensi sumberdaya sekolah, keunggulan lokal dan masyarakat untuk meningkatkan mutu pendidikan kewirausahaan;
6. Mendorong sekolah untuk menjalin kemitraan dengan ekosistem ABCGM dalam mengembangkan program kewirausahaan.
7. Mengembangkan praktik-praktik terbaik penyelenggaraan program kewirausahaan berbasis keunggulan lokal yang dapat dirujuk sekolah lain;

Proses pengembangan program Kewirausahaan di SMA menurut Purwadi (2019), diharapkan terbentuk lingkungan sekolah yang berwawasankewirausahaan agar:

1. Terbentuknya jiwa-jiwa entrepreneur pada peserta didik;
2. Kreativitas dan literasi dalam ber wirausaha meningkat;
3. Daya inisiatif sekolah untuk mengembangkan program kewirausahaan meningkat;
4. Pendayagunaan potensi sumberdaya sekolah, keunggulan lokal dan masyarakat meningkat secara optimal;
5. Kemitraan dengan ekosistem ABCGM terjalin dalam mengembangkan program kewirausahaan terjalin;
6. Terbentuknya praktik-praktik terbaik (*best practices*) penyelenggaraan program ke- wirausahaan berbasis keunggulan lokal yang dapat dirujuk sekolah lain;

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dilihat bahwa melalui pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan peserta didik dapat mempelajari teori dan nilai-nilai kewirausahaan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata melalui praktik, baik yang terintegrasi dalam mata pelajaran maupun yang dilaksanakan diluar mata pelajaran atau kegiatan ekstrakurikuler. Oleh sebab itu Pemerintah mencanangkan program Kewirausahaan di SMA yang diharapkan dapat mendorong peserta didik untuk menjadi kreatif dan mandiri, serta mulai tergerak dan berani membuka usaha sendiri.

c. Indikator Pembelajaran Kewirausahaan

Menentukan pengetahuan seseorang tentunya dibutuhkan indikator-indikator sebagai acuan. Indikator dalam pengetahuan kewirausahaan menurut (Kuntowicaksono, 2012) yaitu Kemampuan pemecahan masalah (solusi). Salah satu usaha yang penting bagi wirausaha ialah tanggungjawab memecahkan masalah dengan ilmu dalam bisnis. Selaras dengan pendapat itu, indikator-indikator pengetahuan kewirausahaan menurut Melyana, dkk (2015), sebagai berikut:

- 1) Komitmen tinggi terhadap tugas
- 2) Mau bertanggung jawab
- 3) Kemampuan untuk memimpi

Pendapat lain terkait indikator pembelajaran kewirausahaan menurut Johannisson (dalam Tung, 2011) ada 4 yaitu :

1) *Know-What (entrepreneurial knowledge)*

Pengetahuan dan konsep yang berkaitan dengan kewirausahaan disebut sebagai “*know-what*”. Landasan penumbuhan pengetahuan dan kemampuan kewirausahaan yang diperoleh peserta didik untuk pilihan karir menjadi wirausaha adalah pendidikan kewirausahaan.

2) *Know-Why (values and motives)*

Dengan bantuan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam proses awal menjadi wirausaha, komponen spiritual ini menunjukkan bagaimana seseorang mengidentifikasi dirinya dalam menekuni usaha.

3) *Know-Who (social interaction)*

Know-Who mengacu pada hubungan interpersonal. Diakui bahwa

pengetahuan tentang siapa merupakan komponen penting dalam pendidikan kewirausahaan.

4) *Know-How (entrepreneurial skill and abilities)*

Know-how adalah kemampuan untuk melakukan tindakan kewirausahaan.

Capaian dalam proses pendidikan kewirausahaan sebagai suatu disiplin ilmu, memiliki indikator-indikator sebagai berikut (Hasan, 2020):

- 1) Membangun kemampuan inovatif,
- 2) Membentuk jiwa kepemimpinan,
- 3) Melatih kemampuan organisasi,
- 4) Membangun kemampuan untuk menetapkan target pencapaian,
- 5) Terlibat dalam penciptaan dan manajemen perusahaan,
- 6) Mampu menciptakan nilai untuk pelanggan melalui penggunaan peluang yang belum termanfaatkan,
- 7) Memiliki orientasi yang positif dan kuat terhadap pertumbuhan kekayaan, pengetahuan, dan pekerjaan,
- 8) Mudah beradaptasi dengan perubahan, memiliki kemampuan untuk mengambil risiko, dan mengubah ide menjadi Tindakan

Pendapat lain terkait pendidikan kewirausahaan menurut Rimadani dan Murniawaty (2018), untuk mengukur variabel pendidikan kewirausahaan berdasarkan indikator berikut ini :

- 1) Menumbuhkan jiwa wirausaha
Program pendidikan kewirausahaan akan menumbuhkan minat berwirausaha ketika mahasiswa telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan, mahasiswa Akan merasakan keinginan untuk memulai sebuah usaha.
- 2) Menambah pengetahuan
Program pendidikan kewirausahaan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang kewirausahaan. Setelah mengikuti pendidikan kewirausahaan, mahasiswa akan lebih banyak ilmu dalam bidang kewirausahaan.
- 3) Peka terhadap peluang bisnis di bidang kewirausahaan
Program pendidikan kewirausahaan tumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis. Setelah menempuh pendidikan kewirausahaan dapat membuat mahasiswa sadar akan peluang bisnis yang ada disekitarnya.

Puspitaningsih (2014) menyebutkan terdapat 3 indikator yang mempengaruhi pengetahuan kewirausahaan yaitu:

- 1) Pengetahuan dasar kewirausahaan.
Minat berusaha perlu diwujudkan oleh adanya informasi untuk menemukan atau menciptakan peluang bisnis sehingga membantu mewujudkan usaha mereka.
- 2) Pengetahuan ide dan peluang usaha.
Pembentukan minat berusaha dalam menghasilkan suatu usaha memerlukan adanya pemikiran atau hal-hal baru yang terstruktur.

- 3) Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha.
Informasi yang ada akan menciptakan suatu proses melalui berbagai hambatan serta resiko yang akan dilalui untuk mewujudkan usaha mereka.

Berdasarkan pendapat dari para ahli dapat dijelaskan bahwa indikator-indikator pendidikan kewirausahaan adalah menambah pengetahuan dan wawasan di bidang kewirausahaan, peka terhadap pembelajaran kewirausahaan, mampu menguasai dan memahami kewirausahaan. Pemenuhan terhadap indikator-indikator pembelajaran kewirausahaan dapat menjadi dasar pengukuran dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sehingga dapat tercapai hasil secara detail dan spesifik.

4. Lingkungan Keluarga

Keluarga merupakan tempat berlangsungnya aktivitas utama seseorang. Dalam lingkungan keluarga, orang tua sering kali bertindak sebagai mentor masa depan anak. Orang tua secara tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan anak mengenai karir atau pekerjaan apa yang akan mereka tekuni dimasa depan. Dengan demikian, dukungan orang tua akan berdampak pada minat berwirausaha anak.

Wispondono (2021) berpendapat bahwa semakin mendukung lingkungan rumah seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk berwirausaha. Seseorang lebih cenderung ingin memulai bisnisnya sendiri jika keluarganya mendukung dibandingkan jika tidak. Sebagai satu-satunya lingkungan yang memiliki fokus kuat pada nilai-nilai keluarga, lingkungan keluarga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap bagaimana seorang anak mengembangkan kepribadiannya. Lingkungan keluarga sangat berpengaruh dalam perkembangan kepribadian seorang anak karena lingkungan keluarga adalah lingkungan primer yang kuat pengaruhnya kepada individu dibanding lingkungan masyarakat (Anita, 2018).

Lingkungan rumah merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi pemikiran seseorang dalam memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha atau tidak. Lingkungan keluarga merupakan media awal dan utama yang membentuk perilaku anak dalam masa perkembangannya. Menurut Semiawan (2020) Lingkungan keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, anak, dan anggota keluarga lainnya merupakan kelompok terkecil dalam masyarakat. Tumbuh kembang anak sangat dipengaruhi oleh lingkungan rumah, khususnya oleh orang tua. Orang tua juga berperan sebagai direktur masa depan anak-anak mereka, yang berarti bahwa mereka memiliki kendali tidak langsung atas minat mereka dalam memilih jalur karier, termasuk memulai bisnis mereka sendiri. Sartain (dalam Purwanto, 2011) menyatakan bahwa lingkungan mencakup semua keadaan di dunia ini yang dalam beberapa hal mempengaruhi perilaku, perkembangan, atau kesehatan kita.

Dalam keluarga akan terjadi interaksi sosial dimana seorang anak belajar berperan sebagai makhluk sosial yang memiliki norma dan keterampilan tertentu dalam interaksinya dengan orang lain. Di sini anak belajar berperan sebagai makhluk sosial yang harus memperhatikan keinginan orang lain, belajar bekerja sama, dan saling membantu (Prihantoro, 2016). Secara umum ciri-ciri sebuah keluarga adalah adanya pengakuan terhadap keberadaan anak yang dilahirkan, adanya hubungan berpasangan dalam ikatan perkawinan, dan adanya kehidupan berumah tangga dengan perekonomian. Menurut Buchari Alma (2017), orang tua yang bekerja sendiri dan menjalankan usaha sendiri mempunyai pengaruh terhadap kecenderungan anak untuk memulai usaha sendiri. Skenario ini sering terjadi. Keadaan ini seringkali memberi inspirasi kepada anak. Anak yang memiliki orang tua seorang pengusaha atau hidup dalam lingkungan keluarga wirausahawan akan menerima pengetahuan pada masa-masa awal sehingga membentuk sikap dan persepsi mengenai kepercayaan akan kemampuan berwirausaha.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Lingkungan keluarga merupakan lingkungan terkecil dalam masyarakat dan lingkungan pertama yang dialami seorang anak yang dapat memberikan dampak terhadap pemikiran dan perkembangannya, menurut pandangan berbagai ahli tersebut di atas. Dalam lingkungan keluarga, orang tua memberikan anak-anak mereka kasih sayang, perhatian, arahan, teladan, dan dorongan yang mereka perlukan untuk tumbuh menjadi orang dewasa yang cakap. Perkembangan dan pilihan pekerjaan anak sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarganya. Pengaruh pemberian bimbingan orang tua berasal dari interaksi dan teladan orang tua.

Minat seorang anak untuk menjadi wirausaha terbentuk apabila keluarga memberikan dukungan yang positif terhadap minat tersebut. Orang tua yang memiliki profesi sebagai wirausaha dapat memberikan dorongan kepada anak untuk menjadi seorang wirausaha. Misalnya orang tua sukses dalam menjalankan suatu usaha tertentu, maka anak cenderung untuk mengikuti jejak orang tua untuk menjajaki usaha yang sama.

a. Fungsi dan Peranan Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga adalah Pilar utama untuk membentuk baik buruknya pribadi manusia agar berkembang dengan baik dalam beretika, moral dan akhlakunya. Peran dan fungsi keluarga dapat membentuk pola sikap dan pribadi anak, juga dapat menentukan proses pendidikan yang diperoleh anak, tidak hanya di sekolah akan tetapi semua faktor bisa dijadikan sumber pendidikan. Berikut fungsi lingkungan keluarga terhadap perkembangan kehidupan anak :

Pendapat terkait fungsi lingkungan menurut Hasbullah (2012) bahwa fungsi dan peranan Pendidikan keluarga yaitu:

1. Pengalaman pertama masa kanak-kanak Lembaga Pendidikan keluarga memberikan pengalaman pertama yang merupakan faktor penting dalam perkembangan pribadi anak. Suasana

Pendidikan keluarga penting diperhatikan, sebab dari sinilah keseimbangan jiwa di dalam perkembangan individu selanjutnya ditentukan.

