

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia saat ini merupakan hal yang sangat penting. Sektor yang mendapatkan pengaruh besar dari perkembangan itu adalah pertumbuhan sektor ekonomi dan bisnis. Peningkatan output di masyarakat sebagai salah satu indikator berkembangnya ekonomi, saat ini banyak dilakukan melalui kegiatan ekonomi berbasis teknologi internet atau digital karena proses informasi dan transaksi dianggap lebih efektif dan efisien.

Era informasi memberikan ruang lingkup yang sangat besar dalam mengorganisasikan kegiatan melalui cara baru, inovatif, transparan, akurat dan tepat waktu sehingga proses informasi akan lebih cepat dan mudah. Sebagai negara yang berkembang, Indonesia terus memperbaiki infrastruktur jejaring dengan mengikuti berbagai perkembangan teknologi informasi yang akan membawa pada era dimana penggunaan internet mulai menjadi kebutuhan sehari-hari pada seluruh kegiatan. Masyarakat sekarang mengenal istilah seperti *e-commerce*, *e-government*, *e-entrepreneurship*, *e-education*, *e-librally*, *e-journal*, dan semua yang berbasis elektronik.

Dampak global dari teknologi informasi dan komunikasi terhadap ekonomi dinyatakan dengan sebutan gelombang ekonomi baru dengan istilah ekonomi informasi (Suryana, 2013, hlm.3). Pada masa tersebut perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mengubah pola-pola kehidupan ekonomi secara global melalui terciptanya sarana dan transaksi ekonomi baru yang efisien dan efektif melalui media online seperti *credit card*, *short message system* dan *e-payment*. Dengan berkembangnya sarana dan transaksi ekonomi baru, membuka peluang pada berkembangnya usaha di sektor riil dan jasa sehingga mampu meningkatkan kinerja perekonomian suatu bangsa.

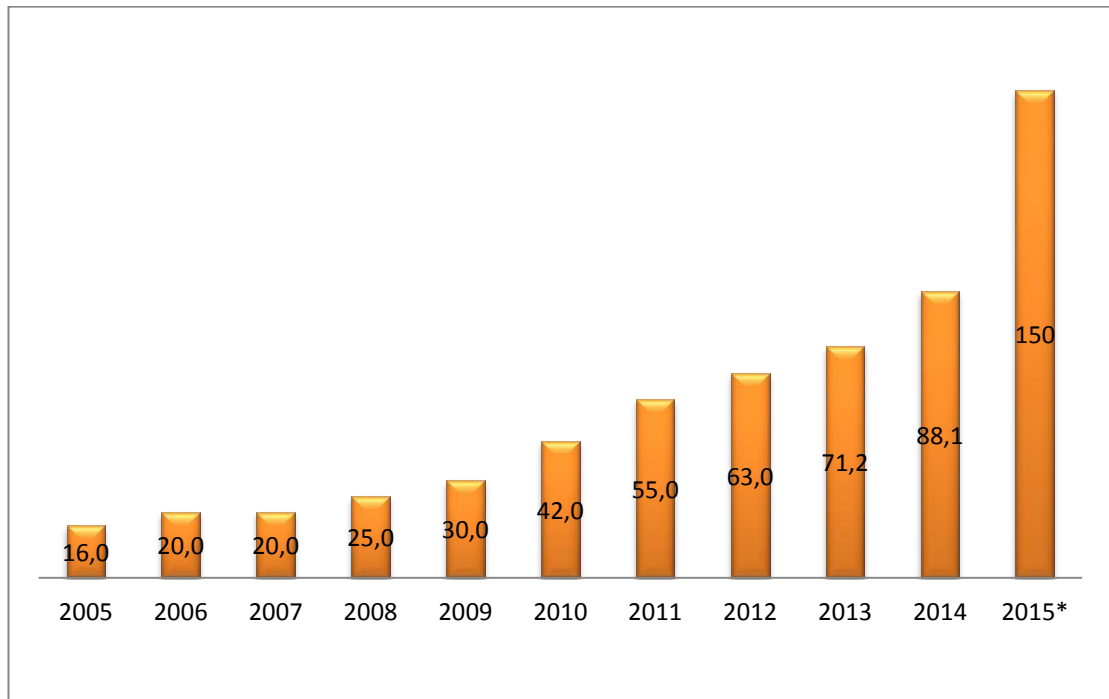
Bisnis dan transaksi perdagangan yang menggunakan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi dan kooperasi antar perusahaan ataupun antar individu dikenal dengan istilah "*Digital Economy*". Zimmerman (2000), "*Digital*

economy is the digitalization of information and ICT infrastructure”, ekonomi digital adalah informasi dan infrastruktur ICT digitalisasi.

