

**PEMBELAJARAN PEMASARAN *ONLINE*, *SELF EFFICACY*  
DAN MINAT BERWIRUSAHA *ONLINE* KELAS XI PEMASARAN  
SMK NEGERI SURAKARTA**

Shofiana Fadhilah<sup>1</sup>, Sri Wahyuni<sup>2</sup>, Jonet Ariyanto Nugroho<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa S-1 Pendidikan Ekonomi

<sup>2</sup>Dosen Pendidikan Ekonomi

Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sebelas Maret Surakarta

Email: [shofianafadhilah@gmail.com](mailto:shofianafadhilah@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This research aimed to find out whether or not there was an effect of (1) online marketing learning and self-efficacy factors to the online entrepreneurship interest on XI-grade Marketing skill competency in SMK Negeri Surakarta City; (2) online marketing learning factor to the online entrepreneurship interest on XI-grade Marketing skill competency in SMK Negeri Surakarta City; and (3) self efficacy factor to the online entrepreneurship interest on XI-grade Marketing skill competency in SMK Negeri Surakarta City.*

*The population of research was the students of SMK Negeri Surakarta. The sample consisted of 135 students taken using Isaac and Michael's formula. The sampling technique used was proportional random sampling with lottery. This research method used is quantitative method with a descriptive design. Technique of collecting data used was questionnaire. Technique of analyzing data used was a multiple regression. Significance level used in this research was 0.05.*

*The results of research were as follows. Firstly, there was a positive significant effect of online marketing learning and self-efficacy factors on the online entrepreneurship interest of students with the test result of  $F_{statistic} > F_{table}$  ( $5.816 > 3.065$ ) at significance level of 0.05 with regression equation  $Y = 27.345 + 0.189X_1 + 0.215X_2$ . Secondly, there was a positive significant effect of online marketing learning factor on the online entrepreneurship interest of students with probability value  $< 0.05$  ( $0.031 < 0.05$ ) and  $t_{statistic} > t_{table}$  ( $2.177 > 1.979$ ). Thirdly, there was a positive significant effect of self-efficacy factor on the online entrepreneurship interest of students with probability value  $< 0.05$  ( $0.024 < 0.05$ ) and  $t_{statistic} > t_{table}$  ( $2.278 > 1.97$ ). The coefficient of determinacy ( $R^2$ ) was 0.081 or 8.1%.*

**Keywords:** *Online Entrepreneurship Interest.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh (1) pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta; (2) faktor pembelajaran pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta; dan (3) faktor *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri Surakarta. Sampel penelitian ini sebanyak 135 siswa yang diambil dari rumus *Isaac* dan *Michael*. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah *proporsional random sampling* dengan undian. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kuantitatif dengan desain deskriptif. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan regresi ganda. Taraf signifikansi yang di gunakan dalam penelitian ini sebesar 0,05.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut ini. *Pertama*, ada pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* bersama-sama terhadap minat berwirausaha *online* siswa dengan hasil uji  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $5.816 > 3.065$ ) pada taraf signifikansi 0,05 dengan persamaan regresi  $Y = 27.345 + 0,189X_1 + 0,215X_2$ . *Kedua*, ada pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha *online* siswa dengan nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $0,031 < 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.177 > 1.979$ ). *Ketiga*, ada pengaruh positif dan signifikan antara *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa dengan nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $0,024 < 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.278 > 1.979$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,081 atau sebesar 8,1%.

**Kata Kunci:** Minat Berwirausaha *Online*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Era modern ini merupakan suatu tantangan tersendiri bagi lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pelayanan pendidikan kepada masyarakat. Pendidikan adalah wahana untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Pemerintah dalam rangka

mencerdaskan kehidupan bangsa berupaya dengan mengembangkan sektor pendidikan secara terarah, bertahap, dan terpadu untuk pembangunan kehidupan bangsa, baik dalam bidang ekonomi, ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial, budaya maupun pertahanan dan keamanan.