2. Menjamin kehidupan emosional anak Melalui pendidikan keluarga ini, kehidupan emosional atau kebutuhan akan rasa kasih sayang dapat dipenuhi atau dapat berkembang dengan baik, hal ini dikarenakan adanya hubungan darah antara pendidik dengan anak didik, sebab orang tua hanya menghadapi sedikit anak didik dan karena hubungan tadi didasarkan atas rasa cinta kasih sayang murni.

Berdasarkan pendapat ahli di atas diketahui bahwa fungsi lingkungan keluarga terhadap perkembangan seseorang khususnya seorang anak adalah memberikan pengalaman pendidikan terbaik terhadap seorang anak, menjaga keseimbangan jiwa di dalam perkembangan individu dan memberikan pembelajaran terhadap emosional atau kebutuhan akan rasa kasih sayang. Fungsi lingkungan keluarga dalam perkembangan anak dapat diberikan melalui pengawasan intern dan ekstern. Mewujudkan generasi anak yang terbaik, dapat dilakukan melalui keahlian dan kesabaran untuk memberikan sistim pendidikan. Hal ini dimaksudkan untuk mewaspadaikan keutuhan sikap dan perilaku tumbuh kembangnya anak.

b. Indikator Lingkungan Keluarga

Menentukan kondisi lingkungan keluarga seseorang tentunya dibutuhkan indikator-indikator sebagai acuan. Berikut beberapa pendapat para ahli terkait indikator-indikator lingkungan keluarga :

Pendapat pertama mengenai lingkungan keluarga menurut Parwati (2019) menyatakan indikator lingkungan keluarga sebagai berikut:

1. Cara orang tua mendidik;
2. Suasana rumah;

3. Keadaan ekonomi keluarga;
4. Latar belakang kebudayaan.

Pendapat lain mengenai lingkungan keluarga menurut Slameto (2013)

Mengungkapkan indikator lingkungan keluarga sebagai berikut:

- 1) Bagaimana teknik keluarga memberikan pendidikan,
- 2) Hubungan keharmonisan keluarga,
- 3) Keadaan keluarga.
- 4) Kondisi perekonomian keluarga,
- 5) Pengertian kedua orang tua,
- 6) Bagaimana kultur budaya

Pendapat selanjutnya terkait lingkungan keluarga menurut Setiawan (2016) indikator yang digunakan untuk mengukur lingkungan keluarga antara lain:

- 1) Pekerjaan orang tua
Pekerjaan orang tua juga dapat mempengaruhi pemilihan pekerjaan pada anak di kemudian hari. Biasanya, ketika orang tua menjadi seorang Pegawai Negeri Sipil (PNS), orang tua juga akan mengarahkan anaknya untuk menjadi seorang PNS. Berbeda ketika orang tua bekerja menjadi seorang wirausaha, maka orang tua tersebut juga akan mengarahkan anaknya untuk menjadi seorang wirausaha. Namun tidak bisa dipungkiri terkadang orang tua menginginkan pekerjaan anak lebih dari pekerjaan orang tua.
- 2) Dukungan keluarga
Memilih pekerjaan biasanya dipengaruhi oleh lingkungan keluarga. Keluarga yang mendukung seseorang akan lebih semangat dan gigih dalam mencapai suatu hal.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat dijelaskan bahwa indikator lingkungan keluarga adalah latar belakang ekonomi maupun kebudayaan keluarga, keharmonisan dalam keluarga, cara orang tua mendidik, dan dukungan serta perhatian dari keluarga dapat mendorong minat seseorang untuk dapat melakukan sesuatu. Pendidikan anak berkaitan dengan pendidikan partisipatif, yakni pendidikan yang diselenggarakan oleh keluarga secara utuh, sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan, sistemik, terbuka dan multi makna. Paradigma baru pendidikan dalam keluarga lebih merupakan proses pembudayaan dan pemberdayaan berdasarkan prinsip memberi keteladanan, dan dorongan berdasarkan prinsip otonomi, transparansi,

tanggung jawab dan akuntabilitas.

5. Fasilitas *Marketplace Facebook*

Teknologi dan sosiologi telah digabungkan untuk menciptakan media sosial, yang memungkinkan individu berkomunikasi satu sama lain secara online baik untuk ikatan pribadi maupun profesional. Media sosial berfungsi sebagai media penyalur pertukaran informasi dan pesan antara penjual dan pembeli.

Selain itu, media sosial mempunyai kapasitas untuk menarik pelanggan dan menciptakan persepsi positif terhadap merek suatu produk. Perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai *marketplace* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses pembelian dan penjualan yang dilakukan melalui internet. *Marketplace* memanfaatkan komputer dan Internet untuk membeli, menjual, mentransfer, atau menukar barang, jasa, atau informasi.

Jual beli produk, jasa, atau informasi secara online antara penjual dengan pembeli dan penjual antara lain dapat dilakukan dengan menggunakan platform *marketplace* (Yustiani & Yunanto, 2017). *Marketplace* merupakan model bisnis baru yang muncul seiring dengan pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi informasi, klaim Rini dan Rio (2017). Pasar ini dibentuk untuk mengurangi prosedur perusahaan yang rumit dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Karena tidak adanya batasan waktu, tempat, dan jarak, setiap orang dapat berbisnis di sini dengan cepat, mudah, dan murah. Pasar biasanya memainkan sejumlah tugas, seperti memfasilitasi transaksi dan menyediakan infrastruktur.

a. Pengertian *Facebook*

Facebook merupakan aplikasi sosial media yang didirikan oleh Mark Eliot Zuckerberg pada bulan february 2004. *Facebook* adalah alat yang berguna bagi pebisnis yang mengejar peluang penjualan online. Aplikasi *Facebook* terus menjadi pusat perhatian para penggunanya. Dengan banyak fungsinya, *Facebook* adalah alat yang dapat menyederhanakan banyak hal. *Facebook* menawarkan beberapa kemudahan (Herdiyansah, dkk (2023)).

Facebook adalah jejaring sosial yang digemari dan menjamur dikalangan masyarakat indonesia. Facebook menawarkan berbagai fitur canggih yang belum pernah ada di sosial media sebelumnya. Selain dapat bertukar pesan, dengan facebook seorang pengguna dapat menciptakan halaman pribadi, menambahkan teman, membuat dan mengupdate status, membagikan berbagai jenis konten, video call, serta bisa berdagang melalui marketplace (Puspita & Putri, 2021). Media Facebook pada fitur marketplace sebagai media komunikasi pemasaran dan media periklanan untuk mempromosikan produk atau jasa perusahaannya. Menurut Basu Swastha, komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam mengambil keputusan dibidang pemasaran untuk tujuan yang lebih baik (Haryati, 2019).

Menurut Wahyuningtyas (2021) *Facebook* memiliki beberapa fitur-fitur yang dapat membantu memberikan makna ataupun informasi serta timbal balik penggunaanya pada saat mengunggah suatu foto-foto produk diantaranya:

1. Judul Foto (*Caption*)

Judul foto biasanya berada di atas foto yang diunggah dan lebih bersifat memberikan pesan yang ingin disampaikan serta mempertegasdari maksud foto yang diunggah/ tampilkan.

2. Lokasi (*Location*)

Fitur ini dapat membantu penggunanya pada saat ingin menjelaskan keberadaan maupun lokasi dari foto yang telah diunggah di *Facebook*.

3. Suka (*Like*)

Like yaitu suatu ikon dalam fitur *Facebook* yang dimaksudkan apabila pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah oleh penggunayang lain.

4. Komentar

Merupakan ikon yang dapat menyampaikan pendapat ataupun pemikiran pengguna lain terhadap foto yang telah diunggah bisa berupa pertanyaan maupun tanggapan.

b. Indikator Media Sosial dan Marketplace *Facebook*

Indikator dari ektivitasnya marketplace ditentukan oleh kemampuan marketplace tersebut dalam memfasilitasi transaksi, mempertemukan penjual dan pembeli serta menyediakan infrastruktur. Sedangkan indikator efisiensi berkaitan dengan ringkasnya waktu dan biaya yang diberikan marketplace. Jika pasar konvensional memerlukan pasar fisik sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli maka marketplace memerlukan sarana virtual sebagai tempat terjadinya transaksi. Marketplace merupakan platform transaksi bisnis online yang menyediakan metode elektrik untuk memfasilitasi transaksi komersil seperti menjual barang, jasa ataupun informasi secara online antara pembeli dan penjual (Rini dan Rio, 2017). Berikut terdapat beberapa pendapat para ahli terkait indicator media sosial dan *marketplace facebook* :

Pendapat pertama mengenai media sosial *facebook* menurut Chris (dalam Okta,2022) Indikator media sosial *facebook* adalah

sebagai berikut:

1. Konteks
2. Komunikasi
3. Isi konten produk
4. Fungsi berbagi video dan foto produk

Pendapat lain terkait media sosial menurut Rahayu dan Laela (2018) membagi indikator media sosial sebagai berikut :

- 1) Partisipasi, Media sosial mampu mengajak seseorang untuk berpartisipasi dalam hal apapun.
- 2) Keterbukaan, Hampir semua layanan media sosial menerima umpan balik dan partisipasi. Mendorong voting, komentar, dan berbagi informasi. Media sosial merupakan media yang dapat diakses oleh semua orang.
- 3) Percakapan, komunikasi yang terjalin antara dua arah. Komunitas, media sosial memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk cepat membentuk dan berkomunikasi secara efektif.
- 4) Saling Terhubung, hampir semua media sosial dapat terhubung ke situs web, dan menghubungkan orang-orang melalui tautan.
- 5) Keterampilan dalam menggunakan sosial media

Pendapat selanjutnya terkait media sosial menurut Novita Ekasari (2014) indikator Media Sosial adalah sebagai berikut:

- 1) *Relationship* yaitu dimana saat membangun hubungan dengan konsumen
- 2) Komunikasi yaitu sebuah interaksi yang terjadi antara penjual dengan konsumen
- 3) Interaksi Pasca Pembelian, yaitu sebuah interaksi yang terjadi dengan konsumen setelah konsumen membeli produk.

Pendapat lainnya terkait media sosial menurut Godey, dkk (2016) social media marketing diukur melalui 4 (empat) dimensi, yaitu:

1. *Entertainment*

Indikator untuk dimensi entertainment ada 2 (dua) yaitu:

- 1) Penggunaan social media brand tersebut menyenangkan
- 2) Konten dari social media brand tersebut terlihat menarik.

2. *Interaction*

Indikator dari dimensi interaction adalah sebagai berikut:

- 1) Social media brand tersebut

- memungkinkan untuk berbagi informasi dengan pengguna yang lain.
- 2) Social media brand tersebut memungkinkan percakapan dan pertukaran dengan pengguna lain.
 - 3) Kemudahan untuk memberikan pendapat melalui social media brand tersebut.
3. *Trendiness*
Terdapat 2 (dua) indikator untuk mengukur dimensi trendiness, yaitu:
- 1) Konten media sosial brand tersebut adalah informasi terbaru.
 - 2) Penggunaan media sosial brand tersebut sangat kekinian.
4. *Customization*
Sedangkan indikator untuk dimensi customization adalah sebagai berikut:
- 1) Media sosial brand tersebut menawarkan pencarian informasi yang disesuaikan.
 - 2) Media sosial brand tersebut menyediakan layanan yang disesuaikan.

Berdasarkan pendapat dari para ahli dapat dijelaskan bahwa indikator dalam media social adalah konten media social, penggunaan brand dan pemasaran terhadap, interaksi terhadap konsumen, dan pencarian informasi produk.