Menuju ekonomi digital ditandai dengan semakin berkembangnya bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan media online. Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Rudiantara (2015), menyatakan “Indonesia ditargetkan menjadi negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020”. Pernyataan tersebut dianggap realistis karena menurut data analisis *Ernst & Young* (2014) pertumbuhan nilai penjualan bisnis online di Indonesia meningkat 40% pertahun. Pada akhir tahun 2014 nilai bisnis *e-commerce* Indonesia mencapai USD 12 miliar, akhir 2015 diperkirakan nilai bisnisnya sebesar USD 18 miliar dan tahun 2020 volume bisnis *e-commerce* diperkirakan mencapai USD 130 miliar. Program-program pendukung lainnya yang akan dilakukan dalam mencapai target tersebut adalah dengan diadakannya program 1000 *Technopreneur* dan diadakannya *Road Map e-Commerce* Indonesia.

Asosiasi Penyelenggaran Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam risetnya bersama Pusat Kajian Komunikasi (PUSKAKOM) UI merilis “Profil Pengguna Internet Indonesia 2014” yang merupakan hasil survei terhadap 2000 pengguna internet di 42 kota baik urban dan rural di Indonesia. Berdasarkan populasi, jumlah pengguna internet terbanyak adalah di provinsi Jawa Barat sebanyak 16,4 juta, diikuti oleh Jawa Timur 12,1 juta pengguna dan Jawa Tengah 10,7 juta pengguna. Menurut data APJII (Gambar 1.1) pengguna internet dari tahun ke tahun mengalami kenaikan rata-rata sebesar 8 juta pengguna, dan pada akhir tahun 2015 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menargetkan 150 juta pengguna untuk mencapai target yang ditetapkan oleh *Millennium Development Goals* yang mensyaratkan akses internet di negara berkembang mencapai angka 50% dari total penduduk.

Konsep kegiatan ekonomi yang terintegrasi dengan kemajuan teknologi informasi menjadi salah satu solusi yang mampu mendukung masalah ketenagakerjaan dan sekaligus mendukung pertumbuhan dan kemakmuran perekonomian suatu bangsa. Berwirausaha secara online dapat diterima sebagai salah satu alternatif mengembangkan para wirausahawan di Indonesia.



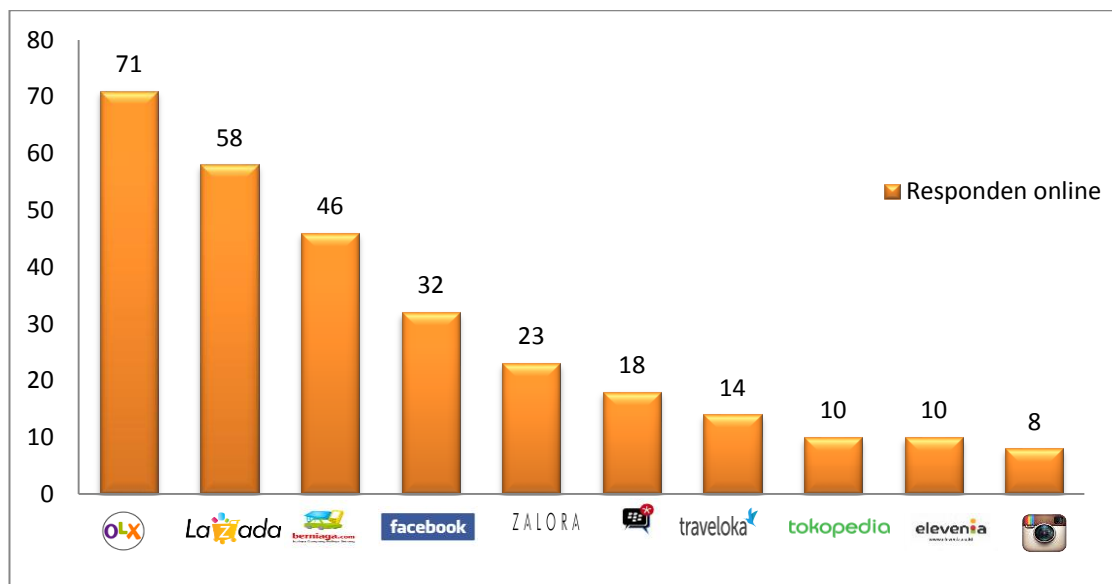
Sumber : APJI 2014 & sumber online

Gambar 1.1.
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2005 – 2015* (juta)