Bekal ilmu dan pengetahuan yang

diberikan dalam kegiatan pembelajaran di setiap jenjang pendidikan belum dikembangkan bagi lulusan dalam suatu kegiatan perekonomian, sehingga permasalahan klasik dalam perekonomian di Indonesia yang perlu ditangani oleh pemerintah adalah masalah pengangguran. Umumnya pengangguran disebabkan oleh jumlah angkatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lapangan kerja yang tersedia dan semakin banyak perusahaan-perusahaan yang mengurangi jumlah karyawan. Data tentang pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan tinggi di Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS) dijelaskan bahwa selama satu tahun jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2015 mengalami peningkatan di banding Februari 2015. Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mendominasi angka pengangguran sebesar 12,65%, fakta ini menunjukkan bahwa pengangguran lulusan SMK masih tinggi di Indonesia. Berbagai permasalahan akan timbul akibat adanya pengangguran, baik yang berhubungan dengan kestabilan ekonomi, kesejahteraan masyarakat maupun individu yang mengalaminya. Dikutip dari ([www.jpnn.com](http://www.jpnn.com)) menyatakan bahwa, "Jumlah wirausahawan di Indonesia baru 0,18% dari jumlah penduduk, masih jauh di bawah negara lain. Suatu negara dengan wirausahawan minimal 2% dari jumlah penduduk akan lebih maju dan stabil perekonomiannya.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah bentuk pendidikan formal di Indonesia yang bertujuan menghasilkan tenaga kerja terampil sesuai dengan kompetensinya. Oleh karena itu, setelah tamat dari SMK lulusannya diharapkan siap untuk memasuki lapangan kerja sebagai tenaga kerja atau berwirausaha dan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Tujuan ini tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 pasal 26 ayat 3 menyatakan bahwa standar kompetensi lulusan satuan pendidikan menengah kejuruan yaitu untuk meningkatkan pengetahuan, kecerdasan, kepribadian, akhlak mulia, keterampilan agar lebih mandiri, serta dapat mengikuti jenjang pendidikan yang lebih tinggi sesuai dengan kejuruannya, yaitu dapat menguasai kompetensi program keahlian dan kewirausahaan dengan tujuan untuk memenuhi persaingan dunia kerja.

Program Pemasaran termasuk dalam salah satu kompetensi keahlian yang ada di SMK. Salah satu tujuan dari jurusan Pemasaran adalah untuk membekali peserta didik pengetahuan dan juga keterampilan dibidang pemasaran untuk menjadi usahawan yang mandiri. Berdasarkan *tracer study* yang dilakukan di SMK Negeri 1,3,6 Surakarta diketahui bahwa persentase lulusan yang berwirausaha sangat kecil. Rata-rata memilih bekerja sebagai karyawan di

perusahaan, dan melanjutkan *study* ke perguruan tinggi. Hal ini menunjukkan rendahnya siswa lulusan dari ketiga SMK tersebut yang berwirausaha.

Minat memiliki peranan penting untuk memulai suatu pekerjaan, jika seseorang memiliki minat terhadap objek tertentu, maka ia akan cenderung memberikan perhatian yang lebih besar dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, sehingga dapat dikerjakan dengan hasil yang baik. Sehubungan dengan pengertian minat berwirausaha, Fuadi, Eko dan Murdani (2009: 93) mengungkapkan:

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan seseorang terhadap ide-ide untuk bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi sehingga, menerima tantangan, percaya diri, lebih kreatif dan inovatif serta memiliki kemampuan dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhannya.

Salah satu strategi agar lulusan SMK dapat berwirausaha dengan mudah dan murah adalah perlu menggunakan teknologi dan sistem informasi. Penjualan dengan menggunakan teknologi dan informasi disebut dengan *e-commerce*. Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013:7) *E-commerce* adalah, “Penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu,

pemerintah dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer atau media jaringan”.

Minat berwirausaha timbul karena ada faktor yang mempengaruhinya. Menurut Alma (2007: 9) faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah *personal, sosiological, dan environmental*. Sedangkan menurut Robinson dan Sexton (1994); Bates (1995) dalam Millman et.al (2010: 572) salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah pendidikan. Pendidikan formal maupun informal berperan dalam kewirausahaan. Pendidikan akan memberikan bekal pengetahuan dalam mengelola usaha dan memberi dorongan bagi seseorang untuk dapat menjadi wirausahawan. Kaitannya dengan pendidikan formal, Kurikulum 2013 menerapkan salah satu mata pelajaran pemasaran *online* yang diajarkan untuk SMK kompetensi keahlian Pemasaran di kelas X dengan tujuan mendukung dalam peningkatan produktivitas dan kemampuan siswa berbisnis secara *online*. Pembelajaran pemasaran *online* yang diajarkan kepada siswa diharapkan mampu meningkatkan minat siswa untuk memulai dan mengembangkan usaha baik secara *off-line* maupun *online* agar siswa mempunyai keyakinan dan kepercayaan diri dalam memulai dan mengembangkan usaha dan tidak bergantung pada orang lain. Pembelajaran pemasaran *online* memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada siswa bagaimana caranya