Perkembangan *Facebook* saat ini telah meningkatkan kemampuannya lebih dari sekedar menjadi jejaring sosial untuk menambah teman hingga mencakup pasar, khususnya untuk pemasaran produk. 54 juta dari 72,7 juta pengguna internet aktif di Indonesia juga menggunakan *Facebook* secara rutin. Hasilnya, Indonesia memiliki jumlah pengguna *Facebook* tertinggi keempat di dunia. Ini merupakan pangsa pasar yang sangat besar dan sangat potensial dari sudut pandang bisnis, dan *Facebook* dapat digunakan sebagai platform periklanan yang sangat kuat dan sukses dalam mempromosikan barang dan jasa. Segala sesuatu yang berkaitan dengan penetapan harga, periklanan, dan pendistribusian produk dan jasa untuk memenuhi keinginan konsumen disebut sebagai pemasaran. Pemasaran sendiri pada umumnya merupakan perpaduan antara kegiatan yang saling berhubungan untuk

mengetahui kebutuhan konsumen lalu mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga sehingga kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik.

Aplikasi *Facebook* adalah alat yang berguna bagi pebisnis yang mengejar peluang penjualan online. Aplikasi *Facebook* terus menjadi pusat perhatian para penggunanya. Dengan banyak fungsinya, *Facebook* adalah alat yang dapat menyederhanakan banyak hal. *Facebook* menawarkan beberapa kemudahan. Fitur *marketplace Facebook* dapat memfasilitasi praktik perdagangan dan pemasaran virtual. Media promosi adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk mempromosikan keunggulan suatu produk. Selain itu, media ini digunakan untuk mempengaruhi calon pembeli atau pengguna jasa. Media promosi sebagai media yang digunakan untuk mengiklankan barang.

Salah satu media penjualan online yang digunakan adalah *marketplace* yang diwakili oleh fitur *Facebook*. Sebuah situs web atau aplikasi online yang disebut "pasar" mungkin membuat jual beli barang dari berbagai toko menjadi lebih mudah. Beberapa ide di pasar mirip dengan yang ada di pasar tradisional. Pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas produk yang ditawarkan karena perannya adalah memberikan tempat bagi pedagang untuk berkumpul dan memfasilitasi transaksi. Salah satu alasan mengapa *marketplace facebook* terkenal dengan kemudahan dan kenyamanannya adalah sepanjang proses transaksi, penjual akan mengirimkan produknya ke pelanggan (Herdiansyah, dkk, 2023).

Para pelaku usaha dan jasa mulai menggunakan media *facebook* pada fitur *marketplace* sebagai media komunikasi pemasaran dan media periklanan untuk mempromosikan produk atau jasa perusahaannya. Menurut Basu Swastha, komunikasi pemasaran adalah kegiatan

komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam mengambil keputusan dibidang pemasaran untuk tujuan yang lebih baik (Haryati, 2019). Fitur *marketplace facebook* ini merupakan bentuk dari sebuah pasar online yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli para penggunanya, dan pada saat membukanya para pengguna akan disambut dengan rangkaian foto barang dagangan yang lokasinya paling dekat (Widiartanto, 2023). *Marketplace* yang disediakan oleh *facebook* memiliki segmentasi pasar yang dapat diterapkan secara luas untuk aktivitas ekonomi *business to business*, *business to costumer* serta *costumer to costumer* Chef dalam (Simatupang dkk, 2021).

c. **Fitur-fitur Facebook Marketplace**

Pendapat terkait fitur-fitur marketplace facebook menurut Zulkarnaini (2021) dalam penggunaan *marketplace facebook*, ada beberapa fitur yang dapat digunakan yaitu :

a) Fitur pencarian barang

Fitur ini memungkinkan setiap pengguna untuk mencari dan memfilter daftar barang yang dapat kita beli dari sebuah komunitas tertentu. Kemampuan ini dapat dikembangkan berkat adanya teknologi “*Text Analysis AI*” yang dikombinasikan dengan *Facebook Page* tertentu yang disukai oleh pengguna. Dari situlah nanti, akan muncul serangkaian daftar berdasarkan relevansi produk yang kemungkinan disukai oleh pengguna. Bagi mereka yang ingin membeli, ada beberapa pilihan *instant text* yang bisa digunakan untuk membuka percakapan transaksi. Teks tersebut diantaranya yakni, “Apakah barang tersebut masih tersedia?” serta “Bagaimanakah kondisi dari barang tersebut?”. Dengan begitu, proses jual beli personal semacam ini bisa dilakukan dengan lebih cepat.

b) Fitur menjual barang

Tanpa perlu membuat halaman khusus yang berisi daftar barang yang anda miliki, kita tinggal mengupload foto dari produk tersebut kemudian memberikan deskripsi serta harga yang ditawarkan. Dari situ pengguna tinggal memasukkan pada daftar atau listing produk yang telah disediakan.

c) Fitur Pencarian Sekitar

Fitur ketiga yang juga cukup menarik yaitu melakukan pencarian di kawasan sekitar. Nantinya dengan *marketplace facebook*, pengguna bisa mencari produk-produk yang ditawarkan oleh pengguna yang ada di sekitar tempat tinggal kita. Keuntungan dari fitur ini yaitu, kita bisa lebih cepat untuk mendatangi si penjual jika memang tertarik dengan produk yang dijual. Selain itu, fitur ini juga mendorong peningkatan penjualan secara lokal termasuk yang ditawarkan oleh UKM.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui beberapa fitur dalam penggunaan *marketplace facebook*. Fitur-fitur tersebut yang mestinya dipahami oleh para pengguna khususnya bagi wirausaha pemula agar tercapainya pemasaran yang maksimal melalui *marketplace facebook*. Pemahaman tersebut juga sebagai strategi dalam memasarkan produk di sosial media. Strategi ini berlaku baik untuk posting di *Facebook Page* maupun saat beriklan menggunakan *Facebook Ads*.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang relevan adalah penelitian yang dijadikan bahan pertimbangan dan acuan untuk menyusun penelitian ini. Berikut penelitian relevan yang dijadikan acuan :

Tabel 7. Penelitian Terdahulu

| No | Penulis | Judul | Hasil Penelitian |
|----|-----------------------------|---|--|
| 1. | Angger Adjie Pangestu(2022) | Pengaruh Prestasi Belajar, Lingkungan Sosial, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XII Jurusan Akuntansi SMKN 1 Buay Madang | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh prestasi belajar terhadap minat berwirausaha siswa, terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha siswa, terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII jurusan akuntansi SMKN 1 Buay Madang.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Angger Adjie Pangestu, yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha pada siswa dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada variabel-variabel X yang diteliti, waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel-variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i>.</p> |
| 2. | Widya Hestiningtyas (2017) | Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa, terdapat pengaruh kepribadian wirausaha terhadap minat berwirausaha siswa, terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat</p> |

Tabel 7. Lanjutan

| | | |
|----|----------------------------|--|
| | SMK Negeri Surakarta | berwirausaha siswa SMK Negeri Surakarta. |
| | | <p>Persamaan : Persamaan pada peneitian yang dilakukan oleh Widya Hestiningtyas, yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha pada siswa, kemudian terdapat persamaan pada variabel X1 serta penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada variabel X2 dan X3 yang diteliti, waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i>.</p> |
| 3. | Dwi Lestari Ningsih (2018) | <p>Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK N 7 Yogyakarta</p> <p>Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan hasil <i>thitung</i> $4,752 > ttabel$ 1,960 dengan nilai Sig $0,001 < 0,05$, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap minat berwiraushaa siswa dengan hasil <i>thitung</i> $4,937 > ttabel$ 1,960 dengan nilai Sig $0,000 < 0,05$. Dengan hasil <i>Fhitung</i> 19,245 dengan nilai Sig $0,000 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi (<i>R2</i>) sebesar 20,6%.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada peneitian yang dilakukan oleh Dwi Lestari Ningsih, yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha pada siswa, kemudian terdapat persamaan pada variabel X1 dan X2 serta penelitian ini menggunakan</p> |

Tabel 7. Lanjutan

| | | | |
|----|------------------------|---|---|
| | | | pendekatan kuantitatif. |
| | | | <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i>.</p> |
| 4. | Vivi Kusumadewi (2020) | Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dengan t hitung sebesar 8,709, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dengan t hitung sebesar 10,191, perkembangan media sosial berpengaruh positif terhadap dengan t hitung sebesar 9,020, pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga dan perkembangan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dengan F hitung sebesar 83,202.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Angger Widya Hestiningtyas, yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha pada siswa, kemudian terdapat persamaan pada variabel X1 serta penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada variabel X2 dan X3 yang diteliti, waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan</p> |

Tabel 7. Lanjutan

| | | |
|----|----------------------------------|--|
| | | baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i> . |
| 5. | Febrianti Yulandari , dkk (2022) | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik XII Pemasaran SMKN 3 Pontianak |
| | | Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) penggunaan media sosial 74,39% dalam kategori tinggi, 2) minat berwirausaha 75,90% dalam kategori tinggi, dan 3) penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII SMK Negeri 3 Pontianak sebesar 0,427 atau jika di persentasekan sebesar 42,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas lebih lanjut dalam penelitian ini. Nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti diterima. Disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa. |
| | | Persamaan : Persamaan pada peneiitian yang dilakukan oleh Febrianti Yulandari, yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha pada siswa, kemudian terdapat persamaan pada variabel X serta penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. |
| | | Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada waktu pelaksanaan dan tempat penelitian. |
| | | Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i> . |
| 6. | Anita Wiani, dkk (2018) | Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik SMK Di Kabupaten |
| | | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha peserta didik SMK di Kabupaten Subang dengan skor 0.000 |

Tabel 7. Lanjutan

| | | |
|----|-----------------------|---|
| | Subang | <p>– 0.043. Penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi dengan skor mencapai 0.703.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Anita Wiani,dkk yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha pada siswa, kemudian terdapat persamaan pada variabel X serta penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i>.</p> |
| 7. | Ayu Okta Putri (2022) | <p>Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM (Studi Kasus Pedagang Kuliner UMKM Dikecamatan Ujungbatu)</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa 52,9% omset penjualan dapat dipengaruhi oleh variabel media sosial <i>facebook</i> sedangkan sisanya 47,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini secara parsial variabel media sosial <i>facebook</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset penjualan.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Febrianti Wulandari, yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha pada siswa, kemudian terdapat persamaan pada variabel X serta penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> |

Tabel 7. Lanjutan

| | | |
|----|--|---|
| | | <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i>.</p> |
| 8. | Dini Agusmiatti & Agus Wahyudin (2018) | <p>Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga (X1) & motivasi (X4) terhadap minat berwirausaha. Sedangkan variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) dan kepribadian (X3) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. <i>Self efficacy</i> memoderasi secara signifikan pengaruh lingkungan keluarga (X5), pengetahuan kewirausahaan (X6), dan kepribadian (X7) terhadap minat berwirausaha. Sedangkan untuk variabel motivasi (X8), <i>self efficacy</i> tidak memoderasi secara signifikan pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha siswa.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Dini Agusmiatti dan Agus Wahyudin, yaitu sama-sama meneliti tentang minat berwirausaha, kemudian terdapat persamaan pada variabel X1 serta penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada variabel X2 dan X3 waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i>.</p> |
| 9. | Oryz Agnu Dian Wulandari, | <p>Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam</p> <p>Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah adanya manfaat dari pelaku usaha UMKM setelah mengikuti</p> |

Tabel 7. Lanjutan

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| dkk (2020) | Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk UMKM Di Purbalingga | <p>program tuka-tuku adalah tingkat penjualan mereka bertambah dan mempermudah untuk berinteraksi dengan konsumen.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada peneitian yang dilakukan oleh Oryz Agnu Dian Wulandari, yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh pemanfaatan marketplace, kemudian penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yang diteliti dimana terdapat temuan baru yaitu adanya pemanfaatan <i>marketplace facebook</i>.</p> |
| 10. Putri Amelia Puspita, dkk (2022) | Pemanfaatan Marketplace Facebook dan Shopee Sebagai Media Pemasaran Pada Masa Covid 19 Omicron | <p>Hasil dari penelitian ini adalah agar nantinya ibu-ibu PKK dapat lebih mengoptimalkan penggunaan digital teknologi informasi dari perangkat mobile yang dimiliki untuk lebih mengoptimalkan kegiatan usaha yang dilakukan.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada peneitian yang dilakukan oleh Putri Amelia Puspita, dkk yaitu meneliti tentang pengaruh pemanfaatan marketplace, kemudian penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu terdapat pada waktu pelaksanaan dan tempat penelitian.</p> <p>Pembaharuan : Pembaharuan penelitian terdapat pada variabel X yaitu pemanfaatan <i>marketplace facebook</i></p> |

C. Kerangka Pikir

Minat berwirausaha sangat penting untuk dimiliki oleh siswa karena mencerminkan keinginan untuk berwirausaha. Siswa yang memiliki minat berwirausaha cenderung lebih sering mencari tahu semua hal yang berkaitan dengan wirausahawan.