Bentuk jual beli melalui internet dikenal dengan istilah *e-commerce*, dan Indonesia mempunyai peluang yang cukup besar dalam pasar online. Studi Bennani (2014) mengemukakan bahwa wirausaha online atau dikenal dengan *e-entrepreneurship* di negara berkembang dapat diterapkan dengan persyaratan teknologi tersebut mampu dirasakan manfaatnya serta disertai dengan kemudahan dalam penggunaannya.

Penelitian penggunaan media online sebagai sarana untuk melakukan wirausaha atau usaha jual beli menunjukkan perkembangan yang positif. Menurut penelitian *Brand and Marketing Institute (BMI)* yang dilakukan terhadap 609 pembeli online, memberikan gambaran bahwa penetrasi aktivitas belanja online pada tahun 2015 sebesar 57% dengan perkiraan nilai yang didapat sebesar Rp 50 triliun, angka ini mengalami peningkatan dua kali lipat dari penetrasi belanja online tahun 2014 sebesar 24% dengan nilai Rp. 21 Triliun.

Penelitian tersebut juga memperlihatkan semakin beragamnya media yang digunakan untuk melakukan jual beli online, pada Gambar 1.2 diperlihatkan bahwa *OLX* merupakan toko online yang mempunyai persentase jual beli diantara toko online lainnya seperti *Lazada*, *Berniaga.com*, *Zalora*, *Traveloka*, *tokopedia* dan *elevania*. Media sosial *Facebook* menempati persentase tertinggi diantara media sosial lainnya. Munculnya media online group, forum dan media sosial seperti *Facebook*, *Blackbery Messenger (BBM)* dan *Instagram (Ig)* diantara toko-toko online ternama memberikan gambaran bahwa penggunaan media sosial sebagai media untuk melakukan transaksi usaha semakin dikenal oleh masyarakat.



Sumber : BMI outlook research 2015

Gambar 1.2
Transaksi Usaha Pada Media Online di Indonesia (%)

1.2. Identifikasi Masalah

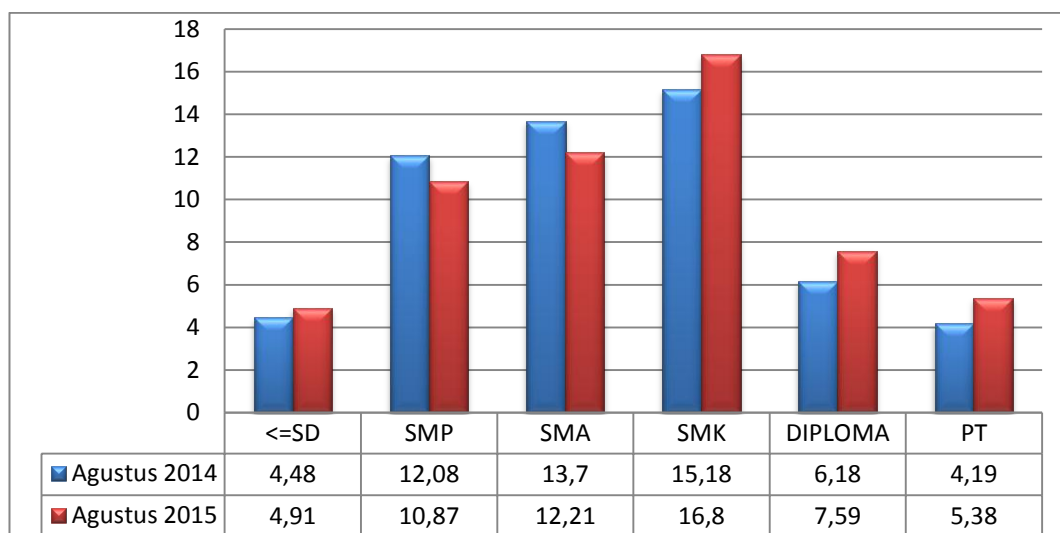
Pertumbuhan teknologi dan penurunan industri padat karya yang beralih ke jenis industri padat modal mempengaruhi jumlah lapangan kerja yang tercipta. Menurut data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) realisasi investasi Indonesia pada tahun 2015 pada sektor industri prioritas tidak diikuti oleh realisasi investasi di sektor padat karya sehingga terjadi penurunan industri padat karya sebesar 12% sepanjang tahun 2015. Banyaknya industri yang menggunakan teknologi terbaru berakibat pada penyerapan tenaga kerja yang rendah,