memanfaatkan sistem *online* dalam pemasaran produk atau jasa. Penelitian oleh Erfianto, Rahayu, Kusumajanto (2015: 54) mengatakan bahwa “Siswa yang menggunakan teknologi dan sistem informasi dapat mendorong sikap dan perilaku untuk menjadi wirausahawan yang berbisnis secara *online*”. Hasil penelitian Millman et.al (2010) mengatakan bahwa disiplin ilmu yang dengan pengetahuan dan keterampilan terkait IT berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online* siswa. Sehingga dimungkinkan pembelajaran pemasaran dengan digunakannya IT dapat mendorong minat siswa berwirausaha *online*.

Hasil penelitian Putra (2012: 8) faktor dominan yang mempengaruhi minat seseorang berwirausaha adalah faktor instrinsik yaitu kepribadian. Variabel yang ada pada faktor kepribadian adalah memiliki *self efficacy*. Menurut Hisrich, Peters & Sheperd (2008: 58) mendefinisikan *self efficacy* dalam kewirausahaan sebagai keyakinan diri yang merujuk pada keinginan atas perilaku seseorang dengan sukses melaksanakan proses kewirausahaan, hal itu mempunyai arti bahwa kepercayaan diri (*self efficacy*) dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap sesuatu hal yang diinginkannya. Selain itu, penelitian Hapsah & Savira dalam Evaliana (2015: 67) menyebutkan bahwa dengan *self efficacy* yang tinggi individu akan lebih percaya terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas yang beragam sehingga individu memiliki

minat berwirausaha yang tinggi. Jadi bisa dikatakan bahwa, semakin tinggi kepercayaan diri atau *self efficacy* yang dimiliki seseorang terhadap minat berwirausaha *online* maka semakin kuat intensi untuk berwirausaha *online* yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil observasi di SMK Negeri Surakarta, diketahui minat siswa berwirausaha *online* masih sedikit, hanya sebesar 2% siswa yang sudah berwirausaha *online*. Hasil observasi yang dilakukan dapat diketahui bahwa siswa yang sudah dibekali pengetahuan dan keterampilan pelatihan pemasaran *online* belum memunculkan keyakinan diri (*self efficacy*) untuk berwirausaha *online*. Sebagian siswa masih menjual produk secara tradisional seperti berjualan di sekolah maupun tempat umum, dan sebagian siswa lainnya belum tahu apa yang akan dilakukan setelah lulus. Kurangnya keyakinan diri dalam menghadapi persaingan dan fasilitas usaha *online* menjadi hambatan siswa untuk mulai berwirausaha *online*, jika siswa mempunyai *self efficacy* tinggi dengan bekal pengetahuan dan pengalaman pelatihan pemasaran *online*, maka dengan berwirausaha *online* masa depan mereka akan lebih terjamin. Pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* memberikan kepercayaan diri siswa untuk minat berwirausaha *online* sesuai dengan bekal pengetahuan dan praktik keterampilan pemasaran *online*. Oleh karenanya, diharapkan dapat menjadikan peluang besar bagi siswa SMK

untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi dan sistem informasi.

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui pengaruh antara pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta.
- 2) Mengetahui pengaruh antara pembelajaran pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta.
- 3) Mengetahui pengaruh anatar *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta.

### **Kajian Pustaka**

#### **Minat Berwirausaha *Online***

Minat berbisnis secara *online* menurut Sudibyanto (2013: 19) adalah, “Keinginan melakukan perilaku untuk menggunakan aplikasi teknologi dalam melakukan proses jual beli (pertukaran produk), informasi melalui jaringan informasi termasuk internet dan jasa”.