Menurut Alma (dalam Kurniawan & Pariyanti, 2017), terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi bangkitnya minat berwirausaha, antara lain:

- a. Variabel internal adalah yang berasal dari dalam diri seseorang dan dapat berupa sifat watak, sikap atau kepribadian, motivasi, kemauan, dan kemampuan unik yang dapat memberikan kemampuan kepada seseorang untuk memulai usaha sendiri.
- b. Variabel eksternal adalah bagian dari lingkungan yang berada di luar diri seseorang, antara lain lingkungan sosial ekonomi, lingkungan fisik, lingkungan bisnis, dan lingkungan keluarga.

Berdasarkan pendapat tersebut, pembelajaran kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan fasilitas *marketplace facebook* semuanya berdampak pada minat siswa untuk berwirausaha. Untuk meningkatkan minat berwirausaha pada siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang, ketiga faktor tersebut perlu ditingkatkan.

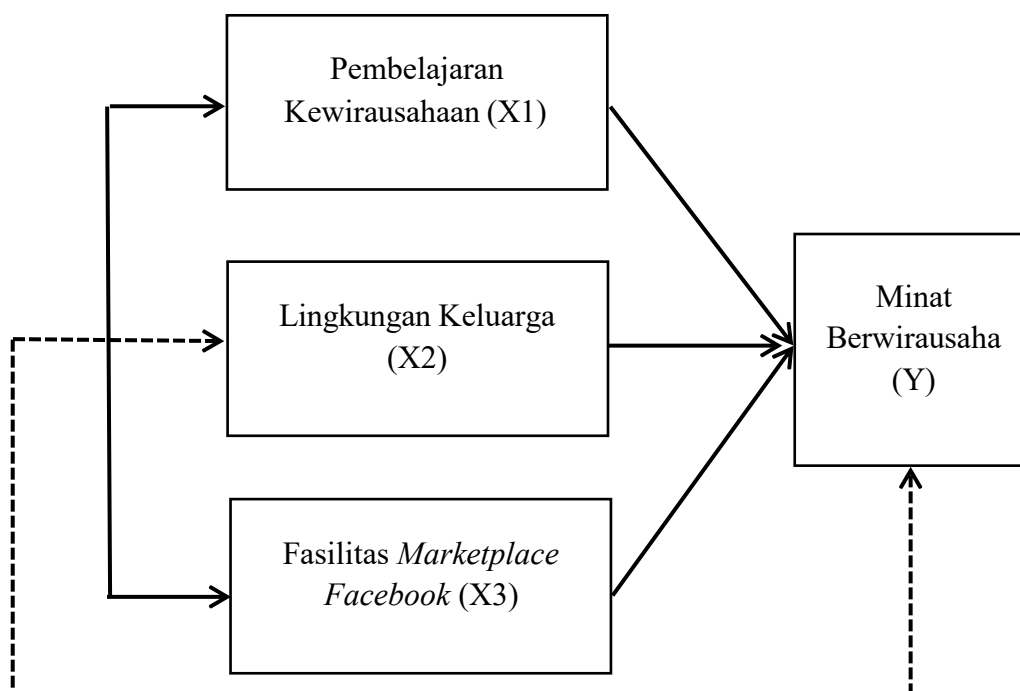
Faktor pertama yang diduga mempengaruhi minat berwirausaha adalah pembelajaran Kewirausahaan.. Pembelajaran Kewirausahaan juga sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti produktivitas, konsumsi dan lain sebagainya.. Dengan bekal pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki seseorang akan menjadi tertarik dalam terjun ke dunia usaha. Pembelajaran

Kewirausahaan menjadi faktor yang sangat penting dalam minat berwirausaha karena melalui pembelajaran ini siswa bisa mendapatkan pengalaman, ilmu, dan wawasan mengenai berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan dalam mata pelajaran kewirausahaan merupakan usaha secara sadar untuk memberikan pengetahuan, pemahaman dan pelatihan kepada peserta didik sehingga memiliki jiwa kewirausahaan dan berminat untuk memilih karir sebagai wirausaha (Syaifudin, 2017).

Faktor kedua yang diduga mempengaruhi minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga sangat mempengaruhi minat berwirausaha pada siswa. Dalam lingkungan keluarga, orang tua memberikan anak-anak mereka kasih sayang, perhatian, arahan, teladan, dan dorongan yang mereka perlukan untuk tumbuh menjadi orang dewasa yang cakap. Perkembangan dan pilihan pekerjaan anak sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarganya. Pengaruh pemberian bimbingan orang tua berasal dari interaksi dan teladan orang tua. Dukungan dan dorongan positif dari keluarga menjadi salah satu faktor untuk mendorong minat berwirausaha pada siswa. Orang tua yang selalu mendukung kegiatan positif anak akan memberikan motivasi dan keyakinan terhadap anak untuk berwirausaha.

Faktor ketiga yang diduga mempengaruhi minat berwirausaha adalah penggunaan *marketplace facebook*. Melalui fitur-fitur *facebook* ini banyak sekali hal-hal yang dapat diakses salah satunya melalui fitur *marketplace facebook*. *Marketplace facebook* menyediakan iklan dan lain sebagainya yang mempromosikan sebuah produk. Salah satu media penjualan online yang digunakan adalah *marketplace* yang diwakili oleh fitur Facebook. Sebuah situs web atau aplikasi online yang disebut "pasar" mungkin membuat jual beli barang dari berbagai toko menjadi lebih mudah. Melalui *marketplace facebook* seorang wirausaha secara tidak langsung mengenalkan terkait dengan berwirausaha, sehingga bisa menimbulkan minat berwirausaha pada siswa.

Berdasarkan kerangka fikir diatas maka variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1), Lingkungan Keluarga (X2), Fasilitas *Marketplace Facebook* (X3), dan Minat Berwirausah (Y) dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut:



Gambar 6. Kerangka Pikir

Keterangan :

————— : Parsial

..... : Simultan

D. Hipotesis

Sugiyono (2022) berpendapat bahwa, Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah peneliti telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis deskriptif adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah deskriptif, berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan dengan mempertimbangkan hasil penelitian terdahulu maka di ajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada siswa XI SMA Negeri 1 Ketapang.
2. Terdapat pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada siswa XI SMA Negeri 1 Ketapang.
3. Terdapat pengaruh Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha pada siswa XI SMA Negeri 1 Ketapang.
4. Terdapat pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha siswa XI SMA Negeri 1 Ketapang.

III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan & Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Deskriptif Verivikatif dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2013). Metode penelitian digunakan untuk menguji kebenaran penelitian dan mengkaji kebenaran suatu pengetahuan sehingga hasil yang diharapkan dapat diperoleh dengan baik.

Penelitian ini jenis deskriptif dengan metode pendekatan *Ex Post Facto* dan survey (Sujarweni 2015). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu gejala yang ada pada saat penelitian dilakukan. Pendekatan survey adalah pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menggunakan kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2013). Penelitian *Ex Post Facto* bertujuan untuk menemukan penyebab, perubahan perilaku, gejala atau fenomena yang disebabkan oleh peristiwa. *Ex Post Facto* dengan cara Survey diartikan oleh Sugiyono (2019) sebagai bahan penelitian untuk mendapatkan data asli tanpa tambahan apapun (Lukiana dkk., 2021).

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis ini digunakan karena dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, dimana penelitian ini untuk mencari pengaruh variabel independen pembelajaran kewirausahaan (X1), lingkungan keluarga (X2), dan fasilitas *marketplace facebook* (X3) terhadap variabel dependen minat berwirausaha (Y).

B. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan suatu sumber yang dibutuhkan oleh peneliti untuk memperoleh data yang akurat dari sebuah penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. terstruktur, sehingga mudah dipahami. Untuk mendapatkan data primer, harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*Focus Grup Discussion-FGD*) dan penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang diberikan mengenai minat berwirausaha pada siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang. Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah :

1. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan secara lisan kepada responden. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dan gambaran dari permasalahan yang biasanya terjadi karena sebab-sebab khusus yang tidak dijelaskan dengan kuisisioner.

2. Kuesioner atau angket

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019:142). Dalam penelitian ini angket digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data yang berisikan daftar pertanyaan mengenai informasi pembelajaran ekonomi, status sosial ekonomi orang tua, dan penggunaan media sosial serta minat berwirausaha. Sasaran angket ini adalah siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang yang mengikuti mata pelajaran pendidikan kewirausahaan. Penyebaran angket dilakukan secara online dengan membagikan angket berupa *google form* kepada responden. Selain itu kuesioner akan disusun menggunakan skala likert yang menyediakan tujuh opsi jawaban, seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 8. Skor Kuesioner Skala *Likert*

| No. | Pernyataan | Skor |
|-----|---------------------|------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| 2 | Tidak Setuju | 2 |
| 3 | Cukup Tidak Setuju | 3 |
| 4 | Netral | 4 |
| 5 | Cukup Setuju | 5 |
| 6 | Setuju | 6 |
| 7 | Sangat Setuju | 7 |

Sumber : Rusman,2019.

Penggunaan jumlah tujuh opsi dalam skala *likert* bertujuan untuk mempermudah responden memilih jawaban tanpa adanya kecenderungan untuk menyulitkan responden dalam memilih jawaban, sehingga akan sangat efektif dalam memberikan data yang baik dan akurat.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa penting yang sudah lalu. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen (Sugiyono, 2019:137). Dokumentasi merupakan pengumpulan data mengenai hal-hal atau variabel penelitian yang berupa tulisan, gambar, buku, majalah dan sebagainya. Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan sebagai alat untuk memperoleh data yang berkenaan dengan gambaran umum mengenai pembelajaran kewirausahaan, lingkungan keluarga, fasilitas *marketplace facebook* dan minat berwirausaha.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2022). Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah siswa kelas XI IPS 1, XI IPS 2, dan kelas XI IPS 3 dan XI IPS 4 di SMA Negeri 1 Ketapang, siswa yang telah mengikuti pembelajaran ekonomi dan kewirausahaan yang berjumlah 160 siswa.

Tabel 9. Jumlah Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Ketapang

| No | Kelas | Jumlah Siswa |
|----|--------------|------------------|
| 1. | XI IPS 1 | 40 siswa |
| 2. | XI IPS 2 | 40 siswa |
| 3 | XI IPS 3 | 40 siswa |
| 4. | XI IPS 4 | 40 siswa |
| | Total | 160 siswa |

Sumber : Kesiswaan SMA Negeri 1 Ketapang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian-bagian terpisah dari topik penelitian yang lebih besar. Sampel menurut Sugiyono (2013) adalah gambaran seluruh populasi dan sifat-sifat yang membentuk populasi itu. *Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Simple Random Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota atau populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *simple random sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dan populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2013)

Pada penelitian ini, penentuan besarnya sampel yang diambil dihitung menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N (d^2) + 1}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d² = Tingkat Signifikansi (5%-10%)

Berdasarkan rumus diatas, dengan jumlah populasi 160 siswa maka dapat dilihat ukuran sampel yang harus dicapai pada penelitian ini adalah sebesar :

$$n = \frac{160}{160 (0,10^2) + 1}$$

$$n = 61,53$$

Tabel 10. Rincian Sampel

| Kelas | Jumlah |
|----------|--------|
| XI IPS 1 | 16 |
| XI IPS 2 | 16 |
| XI IPS 3 | 16 |
| XI IPS 4 | 16 |

Sumber : Data Primer 2023.