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sehingga mengakibatkan meningkatnya jumlah pengangguran pada kelompok tenaga kerja operator yang sebagian besar merupakan lulusan SMK.

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Jawa Barat pada tahun 2015 mayoritas ditempati oleh lulusan SMK. Pada Gambar 1.3 terlihat bahwa TPT SMK mengalami kenaikan 1,62% pada bulan Agustus 2015 dibandingkan dengan bulan Agustus 2014. Sedangkan angka TPT untuk tingkat SMA mengalami penurunan 1,49% pada Agustus 2015 apabila dibandingkan dengan Agustus 2014. Data ini menunjukkan bahwa TPT lulusan SMK pada Agustus 2015 lebih tinggi 4,59% dibandingkan lulusan SMA.



Sumber : Sakernas 2015

Gambar 1.3
Pengangguran Terbuka Jawa Barat Menurut Tingkat Pendidikan
Agustus 2014 – Agustus 2015 (%).

Di sisi lain kebijakan pemerintah mengenai pengembangan rasio jumlah SMK:SMA dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah lulusan SMK yang siap bekerja di dunia industri. Rasio pengembangan SMK:SMA yang sebelumnya 30:70 pada tahun 2004, menjadi 67:33 pada tahun 2014 dan selanjutnya diprediksikan menjadi 70:30 pada tahun 2025 (Renstra Kemendiknas, 2010-2014), menimbulkan kurang terserapnya lulusan SMK di lapangan kerja karena kebijakan ini tidak diikuti oleh lapangan kerja yang disediakan oleh pemerintah dan dunia industri sehingga lulusan SMK tidak terserap dengan baik.

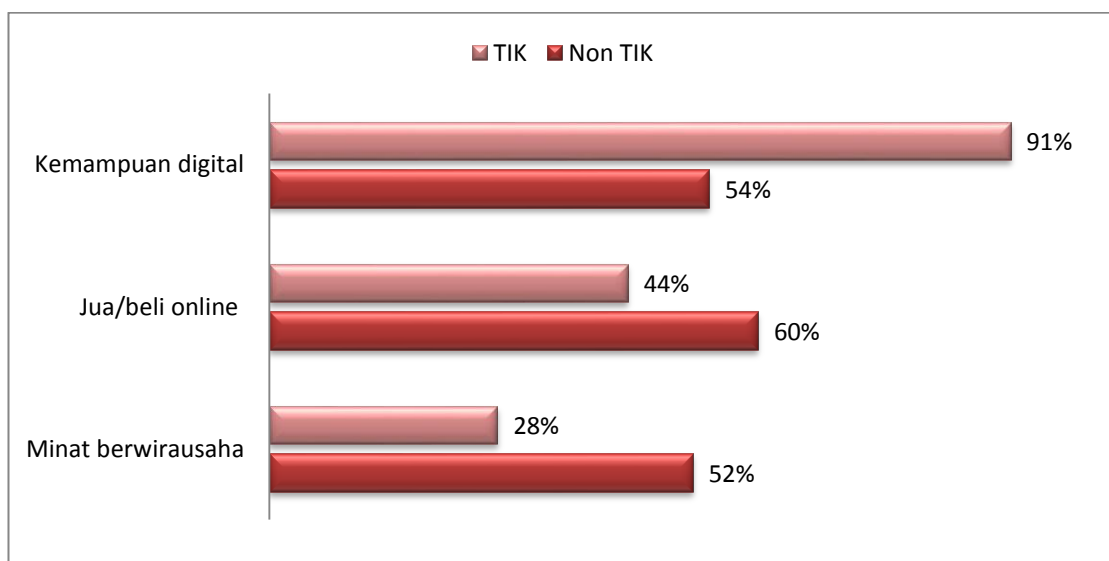
Kemajuan dan kondisi teknologi informasi dan komunikasi yang menjadi peluang aktivitas ekonomi ke arah digital, menuntut sumber daya manusia yang

mampu menggunakan teknologi secara tepat guna. Pengguna internet yang mencapai 8.8 juta ternyata tidak diikuti dengan pemanfaatan media internet secara produktif. Menurut data APJII terbaru, tidak kurang dari 87,5% pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial saat terhubung dengan internet, 68.7% mencari informasi, sementara hanya 11% pengguna internet yang ada di Indonesia melakukan jual beli online.