Alma (2007: 9) menyatakan, ada tiga faktor yang berperan dalam mempengaruhi minat berwirausaha, yaitu:

- 1) *Personal*, menyangkut aspek kepribadian. Mc Clelland dalam Alma (2007: 13) dalam bukunya *the achieving society* menyatakan bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan orang yang tidak berwirausaha.
- 2) *Sociological*, menyangkut masalah hubungan dengan *family* dan hubungan sosial lainnya. Alma (2007: 7) menyatakan masalah hubungan *family* ini, adalah orang tua, status sosial, dan pekerjaan. Faktor sosial yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha adalah masalah tanggungjawab terhadap keluarga. Selain itu terhadap pekerjaan orang tua sering kali terlihat bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri cenderung anaknya menjadi pengusaha pula.
- 3) *Environmental*, menyangkut hubungan dengan lingkungan. Seperti yang dicontohkan Alma (2007: 13) bahwa ada beberapa lokasi atau daerah yang banyak wirausahanya, seperti di daerah Silicon Valley di Amerika Serikat dimana dijumpai banyak pengusaha-pengusaha besar, di daerah tersebut dijumpai kegiatan wirausaha membeli dan menjual barang, perbankan, transportasi, pergudangan, dan berbagai jasa konsultan. Suasana semacam ini sangat

berpengaruh kepada masyarakat untuk menumbuhkan minat berwirausaha

Penelitian dari Millman et.al (2010) menyebutkan, faktor yang mempengaruhi minat siswa untuk berwirausaha *online* adalah:

- 1) *Gender*, terdapat perbedaan laki-laki dan perempuan kaitannya dengan motivasi/ minat untuk memulai bisnis *online*. Menurut Miskin dan Rose (1990) dalam Millman, et.al (2010) menyatakan bahwa, Adanya perbedaan gender dalam kewirausahaan dapat dijelaskan dalam hal sosio-ekonomi.
- 2) *Household incomes*, siswa dari keluarga dengan pendapatan tahunan yang tinggi akan lebih percaya diri dalam memulai bisnis *online* dibandingkan dengan siswa dari keluarga dengan pendapatan rendah.
- 3) *Study disiplin*, siswa yang memilih disiplin ilmu yang berkaitan dengan IT bisa mendapatkan pengetahuan penting dan keterampilan yang digunakan sebagai fasilitas memulai bisnis *online*.

### **Pembelajaran Pemasaran *Online***

Menurut Suparman (2012: 10) pembelajaran merupakan rangkaian kegiatan yang direncanakan lebih dahulu oleh penyelenggara pendidikan atau oleh pengajar dan tararah pada hasil belajar tertentu. Pemasaran *online* atau *E-marketing* menurut Ahmadi & Hermawan (2013: 186) adalah bagian dari *E-business* yang memanfaatkan media elektronik untuk melakukan aktivitas

*marketing* dalam upaya mencapai tujuan *marketing*. Sedangkan Pembelajaran Pemasaran *Online* adalah proses kegiatan pendidik dengan siswa untuk memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan pemasaran *online*. Mata pelajaran *e-marketing* atau pemasaran *online* merupakan salah satu mata pelajaran yang tertuang dalam kurikulum 2013 yang sudah diperkenalkan di SMK kompetensi keahlian Pemasaran kelas X dengan kode kompetensi C2. Mata Pelajaran ini mengikuti perkembangan zaman dimana pemasaran produk dan jasa bisa dipasarkan melalui sistem *Online*. Tujuan mata pelajaran pemasaran *online* menurut modul pemasaran *online* (2013) untuk siswa SMK jurusan pemasaran adalah :

- a. Memahami pengertian pemasaran *online*
- b. Menjelaskan manfaat pemasaran *online*
- c. Mengidentifikasi komponen-komponen pemasaran *online*
- d. Menjelaskan cara kerja Pemasaran *online*

Alasan perlunya mata pelajaran pemasaran *online* yang diajarkan bagi SMK jurusan Pemasaran, menurut penelitian Erfianto, Rahayu, Kusumajanto (2015: 54) adalah adanya pembelajaran pemasaran *online* dengan melihat perkembangan bisnis dengan menggunakan internet akan mendorong siswa jurusan Pemasaran tidak hanya mempelajari pemasaran secara *offline* akan tetapi juga harus mempelajari Pemasaran secara *online*.

hal ini yang menjadikan pemasaran *online* wajib diajarkan di SMK jurusan Pemasaran.