Dengan demikian besarnya sampel setelah dibulatkan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah berjumlah 62 orang responden dari siswa SMA Negeri 1 Ketapang.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen).

1. Variabel bebas (independen)

Variabel ini adalah variabel inti sebuah penelitian. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono,2018). Variabel independen pada penelitian ini Pembelajaran Kewirausahaan (X1), Lingkungan Keluarga (X2), dan Fasilitas *Marketplace Facebook* (X3).

2. Variabel terikat (dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2018). Variabel dependen pada penelitian ini adalah Minat Berwirausaha (Y).

E. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual variabel merupakan suatu cara untuk mendeskripsikan variabel sedemikian rupa sehingga variabel tersebut bersifat spesifik dan terukur. Menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran variabel yang akan diteliti dapat dilakukan dengan memberikan batasan atau definisi operasional tentang variabel yang akan diteliti. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Pembelajaran Kewirausahaan (X1)

Pendidikan adalah upaya yang disengaja untuk mengubah perilaku masyarakat, baik secara pribadi maupun publik. Kurikulum pendidikan yang berfokus pada topik-topik terkait kewirausahaan membantu siswa mengembangkan pola pikir dan semangat kewirausahaan. Tujuan pendidikan kewirausahaan adalah untuk menanamkan berbagai keterampilan dan pengetahuan yang berkaitan dengan kewirausahaan.

2. Lingkungan Keluarga (X2)

Keluarga merupakan tempat berlangsungnya aktivitas utama seseorang. Dalam lingkungan keluarga, orang tua sering kali bertindak sebagai mentor masa depan anak. Orang tua secara tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan anak mengenai karir atau pekerjaan apa yang akan mereka tekuni di masa depan. Dengan demikian, dukungan orang tua akan berdampak pada minat berwirausaha anak.

3. Fasilitas *Marketplace Facebook* (X3)

Media Facebook pada fitur *marketplace* sebagai media komunikasi pemasaran dan media periklanan untuk mempromosikan produk atau jasa perusahaannya. Menurut Basu Swastha, komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam mengambil keputusan dibidang pemasaran untuk tujuan yang lebih baik (Haryati, 2019). Dengan adanya fitur *marketplace facebook* dapat membantu untuk mengiklankan

produk nya dengan begitu dapat memberikan ketertarikan terhadap berwirausaha.

4. Minat Berwirausaha (Y)

Minat berwirausaha mengacu pada kecintaan atau minat pada usaha yang menuntut keberanian dalam mengambil risiko untuk menghasilkan uang. Kewirausahaan menarik karena memungkinkan seseorang untuk segera menunjukkan manfaat pengetahuan dan informasi. Selain itu, kegembiraan dan keinginan untuk melakukan kegiatan usaha menjadi faktor lain yang berkontribusi terhadap minat berwirausaha (Alma, *et al.*, 2016).

F. Definisi Operasional Variabel

Fokus definisi operasional suatu variabel adalah pada bagaimana variabel tersebut dapat diamati dan diukur. Respon positif ditempatkan di sebelah kanan garis dan respon negatif ditempatkan di sebelah kiri garis, sehingga menghasilkan data interval variabel penelitian ini menggunakan teknik semantik diferensial untuk mengukur sikap (Sugiyono, 2019). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1) Minat Berwirausaha (Y)

Minat Berwirausaha merupakan keinginan atau motivasi yang tinggi yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan yang cenderung disukai yang berkaitan dengan wirausaha. Dengan berbagai cara, ide, kreatifitas dan rasa senang yang dilakukan guna untuk mencapai tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan atau yang diminati, dimana semuanya berjalan dengan proses sebagai pengalaman belajar. Pengukuran skor responden tentang minat berwirausaha yang terdiri dari indicator : perasaan senang dengan dunia wirausaha, perasaan tertarik berwirausaha, perhatian seseorang, keterlibatan dalam berwirausaha. Pengukuran variabel minat berwirausaha menggunakan pengukuran dengan skala likert dengan penskoran dengan nilai 1,2,3,4,5,6,7. Ukuran pertama yaitu sangat

setuju (SS) dengan poin 7, setuju (S) dengan poin 6, cukup setuju (CS) dengan poin 5, netral dengan poin 4, cukup tidak setuju (CTS) dengan poin 3, tidak setuju (TS) dengan poin 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan poin 1.

2) Pembelajaran Kewirausahaan (X1)

Pembelajaran Kewirausahaan merupakan usaha secara sadar untuk memberikan pengetahuan, pemahaman dan pelatihan kepada peserta didik sehingga memiliki jiwa kewirausahaan dan berminat untuk memilih karir sebagai wirausaha. Pengukuran skor responden tentang pembelajaran kewirausahaan yang terdiri indikator : *Know What (entrepreneurial knowledge)*, *Know Why (values and motives)*, *Know Who (social interaction)*, *Know How (entrepreneurial skill and abilities)*. Pengukuran variabel minat berwirausaha menggunakan pengukuran dengan skala likert dengan penskoran dengan nilai 1,2,3,4,5,6,7. Ukuran pertama yaitu sangat setuju (SS) dengan poin 7, setuju (S) dengan poin 6, cukup setuju (CS) dengan poin 5, netral dengan poin 4, cukup tidak setuju (CTS) dengan poin 3, tidak setuju (TS) dengan poin 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan poin 1.

3) Lingkungan Keluarga (X3)

Lingkungan Keluarga merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan untuk mempromosikan keunggulan suatu produk. Selain itu, media ini digunakan untuk mempengaruhi calon pembeli atau pengguna jasa. skor responden tentang lingkungan keluarga yang terdiri indikator : bagaimana teknik keluarga memberikan pendidikan, hubungan keharmonisan keluarga, keadaan keluarga, kondisi perekonomian keluarga, pengertian kedua orang tua, bagaimana kultur budaya. Pengukuran variabel minat berwirausaha menggunakan pengukuran dengan skala likert dengan penskoran dengan nilai 1,2,3,4,5,6,7. Ukuran pertama yaitu sangat setuju (SS) dengan poin 7, setuju (S) dengan poin 6, cukup setuju (CS) dengan poin 5, netral dengan poin 4, cukup tidak setuju (CTS) dengan poin 3,

tidak setuju (TS) dengan poin 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan poin 1.

4) Fasilitas *Marketplace Facebook*

Fasilitas *Marketplace Facebook* merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan untuk mempromosikan keunggulan suatu produk. Selain itu, media ini digunakan untuk mempengaruhi calon pembeli atau pengguna jasa. Pengukuran skor responden tentang lingkungan keluarga yang terdiri indikator : konteks, komunikasi, isi konten produk, fungsi berbagi video dan foto produk. Pengukuran variabel minat berwirausaha menggunakan pengukuran dengan skala likert dengan penskoran dengan nilai 1,2,3,4,5,6,7. Ukuran pertama yaitu sangat setuju (SS) dengan poin 7, setuju (S) dengan poin 6, cukup setuju (CS) dengan poin 5, netral dengan poin 4, cukup tidak setuju (CTS) dengan poin 3, tidak setuju (TS) dengan poin 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan poin 1.

Tabel 11. Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Indikator | Pengukuran |
|----|--------------------------------|--|---------------|
| 1. | Minat Berwirausaha (Y) | 1. Perasaan senang dengan dunia wirausaha 2. Perasaan tertarik berwirausaha 3. Perhatian seseorang 4. Keterlibatan untuk berwirausaha Hamsun, dkk (2019) | <i>Likert</i> |
| 2. | Pembelajaran Kewirausahaan(X2) | 1. Know What (entrepreneurial knowledge) 2. Know Why (values and motives) 3. Know Who (social interaction) 4. Know How (entrepreneurial skill and abilities) Kirana dan Nugroho (2018) | <i>Likert</i> |
| 3. | Lingkungan Keluarga (X2) | 1. Bagaimana teknik keluarga memberikan Pendidikan 2. Hubungan keharmonisan keluarga | <i>Likert</i> |

| | | | |
|----|-------------------------------------|--|---------------|
| | | 3. Keadaan keluarga | |
| | | 4. Kondisi perekonomian keluarga | |
| | | 5. Pengertian kedua orang tua | |
| | | 6. Bagaimana kultur budaya Slameto (2013) | |
| 4. | Fasilitas Marketplace Facebook (X4) | 1. Konteks 2. Komunikasi 3. Isi konten produk 4. Fungsi berbagi video dan foto produk Ayu, Okta (2022) | <i>Likert</i> |

Sumber : Dari Berbagai Sumber.

G. Uji Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan instrumen merupakan suatu alat ukur didalam penelitian. Alat ukur yang yang baik harus memenuhi dua syarat yaitu validitas dan reliabilitas agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan valid.

1. Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono,2018). Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah alat ukur telah akurat mengukur penelitian tersebut.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Rusman (2015) menambahkan bahwa instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang ingin diukur. Dengan arti demikian uji validas dapat menjaga ketepatan atau keakuratan suatu instrumen dalam pengukuran penelitian.

Dalam pengukuran uji validitas, penelitian ini menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dari *Karl Person*. Rumus ini digunakan untuk menentukan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut Purba dan Mardaus (2020) rumus korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y_i^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N : Jumlah sampel

$\sum XY$: Total perhitungan skor item dan total

$\sum X$: Jumlah skor butir pertanyaan

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor pertanyaan

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Dengan kriteria pengujian, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan tingkat nilai $\alpha = 0,05$ maka alat ukur tersebut valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, dengan tingkat nilai dengan $\alpha = 0,05$, maka alat ukur tersebut tidak valid. Analisis pengujian hasil korelasi antara butir soal dengan skor total menghasilkan r_{hitung} , kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} menggunakan alpha (0,05 atau 5%) maka taraf signifikan sebesar 0,254. Menghasilkan keputusan; apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian valid, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen penelitian tidak valid.