Bentuk pemasaran konvensional beralih menjadi pemasaran online terutama pada media sosial karena luasnya jangkauan pasar yang terbentuk melalui media internet. Berdasarkan data APJII, mayoritas penggunaan media online sebagian besar digunakan untuk berjejaring sosial melalui *gadget* (laptop, *smarthphone*, PC-tablet dll), oleh sebab itu dengan ketersediaan fasilitas teknologi tersebut peran media sosial seharusnya menjadi peluang baru dalam berwirausaha. Dengan peluang tersebut tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru yang memanfaatkan media sosial menjadi *trend* baru dalam menggali minat berwirausaha online di kalangan pengguna remaja.

Pengaruh interpersonal dan eksternal dalam menumbuhkan jiwa berwirausaha dengan pembekalan pengetahuan kewirausahaan di sekolah-sekolah kejuruan bertujuan meningkatkan rasa efikasi diri siswa dalam berwirausaha. Saat ini transformasi pengetahuan dan pelatihan kewirausahaan berkembang disetiap jenjang pendidikan dengan menanamkan sikap dan perilaku untuk membuka usaha sehingga mereka mampu menjadi wirausaha yang berbakat (Alma, 2013: hlm 6). Pada kenyataannya rasa efikasi diri lulusan SMK dalam berwirausaha tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan 4,59% (BPS, Agustus 2015) tingkat pengangguran terbuka SMK lebih tinggi dibanding SMA yang disebabkan mayoritas lulusan SMK berorientasi sebagai pekerja industri. Peluang media online seharusnya menjadi sarana untuk membangun wirausaha. Pembekalan pengetahuan wirausaha yang disertai dengan pembekalan kemampuan teknologi digital diharapkan akan meningkatkan efikasi diri dan kontrol perilaku dengan penggunaan media online dalam berwirausaha. Pengetahuan digital berperan dalam rangka memanfaatkan peluang pasar online sehingga diharapkan mampu mendorong minat berwirausaha, agar para lulusan SMK tidak tergantung pada dunia industri.

Penelitian ini mengkaji masalah minat penggunaan media sosial sebagai salah satu media berwirausaha pada siswa sekolah menengah kejuruan di kota Bandung. Gambar 1.4. menunjukkan hasil survei pra-penelitian penulis terhadap 25 siswa SMK bidang keahlian teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan 25 siswa bukan bidang keahlian TIK (non TIK), persentase minat berwirausaha siswa TIK lebih rendah 24% dibanding siswa non TIK, sementara persentase kemampuan digital lebih tinggi 37% pada siswa TIK dibandingkan siswa non TIK. Dalam pengalaman jual beli secara online melalui media sosial siswa non TIK mempunyai persentase 16% lebih tinggi dibanding siswa TIK. Dari hasil survei pra-penelitian tersebut maka didapat masalah awal yaitu siswa TIK yang sudah mampu secara ketrampilan dan pengetahuan dengan kemampuan digital yang lebih tinggi dibanding siswa non TIK mempunyai pengalaman berjual beli online melalui media sosial dan minat berwirausaha yang lebih rendah dibanding siswa non TIK. Idealnya pengetahuan dan ketrampilan siswa pada bidang digital berelevansi positif terhadap minat penggunaan media online dalam berwirausaha. Pengaruh interpersonal dan eksternal yang membentuk persepsi siswa terhadap minat berwirausaha tidak memberikan dampak pada tingginya minat berwirausaha siswa TIK. Kemampuan siswa dibidang TIK tidak menumbuhkan efikasi diri yang tinggi terhadap minat. Masalah inilah yang menjadi perhatian penulis untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha khususnya di kalangan siswa SMK bidang keahlian TIK.