Mengenai pentingnya program tersebut, penelitian dari Spiller & Tuten (2015: 120) mendapati fakta bahwa dalam program pemasaran digital, siswa dapat berpartisipasi dalam menghadapi tantangan pemasaran *online*.

### **Self efficacy**

Menurut Laura (2010: 152), *self efficacy* adalah keyakinan yang dimiliki seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil yang bernilai positif dan bermanfaat. Sedangkan menurut Greogory (2011: 212) mendefinisikan *self efficacy* sebagai keyakinan diri untuk mengetahui kemampuannya sehingga dapat melakukan suatu bentuk kontrol terhadap manfaat orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan sekitarnya.

Menurut Bandura (1997: 89) ada empat sumber *self efficacy* antara lain:

- 1) Pengalaman keberhasilan (*master experience*). Keberhasilan yang diperoleh akan meningkatkan *self efficacy* yang dimiliki sedangkan kegagalan akan menurunkan *self efficacy* dalam dirinya.
- 2) Pengalaman orang lain (*vicarious experience*). Pengalaman orang lain merupakan pengalaman dari orang lain yang memberi contoh penyelesaian.

- 3) Persuasi sosial (*social persuasion*). Persuasi sosial adalah informasi tentang kemampuan yang disampaikan secara verbal oleh seseorang yang berpengaruh digunakan untuk menyakinkan seseorang bahwa dia cukup mampu melakukan suatu tugas.
- 4) Kondisi fisik dan emosional (*arousal*). *Arousal* diinterpretasikan pada saat seseorang menghadapi tugas tertentu, apakah merasa cemas dan khawatir (menurunkan efikasi) atau *passion* (bergairah) menaikkan *self efficacy*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian telah dilaksanakan di SMK Negeri Surakarta pada siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta tahun ajaran 2016/2017. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi penelitian ini siswa adalah kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta dengan jumlah 217 siswa. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 135 siswa yang didapatkan dari tabel *Isaac* dan *Michael*. Teknik sampling menggunakan *Proportional random sampling*. Variabel penelitian ini ialah pembelajaran pemasaran *online* ( $X_1$ ), *self efficacy* ( $X_2$ ), dan minat berwirausaha *online* ( $Y$ ). Penelitian ini menggunakan sumber primer yang diperoleh langsung dari siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK kota Surakarta melalui

angket, data sekunder yang digunakan penelitian ini berupa dokumen lulusan alumni yang diperoleh dari guru masing-masing SMK dan data siswa kelas XI kompetensi Pemasaran di SMK Negeri 1, 3, dan 6 Surakarta yang sudah berwirausaha *online*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, dokumentasi dan observasi. Data pembelajaran pemasaran *online*, *self efficacy*, dan minat berwirausaha *online* diperoleh dari hasil angket yang diukur menggunakan skala *likert*.

Try out dilakukan pada 30 siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta. Teknik uji validitas dengan rumus korelasi *product moment pearson*. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Uji prasarat analisis penelitian ini adalah uji normalitas data, linieritas data, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan program *SPSS 22.0 for Windows*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis Regresi Linier berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen, apakah variabel-variabel independen berhubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai variabel dependen jika terjadi perubahan pada variabel independen.

Tabel 1 Hasil Analisis Linear Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>	
	B	Std. Error
(Constant)	27.345	4.260
Pembelajaran Pemasaran Online	.189	.087
Self Efficacy	.215	.094

a. Dependent Variable: Minat

Berwirausaha Online

(Sumber: data primer yang diolah, 2016)

Berdasarkan tabel *coefficients*, maka persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 27.345 + 0,189X_1 + 0,215X_2$$

Interpretasi dari persamaan regresi berganda tersebut adalah konstanta 27.345 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  adalah 0, maka besarnya nilai  $Y$  adalah 27.345. Nilai koefisien regresi semua variabel independen yang terdiri dari variabel pembelajaran pemasaran *online* ( $X_1$ ) dan *self efficacy* ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien positif yang menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha *online*. koefisien regresi 0,189 berarti peningkatan satu unit variabel pembelajaran pemasaran *online* dengan

asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan variabel minat berwirausaha *online* sebesar 0,189. koefisien regresi 0,215 berarti bahwa peningkatan satu unit variabel *self efficacy* dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha *online* sebesar 0,215.