Berikut adalah hasil dari uji validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian melalui aplikasi *SPSS 25.0 for windows* terhadap 60 responden dari 62 sampel pada masing- masing variabel yang ada :

a. Minat Berwirausaha

Berdasarkan kriteria uji validitas yang telah ditentukan, maka berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *SPSS 25.0 for windows* dapat dinyatakan dengan kriteria pengujian validitas instrument penelitian, yaitu jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0.05, maka dinyatakan bahwa uji instrument tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, dan nilai

probabilitas ($\text{sig.}) > 0.05$ maka uji validitas suatu instrumen penelitian dinyatakan tidak valid dan sebaliknya. Hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada variabel minat berwirausaha (Y), diketahui bahwa dari 8 item pernyataan dinyatakan valid, dengan diperoleh hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ pada hasil uji validitas terhadap 60 responden dari 62 sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 12. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha (Y)

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | R_{tabel} | Kondisi | Sig | Kesimpulan |
|--------------------|---------------------|--------------------|--|-------|--------------|
| 1 | 0,666 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,810 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,651 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,743 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,552 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 6 | 0,652 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 7 | 0,753 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 8 | 0,648 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

b. Pembelajaran Kewirausahaan (X1)

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada variabel pembelajaran kewirausahaan (X1), diketahui bahwa dari 8 item pernyataan dinyatakan valid, dengan diperoleh hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ pada hasil uji validitas terhadap 60 responden dari 62 sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 13. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1)

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | R_{tabel} | Kondisi | Sig | Kesimpulan |
|--------------------|---------------------|--------------------|--|-------|--------------|
| 1 | 0,800 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,729 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,783 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,669 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,781 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 6 | 0,819 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 7 | 0,768 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |
| 8 | 0,534 | 0,254 | $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ | 0,000 | Valid |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

c. Lingkungan Keluarga (X2)

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada variabel lingkungan keluarga (X2), diketahui bahwa dari 9 item pernyataan dinyatakan valid, dengan diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada hasil uji validitas terhadap 60 responden dari 62 sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 14. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Lingkungan Keluarga (X2)

| Item Pertanyaan | Rhitung | rtabel | Kondisi | Sig | Kesimpulan |
|--------------------|---------|--------|--------------------------|-------|--------------|
| 1 | 0,566 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,521 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,803 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,744 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,786 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 6 | 0,821 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 7 | 0,734 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 8 | 0,597 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 9 | 0,767 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

d. Fasilitas Marketplace Facebook

Hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada variabel fasilitas *marketplace facebook* (X3), diketahui bahwa dari 7 item pernyataan dinyatakan valid, dengan diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada hasil uji validitas terhadap 60 responden dari 62 sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 15. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Fasilitas Marketplace Facebook (X2)

| Item Pertanyaan | rhitung | rtabel | Kondisi | Sig | Kesimpulan |
|--------------------|---------|--------|--------------------------|-------|--------------|
| 1 | 0,821 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,758 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,900 | 0,254 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | 0,000 | Valid |

| | | | | | |
|---|-------|-------|------------------|-------|--------------|
| 4 | 0,834 | 0,254 | rhitung > rtabel | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,880 | 0,254 | rhitung > rtabel | 0,000 | Valid |
| 6 | 0,726 | 0,254 | rhitung > rtabel | 0,000 | Valid |
| 7 | 0,814 | 0,254 | rhitung > rtabel | 0,000 | Valid |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi penilaian suatu alat ukur. Menurut Azwar (2012), reliabilitas berkaitan dengan ketepatan alat ukur dalam mengukur penelitian atau ketepatan hasil pengukuran yang dilakukan (Siyoto dan Sodik, 2015). Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diterima atau berasal dari kuesioner yang disebar. Tanggapan dari suatu survei dikatakan dapat dipercaya atau reliabel jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Dalam buku Statistika Penelitian (2015), Rusman menyebutkan bahwa banyak pilihan untuk menguji reliabilitas instrumen, termasuk model *Alpha*, *Split-Half*, *Gutman*, *Parallel* dan *Strict Parallel*. Memilih model pengujian harus sesuai dengan jawaban respons yang tersedia dalam instrumen. Misalnya, jika pilihan yang tersedia terdiri dari 3 pilihan atau lebih, gunakan model *Alpha*, tetapi jika hanya ada 2 pilihan model yang digunakan adalah model *Alpha (Split-Half)*.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Cronbach Alpha*. Karena, lebih dari 3 kemungkinan jawaban. Teknik ini untuk menguji koefisien skor tanggapan responden yang dihasilkan oleh pengguna survei. Yusup (2018) mengemukakan rumus uji reliabilitas dengan teknik *Alpha Cronbach* :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas Instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan

Dengan kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan tingkat nilai $\alpha = 0,05$ maka alat ukur tersebut dapat dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, dengan tingkat nilai $\alpha = 0,05$ maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak reliabel. Setelah diperoleh hasil perhitungan, nilai yang diperoleh dapat diinterpretasikan dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 16. Nilai Interpretasi Koefisien r

| No | Koefisien r | Reliabilitas |
|----|-----------------|---------------|
| 1 | 0,8000 – 1,0000 | Sangat Tinggi |
| 2 | 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| 3 | 0,4000 – 0,5999 | Sedang |
| 4 | 0,2000 – 0,3999 | Rendah |
| 5 | 0,0000 – 0,1999 | Sangat Rendah |

Sumber: Rusman, 2019.

Berikut ini adalah hasil analisis uji reliabilitas instrumen penelitian pada setiap variabel penelitian terhadap 60 responden melalui aplikasi *SPSS 25.0 for windows* :

a. Minat Berwirausaha (Y)

Uji reliabilitas pada pengujian variabel literasi keuangan digital dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan 60 responden, dan dihitung berdasarkan 8 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,795 | 8 |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari item pernyataan variabel lingkungan keluarga, diperoleh nilai *r Alpha* sebesar 0.795, maka dapat

disimpulkan instrumen variabel persepsi risiko memiliki reliabilitas tinggi.

b. Pembelajaran Keewirausahaan (X1)

Uji reliabilitas pada pengujian variabel literasi keuangan digital dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan 60 responden, dan dihitung berdasarkan 8 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,881 | 8 |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari item pernyataan variabel lingkungan keluarga, diperoleh nilai *r Alpha* sebesar 0.881, maka dapat disimpulkan instrumen variabel persepsi risiko memiliki reliabilitas sangat tinggi.

c. Lingkungan Keluarga (X2)

Uji reliabilitas pada pengujian variabel literasi keuangan digital dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan 60 responden, dan dihitung berdasarkan 9 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 19. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Lingkungan Keluarga (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,873 | 9 |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari item pernyataan variabel lingkungan keluarga, diperoleh nilai r *Alpha* sebesar 0.873, maka dapat disimpulkan instrumen variabel persepsi risiko memiliki reliabilitas sangat tinggi.

d. Fasilitas *Marketplace Facebook* (X3)

Uji reliabilitas pada pengujian variabel literasi keuangan digital dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan 60 responden, dan dihitung berdasarkan 7 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Fasilitas *Marketplace Facebook* (X3)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,914 | 7 |

Sumber : Hasil Analisis dan Pengolahan Data, 2023.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari item pernyataan variabel fasilitas *marketplace facebook*, diperoleh nilai r *Alpha* sebesar 0.914, maka dapat disimpulkan instrumen variabel persepsi risiko memiliki reliabilitas sangat tinggi.

H. Uji Persyaratan Analisis Data

Uji analisis data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan oleh peneliti memenuhi persyaratan analisis dengan 71tatis yang telah direncanakan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 2 (dua) jenis uji analisis data, yaitu : uji normalitas dan uji homogenitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu statis dalam penelitian untuk membuktikan apakah data berdistribusi normal atau tidak. Menurut

Nasrum (2018), dalam lingkup statistik uji normalitas sering dilakukan dengan data penelitian dari sekelompok siswa pada kelas yang membentuk kurva normal (Widana dan Muliani, 2020). Uji normalitas merupakan syarat untuk melakukan perhitungan statistic parametrik, dalam uji statistic parametrik data yang diteliti harus berdistribusi normal. Bukti data terdistribusi normal dilakukan dengan menguji normalitas data. Selain untuk membuktikan sampel berdistribusi normal atau tidak, pengujian normalitas dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam menentukan jenis statistic yang akan digunakan dalam penelitian. Jika data dinyatakan normal maka analisis statistic yang digunakan adalah analisis statistic parametrik. Namun, jika data tidak terdistribusi normal maka, digunakan analisis statistic non-parametrik.

Dalam uji normalitas peneliti menggunakan metode *Kolmogorov- Smirnov Test*. Menurut Pratama dan Permatasari (2021), pengambilan kesimpulan hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov Smirnov*, dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data memiliki karakteristik yang sama atau berbeda. Menurut Widana dan Muliani (2020) menjelaskan bahwa uji homogenitas merupakan prasyarat dalam analisis statistic yang harus dibuktikan apakah dua atau lebih kelompok sampel data berasal dari populasi dengan jenis yang sama atau tidak. Pengujian homogenitas dilakukan untuk memberikan kepercayaan bahwa sekelompok data yang dimanipulasi dalam analisisnya berasal dari populasi yang memiliki varian homogen.

Dalam penelitian ini, peneliti menguji homogenitas dengan metode *Levene Statistic*. Usmani (2020) menyebutkan bahwa metode *Levene Statistic* digunakan untuk menguji kesamaan varians dari beberapa populasi.

Hipotesis dalam uji homogenitas adalah :

$$H_0: \sigma^2_1 = \sigma^2_2 = \dots = \sigma^2_k$$

$$H_1: \sigma_i \neq \sigma_j \text{ untuk sedikitnya satu pasang } (i,j)$$

Rumus *Levene Statistic* :

$$W = \frac{(n-1) \sum_{i=1}^k n_i (Z_i - Z)^2}{(k-1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - Z_i)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah perlakuan

k : Banyak kelompok

($Z_{ij} = Y_{ij} - Y_i$)

Y_i : Rata – rata dari kelompok ke – i

Z_i : Rata – rata kelompok dari Z_i

Z_{\dots} : Rata – rata menyeluruh dari Z_{ij}

Daerah kritis :

Tolak H_0 jika $W > F(\alpha; k - 1, n - k)$

I. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan dalam model regresi dapat diterima secara ekonometrik. Dalam penelitian ini, asumsi klasik diuji dengan menggunakan uji linieritas garis regresi, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

1. Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah linier atau tidak. Linier memiliki arti hubungan seperti garis lurus. Uji linieritas digunakan sebagai persyaratan analisis ketika data penelitian menggunakan regresi linier sederhana atau regresi linier berganda. Pengujian dirancang untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian adalah linier.

Widana dan Muliani (2020) mengungkapkan bahwa konsep linearitas mengacu pada gagasan apakah variabel dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen dalam hubungan tertentu. Sejalan dengan pernyataan tersebut Rusman (2015) mengatakan untuk melakukan uji linearitas diperlukan rumus hipotesis, sebagai berikut :

H_0 : Model regresi berbentuk linear

H_1 : Model regresi berbentuk non linear

Kriteria pengambilan keputusan :

a) Menggunakan Koefisien Signifikansi (SIG)

Apabila nilai sig pada deviation from linearity $> \alpha$ maka H_0 diterima dan sebaliknya tidak diterima.

b) Menggunakan Harga Koefisien F

Apabila *deviation from linearity* atau F Tuna cocok (TC) dibandingkan dengan Ftabel.

Kriterianya diterima H_0 apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan dk pembilang = $K-2$ dan dk penyebut = $n-k$, sebaliknya H_0 ditolak (Sujana 2008 dalam Rusman 2015).

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terdapat hubungan linier yang sempurna atau variabel bebas dalam model regresi. Mardiatmoko (2020) mengungkapkan bahwa sebuah model regresi dikatakan memiliki multikolinieritas jika terdapat fungsi linier sempurna pada beberapa atau semua variabel bebas dalam fungsi linier. Sejalan dengan pendapat tersebut Sudarmanto (2005), mengatakan multikolinieritas bertujuan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan linier variabel bebas dengan variabel (bebas) lainnya (Rusman, 2015).