Sumber : data primer diolah 2016

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 1. 4 **Prosentase Pra-Penelitian Siswa SMK kelas X**

Saat ini di kota Bandung ada 16 SMK negeri, diantara 16 SMKN tersebut yang mempunyai bidang keahlian Teknologi Informasi dan Komunikasi terdapat pada 5 sekolah. Penelusuran terhadap bidang keahlian ini memperlihatkan bahwa kompetensi keahlian Multimedia, Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) dan Teknik Komputer Jaringan (TKJ) yang dianggap paling sesuai untuk dijadikan target penelitian karena kompetensi digital sebagai dasar kemampuan awal untuk penggunaan media online sudah terkuasai sebagai kompetensi dasar pembelajaran produktif. Pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan di tingkat SMK diajarkan sebagai materi umum di setiap jenjang tingkatan kelas, pengetahuan kewirausahaan yang didapat diharapkan dapat meningkatkan minat berwirausaha dengan didukung kemampuan siswa TIK.

Sejalan dengan hal tersebut maka kegunaan media sosial di kalangan remaja dan kemudahan dalam penggunaannya harus dimanfaatkan oleh para lulusan sekolah kejuruan dalam berwirausaha. Aplikasi ketrampilan dan pengetahuan yang sudah mereka pelajari adalah modal dasar dalam membentuk persepsi yang akan mampu mengontrol perilaku penggunaan media sosial sebagai media usaha. Sementara pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan yang selama ini dipelajari diharapkan mampu menumbuhkan sikap positif dalam berwirausaha dengan menggunakan peluang kemajuan media online.

Teori yang mempunyai relevansi dengan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna menurut penulis adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), (Davis 1989) dan *Theory Planned Behaviour* (TPB), (Ajzen, 1991). Menurut teori TPB diakui bahwa perilaku seseorang sangat ditentukan oleh minat (*intention*) orang tersebut terhadap perilaku (Ajzen, 1991). Minat penggunaan suatu sistem dipengaruhi oleh sikap pengguna terhadap perilaku tersebut (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*) dan persepsi kontrol berperilaku (*perceived behavior control*). Dalam konteks ini teori TPB menekankan pada sisi sikap terhadap perilaku yang akan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Untuk melihat secara menyeluruh, teori tersebut didekomposisikan dengan faktor-faktor penggunaan teknologi baru dari teori TAM yang akan mempengaruhi minat penggunaan media sosial dalam

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

berwirausaha dari sisi manfaat kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

Konsep model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan model dekomposisi TPB Taylor dan Todd (1995). Dalam dekomposisi TPB ini dinyatakan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh langsung terhadap sikap adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Faktor langsung yang mempengaruhi norma subjektif (*subjective norm*) adalah pengaruh interpersonal (*interpersonal influence*) dan pengaruh eksternal (*external influence*) lingkungan tempat mereka berada. Sementara efikasi diri (*self efficacy*) dan kondisi fasilitas teknologi (*facility conditions technology*) merupakan faktor yang mempengaruhi langsung persepsi kontrol perilaku pengguna (*perceived behavior control*). Faktor yang langsung berpengaruh terhadap minat penggunaan (*Intention to use*) adalah sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*). Dengan demikian teridentifikasi ada 10 (sepuluh) variabel penelitian yang harus diobservasi dalam penelitian ini, yaitu persepsi kegunaan media sosial, persepsi kemudahan penggunaan media sosial, pengaruh interpersonal, pengaruh eksternal, efikasi diri, kondisi fasilitas teknologi, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan minat penggunaan.

Menurut penulis penggunaan dekomposisi TPB sangat relevan sebagai alat untuk mengkaji kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi sekaligus sikap, norma dan persepsi kontrol perilaku para penggunanya dalam meningkatkan minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha. Model ini sangat relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha yang belum banyak dilakukan oleh para peneliti.

Penelitian ini ditujukan untuk melihat dampak kemajuan teknologi informasi media online di tingkat para remaja. Siswa sekolah kejuruan dituntut untuk mampu berwirausaha, mengingat media untuk berwirausaha tidak sebatas pada pasar riil, tetapi diperluas dengan adanya pasar virtual yang salah satunya berbentuk media sosial. Perspektif wirausaha dengan konsep ekonomi kreatif telah menjadikan media sosial menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan wilayah pemasaran dan promosi. Dengan demikian pentingnya mengembangkan