**Uji F (Simultan)**

Penelitian ini menggunakan uji F untuk menguji apakah variabel pembelajaran pemasaran *online* ( $X_1$ ) dan *self efficacy* ( $X_2$ ) yang secara signifikan bersama-sama (simultan) mempengaruhi minat berwirausaha *online* (Y). Pengujian hipotesis uji F penelitian ini adalah:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* secara simultan (bersama-sama) terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* secara simultan (bersama-sama) terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta

Kriteria pengujian hipotesis penelitian ini adalah:

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 3) Jika probabilitas  $> 0,05 = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 4) Jika probabilitas  $< 0,05 = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Berdasarkan hasil perhitungan statistik menggunakan bantuan komputer program SPSS 22.0 for windows, diperoleh hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 2 ANOVA

ANOVA <sup>a</sup>			
Model		F	Sig.
1	Regression	5.816	.004 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Online

b. Predictors: (Constant), Pembelajaran Pemasaran Online, Self Efficacy

(Sumber: data primer yang diolah, 2016)

Berdasarkan tabel ANOVA bahwa nilai probabilitas dalam kolom Sig. adalah  $0,04 < 0,05$ . Tabel distribusi F dicari pada  $\alpha = 0,05$  dengan  $df_1 = 2 (k-1)$  atau  $3-1 = 2$  dan  $df_2 (n-k-1)$  atau  $(135-2-1) = 132$ . Berdasarkan hasil yang didapat bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel} (5.816 > 3.065)$  dan  $sig < 0,05 (0,04 < 0,05)$ . Disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembelajaran

pemasaran *online* dan *self efficacy* secara simultan (bersama-sama) terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta.

### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial (masing-masing) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013: 50). Pengujian hipotesis penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* secara parsial (masing-masing) terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* secara parsial (masing-masing) terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta

Kriteria pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

- 3) Jika probabilitas  $> 0,05 = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 4) Jika probabilitas  $< 0,05 = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Berdasarkan hasil perhitungan statistik melalui SPSS 22, diperoleh hasil Uji t sebagai berikut:

Tabel 3 *Coefficients*

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	6.418	.000
Pembelajaran Pemasaran Online	2.177	.031
Self Efficacy	2.278	.024

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Online

Berdasarkan tabel *Coefficients* di atas bisa dilihat bahwa:

- 1) Nilai probabilitas pembelajaran pemasaran *online* ( $X_1$ ) adalah 0,031, nilai probabilitas ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.177 > 1.979$ . Tabel distribusi  $t_{hitung}$  dicari  $\alpha = 0,05$  dengan df 132 ( $n-k-1$  atau  $135-2-1$ ). Dari hasil  $t_{hitung}$  tersebut maka  $H_0$  ditolak, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* secara parsial (masing-masing) terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI

kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta.

2) Nilai probabilitas *self efficacy* ( $X_1$ ) adalah 0,024, nilai probabilitas ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.278 > 1.979$ . tabel distribusi  $t_{hitung}$  dicari  $\alpha = 0,05$  dengan df 132 ( $n-k-1$  atau  $135-2-1$ ). Dari hasil t hitung tersebut maka  $H_0$  ditolak, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *self efficacy* secara parsial (masing-masing) terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta.

#### Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy*) secara serentak (bersama-sama) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha *online*) (Priyatno, 2013:56). Hasil perhitungan R Square dapat dilihat pada output *Model Summary*. Hasil pengujian koefisiensi determinasi sebagai berikut:

Tabel 4 *Model Summary*

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.285 <sup>a</sup>	.081	.067	3.483

a. Predictors: (Constant), Self Efficacy, Pembelajaran Pemasaran Online

#### b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Online

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai R Square sebesar 8,1% hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen pembelajaran pemasaran *online* ( $X_1$ ) dan *self efficacy* ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen minat berwirausaha *online* sebesar 8,1% selebihnya 91,9 % ( $100\% - 8,1\%$ ) dipengaruhi faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

#### Pembahasan

#### Pengaruh Pembelajaran Pemasaran Online dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha Online

Berdasarkan hasil pengolahan data uji F atau pengujian secara simultan diperoleh  $F_{hitung}$ ,  $F_{tabel}$ , dan nilai signifikansi. Hasil yang didapat bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $5.816 > 3.065$ ) dan  $sig < 0,05$  ( $0,04 < 0,05$ ). Sehingga disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian

Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta, yang berarti bahwa pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* apabila dikelola dengan baik akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha *online* siswa.