Apabila diuji dengan analisis regresi linier berganda, terdapat lebih dari satu variabel bebas atau variabel bebas lainnya yang diduga

mempengaruhi variabel terikat (variabel dependen). Pengujian dapat dibenarkan jika terdapat hubungan linier (multikolinearitas) antara variabel bebas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji multikolinearitas dengan metode Pearson Product Moment, sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XiYi - \sum Xi\sum Yi}{\sqrt{(n\sum Xi - (\sum X)^2)(n\sum Yi^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi

$\sum X$: Penjumlahan variabel X

$\sum Y$: Penjumlahan variabel Y

$\sum X\sum Y$: Perkalian penjumlahan variabel X dan Y

Dengan kriteria pengujian, apabila rhitung < rtabel dengan dk = n dan $\alpha = 0,05$ maka, H_0 diterima berarti tidak terjadi multikorelasi dan sebaliknya apabila rhitung > rtabel dengan dk = n dan $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti terjadi multikorelasi.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan suatu kondisi dimana dalam model regresi terdapat korelasi antara residual pada periode t dan residual pada periode sebelumnya (t-1) (Mardiatmoko, 2020). Model regresi yang baik adalah yang tidak ada autokorelasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji autokorelasi dengan pendekatan metode *Durbim-Watson*. Menurut (Santoso, 2002) dalam (Khaeruman, 2018) metode tabel Durbin-Watson dimana secara umum dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Jika angka D-W dibawah -2 berarti autokorelasi positif
- b. Jika angka D-W diatas +2 berarti autokorelasi negative
- c. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2 berarti tidak ada autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bentuk pengujian untuk mengetahui ketidaksamaan variabel residual satu dan lainnya. Menurut Mardiatmoko (2020) Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi dimana terjadi ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Sejalan dengan pendapat tersebut Suliyanto (2011) berpendapat bahwa heteroskedastisitas berarti terdapat varians variabel dalam model regresi tidak sama (Rusman, 2015). Untuk menguji heteroskedastisitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode Metode *Rank Spearman*. Rumus koefisien korelasi Rank Spearman (Adriansyah dan Rahmadani, 2018), sebagai berikut :

$$rs = 1 - \frac{\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

- Rs : Koefisien korelasi *rank spearman*
 di : Selisih mutlak antara variabel X dengan variabel Y
 n : Banyaknya responden ataupun sampel yang diteliti

Uji heteroskedastisitas menggunakan korelasi *Rank Spearman's* (Rusman, 2015) sebagai berikut:

- a. Rumusan hipotesis :
 - 1) H0 : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel penjelas dan nilai mutlak dari residual.
 - 2) H1 : Ada hubungan sistematis antara variabel penjelas dan nilai mutlak dari residual.
- b. Kriteria Pengujian Hipotesis:
 - 1) Jika koefisien signifikansi (Sig.) adalah hubungan antara variabel bebas dengan residual absolutnya (ABRESID) lebih besar dari yang dipilih (misalnya 0,05), maka dapat dinyatakan tidak terjadi

heteroskedastisitas antara data observasi, yang berarti menerima H_0 , dan sebaliknya.

- 2) Jika koefisien signifikansi (Sig.) adalah hubungan antara variabel bebas dan residual absolutnya (ABRESID) lebih kecil dari yang dipilih (misalnya 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa heteroskedastisitas antar data observasi yang berarti menolak H_0 .

J. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah suatu asumsi yang belum diketahui kebenarannya sehingga asumsi tersebut memerlukan pengecekan. Hipotesis penelitian adalah suatu data penelitian yang telah diuji dan dapat memutuskan suatu kesimpulan. Jika hipotesis dibuat secara khusus dan berkaitan dengan parameter populasi, maka hipotesis tersebut disebut hipotesis statistik. Abdullah (2015) mendefinisikan hipotesis sebagai asumsi atau pernyataan yang mungkin benar mengenai parameter populasi. Bagi peneliti untuk mengetahui apakah asumsi yang telah dibuat mengenai parameter populasi benar atau salah, maka perlu dilakukan pengujian dengan menggunakan data dari sampel. Hipotesis dalam penelitian menggunakan pengujian secara parsial dan pengujian secara simultan.

1. Pengujian Secara Parsial

Uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji signifikansi suatu koefisien, regresi/parsial. Tes parsial ini mempertimbangkan nilai t pada taraf signifikansi 5%, maka secara parsial.

2. Pengujian Secara Simultan

Uji simultan (uji-F), memiliki arti variabel bebas yang berpengaruh sama terhadap variabel terikat. pengujian dilakukan dengan menggunakan uji distribusi-F, yaitu dengan membandingkan nilai kritis F tabel dengan nilai F hitung yang dimasukkan ke dalam tabel ANOVA.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam uji. Uji tersebut adalah regresi linier sederhana dan regresi linier berganda.

1. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis statistik parametrik dimana data yang digunakan harus ada skala pengukuran interval minimum dan terdistribusi normal. Analisis linier sederhana berfungsi untuk membantu peneliti dalam mengetahui pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (Rusman, 2015). Rumus regresi linier sederhana menurut (Sugiyono 2018 dalam Fatmawati dan Lubis 2020) yaitu :

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

- Y : Subjek dalam variabel dependen yang dapat diprediksi.
- A : Harga Y, ketika harga $X = 0$ (harga konstan).
- B : Arah angka atau koefisien regresi, dimana menunjukkan peningkatan atau penurunan variable dependen berdasarkan variabel independen. Jika $b (+)$ maka meningkat, dan jika $b (-)$ maka terjadi penurunan.
- X : Subjek pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu.

2. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel terikat/respon (Y) dengan dua atau lebih variabel/prediktor bebas (X_1, X_2, \dots, X_n). Memprediksi variabel dependen/nilai respons (Y) jika nilai variabel independen/prediktor (X_1, X_2, \dots, X_n) diketahui. Selain itu, uji linier berganda berfungsi untuk mengetahui bagaimana arah hubungan antara variabel dengan variabel bebas. Rumus metode Regresi Linier Berganda menurut (Sinaga dkk., 2022) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

- Y : Variabel terikat (variabel yang akan diprediksi)
 a : Konstan
 b1, b2, ..., bn : Nilai koefisien regresi
 X1, X2, ..., Xn : Variabel bebas

Jika terdapat 3 variabel bebas yaitu X1, X2 dan X3 maka bentuk persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Ada beberapa tahapan dalam menyelesaikan masalah dengan metode Regresi Linier Berganda, yaitu:

1. Mengetahui data training. Data training biasanya diambil dari data historis yang telah terjadi sebelum atau data masa lalu dan sudah terlihat di kelas tertentu.
2. Tentukan variabel bebas dan variabel terikat.
3. Mencari nilai persamaan regresi linier berganda
4. Menentukan nilai konstanta dan koefisien regresi

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis beserta analisis yang dilakukan pada pembelajaran kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan fasilitas *marketplace facebook* terhadap minat berwirausaha siswa, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh positif Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada siswa XI SMA Negeri1 Ketapang.
2. Ada pengaruh positif Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada siswa XI SMA Negeri 1 Ketapang.
3. Ada pengaruh positif Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha pada siswa XI SMA Negeri 1 Ketapang.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Fasilitas *Marketplace Facebook* terhadap Minat Berwirausaha pada siswa XI SMA Negeri 1 Ketapang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah didapat. Peneliti memberikan saran dan rekomendasi sebagai berikut.

1. Pelaksanaan dan pemberian pembelajaran kewirausahaan kepada siswa di SMA Negeri 1 Ketapang perlu untuk lebih ditingkatkan. Peningkatan tersebut dapat dilakukan melalui pemberian model pembelajaran yang lebih kreatif dan inovatif sehingga siswa tidak

merasa bosan dan jenuh ketika pembelajaran dilakukan.

2. Pemberian tugas kreatif melalui tugas proyek dimana siswa diharuskan untuk menjual produk dengan ide dan inovasi yang mereka miliki. Output dari penugasan tersebut dapat mendorong minat berwirausaha pada siswa.
3. Pihak sekolah atau instansi terkait dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa, sebaiknya meningkatkan variasi metode dan model pembelajaran kewirausahaan yang ada. Pemberian model pembelajaran seperti model *experiential learning* merupakan model yang efektif untuk membelajarkan prakarya dan kewirausahaan (PKWU) karena dapat memungkinkan siswa untuk mengalami sendiri bagaimana berwirausaha sehingga tujuan dari mata pelajaran PKWU dapat tercapai. Sekolah juga dapat menambah penyediaan fasilitas seperti ruang praktik kewirausahaan serta penyediaan buku-buku terkait bidang wirausaha di perpustakaan. Sehingga selain pembelajaran di kelas siswa juga dapat melakukan praktik kewirausahaan agar dapat mendorong minat berwirausaha siswa.
4. Diharapkan kepada siswa untuk meningkatkan lagi minat berwirausaha, dengan cara mengikuti berbagai macam kegiatan atau seminar yang berkaitan dengan kewirausahaan, lebih efektif lagi dalam menggunakan media sehingga bisa memberikan manfaat untuk mendorong minat yang dimiliki.
5. Bagi orang tua dan keluarga diharapkan bisa membantu memberikan arahan serta pemahaman terkait dengan wirausaha serta mendorong anak untuk mengembangkan minat yang dimiliki semaksimal mungkin. Memberikan dukungan moril dan materil bagi keluarga yang cukup mampu untuk memberikan hal tersebut sehingga siswa tidak memiliki keraguan untuk memulai berwirausaha.
6. Penggunaan fasilitas *marketplace facebook* terhadap minat berwirausaha diharapkan kepada siswa dapat lebih memaksimalkan pemanfaatan media sebagai sumber dukungan untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Oleh karena itu, sebaiknya diadakan praktik lapangan dengan mengkreasikan hasil kreatifitas melalui media *marketplace facebook* dan mencoba untuk

melakukan promosi di laman *marketplace facebook* sehingga memberikan pengalaman langsung dalam menggunakan dan mempromosikan produk melalui *marketplace facebook*.

7. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas lagi subjek penelitian beserta faktor-faktor lainnya yang belum diteliti oleh penulis, sehingga bisa mempengaruhi minat berwirausaha siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2015). Metode penelitian kuantitatif.
- Aghniya, N. I., & Subroto, W. T. (2021). Faktor–faktor yang memengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 1891-1903.
- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Dengan *Self Efficacy* Sebagai Variabel Moderating. 7(3), 878–893.
- Aini, F. K. (2021). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. *Student Repository Journal*.
- Alfazani, M. R. (2021). Faktor Pengembangan Potensi Diri: Minat/Kegemaran, Lingkungan Dan Self Disclosure (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 586-597.
- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media Facebook, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(2), 164-172.
- Alma, Buchari. (2017). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Alfabeta: Bandung.
- Amanda, S. (2021). Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pertanian Padi Di Nagari Lansek Kodok Kecamatan Rao Selatan Kabupaten Pasaman. *Uin Suksa Riau*, 12.
- Azwar, Saiffudin. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2022. *Statistik Indonesia Tahun 2022*. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2022. *Pendataan Hasil Sensus Penduduk dan Proyeksi Penduduk*. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik.

- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2022. Pendataan Tingkat Pengangguran Terbuka. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung , 2022. Pendataan Tingkat Pengangguran Terbuka Provinsi Lampung. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik.
- Baktiningsih, B., Arafat, Y., dan Wahidy, A. 2021. Analisis Minat Berwirausaha di Kalangan Siswa. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 28(1).
- Chengalvala, S., & Rentala, S. (2017). Intentions Towards Social Entrepreneurship Among University Students In India. *International Journal Of Research Granthaalayah*, 5(6), 406–413.
- Chusumastuti, D. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Online Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 77-85.
- Dalimunthe, Y. M., Rizal, Yon., & Nurdin, N. (2016). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan, Budaya Organisasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, 4(2).
- Darmiyati, D., Sudjarwo, S., & Pujiati, P. (2017). Pengembangan Modul Prakarya dan Kewirausahaan Berorientasi Pembelajaran Kontekstual Untuk Siswa SMA. *Jurnal Studi Sosial*, 5(3), 132756.
- Dorahman, B. (2020). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Di Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Indonesian Journal of Elementary Education (IJOEE)*, 1(1).
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi. Jambi University.
- Fahmi, Reza., dan Amanda, Tri. (2017). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2 (1): 1-10.
- Farida, S., & Nurkhin, A. (2016). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan self efficacy terhadap minat berwirausaha siswa SMK program keahlian Akuntansi. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1).
- Fathiyannida, S., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi

Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 4(2), 83- 94.