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

peluang ini sebagai kesempatan untuk meningkatkan minat dalam berwirausaha dikalangan para siswa kejuruan. Dalam mengembangkan maksud tersebut maka diperlukan analisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan media sosial sebagai media berwirausaha, sehingga dengan demikian dapat menjadi fokus pengembangan pembelajaran kewirausahaan dalam membantu meningkatkan minat berwirausaha di kalangan siswa kejuruan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, maka masalah dasar dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui “Pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha?”. Berdasarkan masalah umum tersebut dapat diuraikan masalah-masalah khusus sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kegunaan media sosial berpengaruh positif pada sikap siswa terhadap media sosial ?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap sikap siswa terhadap media sosial?
3. Apakah pengaruh interpersonal berpengaruh positif terhadap norma subjektif siswa?
4. Apakah pengaruh eksternal berpengaruh positif terhadap norma subjektif siswa?
5. Apakah efikasi diri siswa berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku siswa?
6. Apakah kondisi fasilitas teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku siswa?
7. Apakah sikap siswa terhadap media sosial berpengaruh positif pada minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha?
8. Apakah norma subjektif siswa berpengaruh positif terhadap minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha?
9. Apakah persepsi kontrol perilaku siswa berpengaruh positif terhadap minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha?

1.4. Tujuan Penelitian

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengaruh teori mengenai penerimaan media sosial yang akan digunakan oleh pengguna teknologi tersebut dan kecenderungan minat siswa terhadap penggunaan media sosial tersebut dalam berwirausaha. Teori yang akan digunakan dalam memprediksi minat penggunaan media sosial ini antara lain “*Technology Acceptance Model (TAM)*” dari Fred Davis (1989) dan “*Theory of Planned Behaviour (TPB)*” dari Icek Ajzen (1991), yang didekomposisikan dalam konsep TPB (DTPB) menurut Taylor dan Todd (1995).

Secara khusus penelitian ini menganalisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha melalui variabel-variabel teori TAM dan TPB. Apabila tujuan ini dirumuskan secara operasional, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persepsi kegunaan media sosial berpengaruh positif pada sikap siswa terhadap media sosial.
2. Persepsi kemudahan penggunaan media sosial berpengaruh positif pada sikap siswa terhadap media sosial.
3. Pengaruh interpersonal berpengaruh positif terhadap norma subjektif siswa .
4. Pengaruh eksternal berpengaruh positif terhadap norma subjektif siswa.
5. Efikasi diri siswa berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku siswa.
6. Kondisi fasilitas teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi kontrol perilaku siswa.
7. Sikap siswa terhadap media sosial berpengaruh positif pada minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha.
8. Norma subjektif siswa berpengaruh positif terhadap minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha.
9. Persepsi kontrol perilaku siswa berpengaruh positif terhadap minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha.

1.5. Manfaat Penelitian

Kemajuan teknologi informasi harus menjadi bagian dari dinamika pertumbuhan ekonomi. Terciptanya peluang pasar di era digital, tidak boleh hanya sekedar dimanfaatkan oleh pihak investor asing. Kemampuan sumber daya

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

manusia harus sejak awal dipupuk melalui sistem pendidikan yang terintergrasi dengan kemajuan teknologi. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi perkembangan pendidikan materi prakarya dan kewirausahaan pada jenjang sekolah kejuruan.

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki nilai manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan data empirik yang dapat memperkaya dan mengembangkan disiplin ilmu khususnya pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan di jenjang SMK yang merupakan bagian dari usaha pemerintah dalam meningkatkan para wirausaha-wirausaha muda. Manfaat dari penelitian ini terutama berkenaan dengan

1. Pemahaman terhadap konstruksi teoritik variabel-variabel yang mempengaruhi minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha. Variabel-variabel tersebut adalah persepsi kegunaan media sosial, persepsi kemudahan dalam penggunaannya, sikap, pengaruh interpersonal, pengaruh eksternal, norma subjektif, efikasi diri, kondisi fasilitas teknologi dan persepsi kontrol perilaku.
2. Tingkat hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan variabel minat penggunaan media sosial dalam berwirausaha.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak sekolah, khususnya para pengajar dan pengembang materi Prakarya dan Kewirausahaan pada jenjang SMK dalam upaya untuk :

1. Memberikan masukan pada aspek pedagogik pengajaran Prakarya dan Kewirausahaan yang harus mencakup pengenalan penggunaan media online dan sikap untuk menuju perilaku yang bisa menunjang minat berwirausaha.
2. Melakukan inovasi model pembelajaran dalam praktek pembelajaran prakarya dan kewirausahaan di sekolah kejuruan.
3. Mencari solusi dari tingginya rasio lulusan SMK dibandingkan SMA sebagai akibat dari adanya kebijakan peningkatan rasio 70 : 30, melalui peningkatan kemampuan berwirausaha online sebagai alternatif penciptaan lapangan kerja.