Besarnya kontribusi yang disumbangkan dari pengaruh variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran dapat dilihat pada kolom *R Square*, yang menunjukkan bahwa kontribusi sebesar 0,081 atau 8,1%. Besarnya kontribusi variabel pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa tergolong sangat rendah, hal ini terjadi karena minat berwirausaha *online* dipengaruhi banyak faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Millman, et.al (2010) dengan hasil, besarnya *R Square* pengaruh disiplin ilmu yang memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait IT, jenis kelamin, dan pendapatan rumah tangga terhadap minat berwirausaha *online* siswa sebesar 13,4%. Sedangkan penelitian dari Mustafa (2014) besarnya sumbangan pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha siswa sebesar 16%.

#### **Pengaruh Pembelajaran Pemasaran *Online* terhadap Minat Berwirausaha *Online***

Berdasarkan hasil penelitian ini, pengaruh yang terjadi antara pembelajaran pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta merupakan hubungan yang positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis uji t yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.177 > 1.979$ ) dan nilai signifikansi ( $0,031 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pembelajaran pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pembelajaran pemasaran *online* maka akan semakin tinggi minat berwirausaha *online* pada siswa. Sebaliknya, semakin rendah pembelajaran pemasaran *online* akan semakin rendah minat berwirausaha *online* pada siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Millman, et al (2010) bahwa disiplin ilmu yang memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait IT berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online* siswa.

#### **Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha *Online***

Berdasarkan hasil penelitian ini, pengaruh yang terjadi antara *self efficacy*

dengan minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta merupakan hubungan yang positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis uji t yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.278 > 1.979$ ) dan nilai signifikansi ( $0,024 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa semakin tinggi *self efficacy* akan semakin tinggi minat berwirausaha *online* pada siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta. Sebaliknya, semakin rendah *self efficacy* akan semakin rendah minat berwirausaha *online* pada siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta. Penelitian ini mendukung hasil penelitian Mustofa (2014), dan Ermawati (2015), bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Hasil penelitian tersebut diperkuat oleh pendapat Krueger, et al dalam Hamidi, Wennberg & Berglund (2008: 5) bahwa “*Self efficacy* sangat mempengaruhi perilaku kewirausahaan dan persepsi kelayakan terhadap suatu tindakan, oleh karena itu efikasi diri dianggap penting untuk mendorong peningkatan minat berwirausaha”. *Self efficacy* yang tinggi dalam berwirausaha akan membuat seseorang lebih mandiri, hal

ini sesuai dengan pendapat dari Brice dalam Akhmaliah & Hisyamuddin (2009: 540) yang menyatakan bahwa “Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi juga akan tertarik untuk bekerja secara mandiri di masa depan”.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran *online* dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi  $Y = 27.345 + 0,189X_1 + 0,215X_2$  dan hasil uji signifikansi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $5.816 > 3.065$ ).
- 2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri kota Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $0,031 < 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.177 > 1.979$ ).
- 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *self efficacy* terhadap minat berwirausaha *online* siswa kelas XI kompetensi keahlian Pemasaran di SMK Negeri Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $0,024 <$

0,05) dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2.278 > 1.979).

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan implikasi yang ditimbulkan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Guru
  - a. Guru di instansi pendidikan khususnya SMK lebih meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan *online* baik melalui praktik, teori dan program-program lain (seminar dan *workshop online*) dalam pembelajaran pemasaran *online* sesuai dengan kebutuhan siswa.
  - b. Guru lebih inovatif dalam mengajar. Contohnya, dengan menampilkan situs bisnis *online* dalam materi pembelajaran pemasaran *online*, sehingga memberikan inspirasi dan mendorong minat siswa untuk berwirausaha *online*.
2. Bagi Siswa
  - a. Siswa hendaknya lebih percaya diri dengan cara berani berinovasi dan jangan takut melakukan kesalahan terutama dalam hal minat berwirausaha *online*.
  - b. Untuk mendukung siswa dalam minat berwirausaha *online*, hendaknya siswa memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan oleh

pihak sekolah secara maksimal, misalnya dengan memanfaatkan laboratorium dan perpustakaan untuk menambah wawasan dan keterampilan berwirausaha *online*.