- Fitriyana, F., Nuryani, A., dkk (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. 2(2), 206–211.
- Gerba, Dugassa Tessema. 2012. Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. *Journal of Economic and Management Studies*, 3(2): 258-277.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of business research*, 69(12), 5833-5841.
- Gustina, M., & Sumiati, A. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Jakarta. 133–151.
- Hamsun, H., Natsir, M., Mile, Y., & Yuniar, L. S. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Kepribadian, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Tadulako. *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral*, Akuntabel, Objektif, 2(1), 159-170.
- Haryati, H. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Dengan Menggunakan Facebook Sebagai Media Online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 2(3 Sept), 309-314.
- Hasbullah, Jousairi 2012. *Modal Sosial (Menuju Kebudayaan Indonesia)*, Jakarta: MR-United Press.
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education and Training*, 62(7–8), 843– 861.
- Hasanah, M. (2019). *Kewirausahaan. K-Media* : Yogyakarta.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., & Saputra, D. H. (2020). Kewirausahaan dan UMKM.
- Herdhiansyah, D., Asriani, A., & Rismawan, Y. (2023). Pemanfaatan Marketplace Facebook sebagai Media Promosi dan Pemasaran Tanaman Hidroponik. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(1), 235-245.
- Hidayat, R. A. (n.d.). Ilmu Pendidikan (Konsep, Teori, dan Aplikasinya).

- Hidayat, S. (2017). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E- Commerce Di Indonesia. *8*(2), 415–420.
- Herdiansyah, Dhian (2023). Pemanfaatan Marketplace Facebook sebagai Media. *6*(1), 235–245.
- Indah, P. (2021). Pengelolaan Program Kursus dan Pelatihan untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Peserta Didik di SKB Purwokerto (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Irham. (2014). Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Karibera, M. P., Fanggidae, R. E., Nursiani, N. P., & Guterres, A. D. (2023). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Sikap Kewirausahaan, Dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Journal Of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, *16*(1), 185-196.
- Kuntowicaksono. (2012). Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Journal of Economic Education, Vol. 1*.
- Kusnadi, Novita (2017). *Kewirausahaan.K-Media* : Yogyakarta.
- Kusumadewi, V. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha 105–112.
- Lestari, D. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha: Survey pada Mahasiswa yang Mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha dan Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan di Universitas Pendidikan Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Lingga, Rizky (2014). The Influence Of Personality , Family Environment , And Entrepreneurship Education Towards Interest Entrepreneurship oleh Wakil Ketua Umum Kadin Bidang. *3*, 1–18.
- Maha, J. (2020). Pengaruh Mental Berwirausaha dan Modal Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2017 (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Medan).
- Mardiatmoko, Gun. 2020. Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis RegresiLinier Berganda (Studi Kasus PenyusunanPersamaan Allometrik KenariMuda [Canarium Indicum L.]).*Jurnal Ilmu*

Matematika dan Terapan. Vol 14. No 3.

- Maria, K., & Sinaga, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
- Maydiantoro, A., Rahmah Dianti Putri, R., & Darwin Bangun, D. (2015). Analisis Jiwa Kewirausahaan Siswa dan Kompetensi Guru Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 5(2), 143-260.
- Meisitha, Letty., Pujiati, P., & Suroto, S. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Program Market Day di Sekolah Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa. *Economic Education And Entrepreneurship Journal* (2020) 3 (1): 18-24 p- ISSN: 2579-5902 e-ISSN: 2775-2607, 3(1), 18-24.
- Meifiani, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha. 4(X).
- Melyana, I. P., & Pujiati, A. (2015). Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *JEE*, Vol 1.
- Melyana, I. P., Rusdarti, & Pujiati, A. (2015). Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha melalui Self-Efficacy. *Journal of Economic Education*, Vol. 4, No. 1.
- Mulyana, M., & Puspitasari, R. (2014). Analisis Faktor-faktor Yang Membentuk Minat Berwirausaha Siswa SMK di Kota Bogor. Bogor: Universitas STIEK Bogor.
- Mulyandi, M. R., & Puspitasari, V. A. (2018), September). Industri kreatif, media sosial, Dan minat berwirausaha: Sinergi menuju pembangunan berkelanjutan. In National Conference of Creative Industry.
- Nasution, M. F., & Panggabean, S. M. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Pendapatan Orangtua terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII Pemasaran SMK Negeri 7 Medan TA 2018/2019. *Niagawan*, 8(1), 16-26.
- Nasution, Regi Utami. (2022). "Strategi Memulai Bisnis baru dalam berwirausaha." *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 3.3: 163-175.
- Ningsih Lestari, D. (n.d.). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk N 7 Yogyakarta Dwi Lestari Ningsih The Effect Of Entrepreneurship Learning And Family Environment Towards Interest Of Entrepreneurs Of Class XI SMK. 1, 152–161.

- Nugraheni, W., & Mustikawati, R. I. (2022). Pengaruh Prestasi Belajar Prakarya Dan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI IPS. *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 11(10), 41-60.
- Nurfitriana, E. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Lingkungan Keluarga Melalui Motivasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Tahun 2018.
- Okta Putri, A. (2022). *Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Umkm (Studi Kasus Pedagang Kuliner Umkm Dikecamatan Ujungbatu)*. 04(01), 568–578.
- Parwati, Suryawan, & Apsari, R. A. (2019). Belajar dan pembelajaran. PT. Raja Grafindo Persada-Rajawali Pers.
- Parwati, Suryawan, & Apsari, R. A. (2023). Belajar dan pembelajaran. PT. Raja Grafindo Persada-Rajawali Pers.
- Prabowo, Setyawan, dkk (2022). Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Penjualan Madu Istighfar di Kabupaten Kediri. *JAMU: Jurnal Abdi ...*, 3(01), 22–28.
- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.
- Pratama, S. A., & Permatasari, R. I. (2021). Pengaruh penerapan standar operasional prosedur dan kompetensi terhadap produktivitas kerja karyawan divisi ekspor pt. Dua kuda indonesia. *Jurnal ilmiah m-progress*, 11(1).
- Pratiwi, Diana (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi , *Volume 6 No 3 Tahun 2018*. 6(3), 138–143.
- Prihantoro, W. S. G., & Hadi, S. (2016). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap sikap mental kewirausahaan. *Economic education analysis journal*, 5(2), 705-705.
- Primandaru, N. (2017). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa. Yogyakarta State University.
- Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 7911-7915.
- Purwadi, A., Agustina, A., Sulisty, F. D., Rahmadi, U. T., & Aisha, A. (2020).

Pengelolaan pendidikan vokasi yang bermutu pada SMK bidang kepariwisataan.

- Purwanto, Ngalim.(2007).Psikologi Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puspita, (2022). Pemanfaatan Marketplace Facebook dan Shopee Sebagai Media Pemasaran pada Masa Covid 19 dan Omicron (Studi Kasus : Ibu-Ibu PKK di Desa Langau Seprang). Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, Dan Teknologi, 824–831.
- Puspita, P. A., Ramadhani, P., Anggraini, R., Parwati, T., & Ramadani, N. (2022, July). Pemanfaatan Marketplace Facebook dan Shopee Sebagai Media Pemasaran Pada Masa Covid 19 dan Omicron (studi kasus: Ibu-Ibu PKK di Desa Langau Seprang). In Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora Dan Teknologi (pp. 824-831).
- Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 224–236.
- Putri, Rahmah Dianti, Erlina, Rufaidah, Albet Maydiantoro (2020) Peningkatan Kompetensi Guru Kewirausahaan Sekolah Menengah Kejuruan Melalui Pelatihan Kewirausahaan. Sakai Sambayan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (2). 87-92.
- Putri, Rahmah. Dianti., Rahmawati, Fanni., & Suroto, S. (2019). The Effect of Entrepreneurship Courses and Creativity Program on Students' Interest in Entrepreneurship. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 9(1), 74-80.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Rahman, Abdul (2022). *Pengertian pendidikan, ilmu pendidikan dan unsur-unsur pendidikan*. 2(1), 1–8.
- Ridoi, I. (2018). Manajemen Program Kewirausahaan Kelompok Usaha Siswa (Kus) Guna Peningkatan Jiwa Entrepreneurship Siswa Di SMA Negeri 1 Purwareja Klampok Tahun 2016 (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).
- Rifai, I. A., & Sucihatningsih, D. W. P. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Pelaksanaan Kegiatan Business Center Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 2 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Journal of Economic Education*, 5(1), 39-51.
- Rimadani, F., & Murniawaty, I. (2018). Pengaruh pendidikan kewirausahaan,

business center dan kreativitas siswa terhadap jiwa berwirausaha siswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 976-991.

- Riyanto, J. (2020). *Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis*. 4, 940–946.
- Rusman.T.(2015).*Statistika Penelitian*.Yogyakarta : Graha Ilmu.
Rusman.T.(2023).*Statistika Penelitian*.Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Saâ, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh penggunaan instagram dan efikasi diri melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18-32.
- Sari Puspita, P. (2017). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Berwirausaha.
- Sari, D. L., Pujiati, P., & Rahmah Dianti Putri, R. (2020). Literasi Keuangan Mahasiswa Ditinjau dari Gender, Teman Sebaya, dan Pembelajaran Kewirausahaan. *Economic Education And Entrepreneurship Journal* (2020) 3(1): 1-9 p-ISSN: 2579-5902 e-ISSN: 2775-2607, 3(1), 1-9.
- Semiawan. (2020). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan,Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha.2(4),19-28.
- Setiyanto, Widiartanto (2023). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Marketplace Facbook Dalam Menunjang Kegiatan Pemasaran Pelaku UMKM Pada Rumah BUMN Purbalingga. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 5(1), 1–9.
- Shoddiq, (2022). The Effectiveness of Promotion through Instagram and Facebook on Sales Volume. 3(1), 205–216.
- Simatupang, S., Efendi, E., & Putri, D. E. (2021). Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*, 22(1), 28-41.
- Singgih Santoso, 2002. *BukuLatihan SPSS Statistic Parametik*.Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspetasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasiswa Saraswati Denpasar. 1(1), 337–380.
- Slameto. (2013) *Belajar Dan Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha*. Jakarta : Rineka cipta.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*.

- Sugiyono. (2013), *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*(Bandung: ALFABETA).
- Sugiyono. (2019), *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*(Bandung: ALFABETA).
- Sugiyono. (2022), *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*(Bandung: ALFABETA).
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Supriyanto, S., & Rizal, Y. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Semangat Kewirausahaan Santri Di Pondok Pesentren Nurul Huda Lampung. *Jurnal Perspektif Pendidikan*, 8(2), 1-10.
- Susanto, S. C. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(3), 277-286.
- Syaifudin, A. (2017). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat, Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tung, Lo-Choi. 2011. *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of Engineering Students (Doctoral Dissertation).*
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, Vol. 7, Hal. 1.
- Vernia, D. M. 2018. Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha di SMK Nurul Iman Jakarta. *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 10-16.
- Wahyuningtyas, M. (2021). Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk UMKM (Studi Kasus UMKM Sejoli Jamu Instan Di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo).
- Wardayanti. (2018). Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi The Effect Of Personality , Family Environment , And Peer Group Toward Interest In Entrepreneurship Of Accounting Education. *XVI*(2).
- Wiani, A., Ahman, E., Machmud, A., & Peelitian, A. L. B. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Di Kabupaten Subang. *3*(5), 227–238.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis.

- Widianti, A. (2022). Minat Beli Konsumen Secara Online (Studi Empiris Pada Situs Forum Jual Beli) Skripsi Program Studi Ekonomi Syari ' Ah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.
- Wispondono, R. M. M. (n.d.). *Risti, Wispondono Analis Pengaruh Faktor Efikasi Diri. c*, 34–56.
- Wispondono, R. M., & Fawziyah, R. (2021). Analis Pengaruh Faktor Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Eco-Entrepreneur*, 7(1), 34-56.
- Wulandari, dkk (2020). Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk UMKM Di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(November), 96–101.
- Yulandari, (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik XII Pemasaran SMKN 3 Pontianak. *11*, 2575– 2582.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer DanInformatika*, 6(2), 43-48.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen peelitian kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.
- Zulkifli., & Meifiani, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau. *Jurnal Tanarru' : Islamic Banking and Finance*.
- Zulkarnaini, Z. (2021). Analisa Faktor Tingkat Keberhasilan Digital Marketing Lewat Media Sosial Facebook. *Analisa Faktor Tingkat Keberhasilan Digital Marketing Lewat Media Sosial Facebook*.