1.6. Struktur Organisasi laporan Penelitian

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Laporan penelitian dalam bentuk tesis ini disusun dalam bentuk 5 (lima) bagian, dengan ringkasan sebagai berikut :

- Bab 1 Pendahuluan yang berisikan, 1) Latar belakang penelitian, yang akan menguraikan masalah pokok penelitian, bukti-bukti empirik yang mendukung masalah penelitian, pentingnya masalah itu diteliti, dan pendekatan untuk mengatasi masalah tersebut; 2) Identifikasi Masalah, yang menguraikan telusuran variabel-variabel penelitian dan keterkaitannya satu sama lain; 3) Perumusan Masalah, dirumuskan dalam bentuk masalah penelitian; 4) Tujuan penelitian, yang menjelaskan tujuan dilakukannya penelitian yang dirumuskan secara operasional; 5) Manfaat penelitian, yang menjelaskan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian, baik secara teoritis untuk memperkaya teori-teori yang sudah ada maupun secara praktis dalam bentuk masukan bagi institusi sekolah kejuruan dan pemerintah; 6) Organisasi pelaporan, yang menguraikan bagaimana pelaporan hasil penelitian diorganisasikan.
- Bab II Kajian Pustaka berisikan; 1) Kajian teori yang merupakan telusuran teori-teori yang berkenaan dengan variabel penelitian, sampai hasil-hasil penelitian terbaru dan posisi teoritik penulis. Kajian teori ini menguraikan justifikasi teori sebagai landasan perumusan hipotesis penelitian dan penetapan indikator-indikator dari variabel penelitian; 2) Kerangka pemikiran yang menguraikan posisi setiap variabel penelitian dan keterkaitan antar variabel dalam kerangka teori yang dirujuk sehingga melahirkan model penelitian yang ingin dibuktikan; dan 3) Hipotesis penelitian sebagai jawaban tentatif terhadap masalah penelitian yang berasal dari teori.
- Bab III Metode Penelitian, berisikan : 1) Jenis dan metode penelitian yang menguraikan tentang jenis dan metode penelitian yang digunakan serta justifikasi penggunaan metode tersebut; 2) Sumber data, populasi dan sampel penelitian yang mengemukakan sumber data yang menjadi unit analisis penelitian ini, populasi penelitian, dan sampel penelitian meliputi ukuran sampel dan cara penentuan sampel; 3) Operasionalisasi variabel yang menguraikan konsep teoritis, konsep empiris, dan konsep operasional dari variabel-variabel penelitian yang akan diukur; 4) Alat pengumpulan

Yeni Yuniarti, 2016

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

data yang menjelaskan tentang instrumen penelitian yang digunakan serta pengukurannya; 5) Uji validitas dan reabilitas instrumen; serta 6) Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan.

- Bab IV Temuan dan Pembahasan, berisikan laporan hasil pengolahan dan analisa data, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian. Pada bab ini diuraikan: 1) Deskripsi hasil penelitian yang menguraikan deskripsi responden penelitian dan deskripsi variabel-variabel penelitian; 2) Uji asumsi statistik yang disyaratkan; 3) Evaluasi model hasil penelitian dan pengujian hipotesis, meliputi Uji outer model, inner model dan analisa jalur; dan 4) Pembahasan hasil penelitian yang mendiskusikan temuan penelitian dengan landasan teori yang digunakan dan hasil-hasil penelitian sebelumnya.
- Bab V Simpulan Implikasi dan Rekomendasi, berisi; 1) Kesimpulan yang merupakan penafsiran dan pemaknaan terhadap temuan penelitian dan merupakan jawaban terhadap masalah penelitian; serta 2) Implikasi merupakan dampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap pihak-pihak yang terlibat; 3) Rekomendasi bagi institusi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) khususnya pada pembelajaran prakarya dan kewirausahaan serta penelitian lanjutan berdasarkan temuan penelitian.