### 3. Bagi Peneliti Lain

Peneliti lain diharapkan dapat mengembangkan hasil penelitian ini dalam lingkup yang lebih luas karena masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha *online* siswa yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C & Hermawan, D. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Akmaliah, Zaidatol & Hisyamuddin. (2009). Choice of Self-Employment Intentions Among Secondary School Student. *The Journal Of International Social Research*, 2 (9), 540-549.
- Alma. (2007). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Indikator Ketenagakerjaan November 2016*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bandura. (1997). *Self Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H Freeman and Company.
- Erfianto, D., Rahayu, W. P., & Kusumajanto, D. D. (2015). Penerapan Blog Sebagai Media Pembelajaran Mata Pelajaran

- Pemasaran Online. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 1 (1), 1- 70.
- Ermawati. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 2 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Negeri Semarang.
- Evaliana, Y. (2015). Pengaruh efikasi diri dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*. 1 (1), 61-70.
- Fuadi, I.F., Eko, B., & Murdani. (2009). Hubungan Minat Berwirausaha dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adenawa Kabupaten Tegal Tahun Ajaran 2008/2009. *Jurnal PTM*, 9 (2), 92-98. Diperoleh 04 Januari 2016 dari <http://journal.unnes.ac.id>.
- Gregory, J.F. (2011). *Teori Kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hamidi, D.Y., Wennberg K., & Berglund H. (2008). Creativity in Entrepreneurship Education. *Paper of Business Administration*. 4, 1-26.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., & Shepherd, D.A. (2008). *Kewirausahaan Edisi 7: Bahasa Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jawa Pos National Network*. Minat Berwirausaha di Indonesia Rendah. Diperoleh 7 Maret 2016, dari [www.jpnn.com](http://www.jpnn.com).
- Laura. (2010). *Psikologi Umum*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Millman, et al. (2010). Entrepreneurship Education and Students' Internet Entrepreneurship Intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17 (4), 569- 590.
- Mustafa, M. A. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman*. Skripsi Tidak Dipublikasikan . Universitas Negeri Yogyakarta.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2006.
- Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005.
- Putra, R.,A. (2012). Faktor-faktor penentu minat mahasiswa manajemen untuk berwirausaha. *Jurnal Manajemen*. 1(1), 1-16.
- Priyatno. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta. Penerbit Gaya Media.
- Spiller & Tuten. (2015). Integrating Metrics Across the Marketing Curriculum: The Digital and Social Media Opportunity. *Journal of Marketing Education*, 37 (2), 114-126.
- Sudibyanto. (2013). *Pengaruh Computer Anxiety, Computer Attitude Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Dalam Berbisnis Secara Online Pada*

*Mahasiswa Akuntansi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri  
Yogyakarta. Skripsi Tidak  
Dipublikasikan. Universitas Negeri  
Yogyakarta.*

Suparman, Atwi. (2012). *Desain Instruksional  
Modern*. Jakarta: Erlangga.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
PENDIDIKAN TATA NIAGA

Jl. Ir. Sutami No 36A Surakarta 57126 Telp./ Fax (0271) 648939, 669124  
Website: <http://ptn.fkip.uns.ac.id/>

---

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ARTIKEL ILMIAH**

---

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa artikel ilmiah dengan judul :

PEMBELAJARAN PEMASARAN *ONLINE*, *SELF EFFICACY* DAN MINAT  
BERWIRSAUSAHA *ONLINE* KELAS XI PEMASARAN SMK NEGERI SURAKARTA

Ditulis oleh:

Nama : Shofiana Fadhilah

NIM : K7412162

Jurusan/ Prodi/ BKK : P.IPS/Ekonomi

Telah direview dan layak untuk dipublikasikan di jurnal online Pendidikan Ekonomi

Mohon dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya dan terima kasih.

Surakarta, November 2016

Pembimbing I

Dra. Sri Wahyuni, M.M  
NIP. 195408171982032001

Pembimbing II

Jonet Ariyanto Nugroho, SE.,MM  
NIP. 197507282005011002