

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Wirausaha merupakan subyek yang telah banyak dibahas karena dikenal telah memainkan peran penting, dan menjadi pekerjaan seseorang yang dijalankan dengan kemungkinan memperoleh keuntungan dan kemungkinan memperoleh kerugian yang tak terhingga.(Lastariwati, 2012; Shepherd & Zacharakis, 2001; Z. Heflin Frinces, 2010) Tidak hanya meningkatkan pendapatan seseorang, tetapi lebih dari itu, wirausaha telah dicatat untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan kemakmuran bangsa, seperti yang telah ditunjukkan dalam pengalaman banyak negara maju dan berkembang seperti Malaysia, Singapura, Taiwan, Hongkong, Jepang, Korea Selatan, Amerika Serikat, dan sebagian besar negara-negara Eropa.(Sidek, 2011; Z. Heflin Frinces, 2010) berdasarkan skala kualitas seseorang tersebut, sehingga untuk melangkah berwirausaha diperlukan pribadi-pribadi tangguh, pribadi pantang menyerah, percaya diri, kemampuan mental-emosional dan kemampuan membaca peluang.(Lastariwati, 2012)

Setiap negara memiliki dasar wirausahawan untuk mendukung perputaran ekonomi negaranya masing-masing sehingga roda perekonomian terus berlaian dimasyarakat. Ini diperlukan guna mendorong daya beli masyarakat terhadap kebutuhan-kebutuhan dasar, serta berpengaruh secara massif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pengusahalah yang berperan aktif dengan bisnisnya untuk menggerakkan ekonomi dimasyarakat. Dalam ranah kewirausahaan di seluruh dunia, The Global Enterpreneurship And Development Institute mengukur indeks kewirausahaan global, termasuk Negara Indonesia. Peringkat Indeks Kewirausahaan Indonesia pada tahun 2018 menempati peringkat ke 94 dari semua Negara yang berjumlah 137 negara. Hal ini menunjukkan bahwa indeks kewirausahaan di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan Negara-negara lain. Untuk peringkat Indeks Kewirausahaan Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

TABEL 1.1
PERINGKAT INDONESIA DALAM
INDEKS ENTERPRENEURSHIP GLOBAL

Year	Global Rank	Score
2014	-	31,7
2015	120	21,0
2017	90	21,2
2018	94	20,7

Sumber: Global Entrepreneur Indeks, 2018 (Ács & Szerb, 2018)

Tercantum dalam tabel tersebut dimulai dari tahun 2014 hingga 2018 (kecuali 2016) posisi Indonesia dalam rangking dunia selalu naik dan turun, akan tetapi yang bisa kita lihat secara jelas, *Score* Indonesia secara keseluruhan cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya. Dilihat dari tahun 2014 ke 2015 terjadi penurunan *score* yang sangat signifikan sebanyak -10,7 poin. Hal yang sama terjadi pada tahun 2017 ke tahun 2018 Indonesia mengalami penurunan skor sebanyak 0,5 poin, hal ini menjadikan Indonesia turun dari peringkat 90 ke posisi 94 dari 130 Negara(Ács & Szerb, 2018) Ini menunjukkan belum ada usaha yang optimal dari pemerintah Indonesia untuk mengembangkan kewirausahaan yang ada.

Jawa Barat merupakan provinsi ketiga di pulau Jawa yang memberikan sumbangan terbesar terhadap perekonomian nasional terhadap perekonomian nasional, yaitu sebesar 14,05 %. Salah satu sektor yang memberikan kontribusi sangat besar terhadap perekonomian nasional. adalah kewirausahaan. Pilihan untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan berpeluang menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada berkarir menjadi karyawan. Selain itu berwirausaha dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi jumlah pengangguran serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pajak yang dihasilkan dari wirausaha juga dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia.(Irawan & Mulyadi, 2016)

Bandung yang dijuluki sebagai kota kreatif melahirkan usaha-usaha baru yang berkembang, baik di bidang fashion, kerajinan tangan, makanan, teknologi, dan lain sebagainya. Salah satu faktor yang dibutuhkan seseorang untuk melangkah berwirausaha adalah Kepercayaan diri (Lastariwati, 2012) yang masih menjadi perhatian penting untuk diteliti setiap tahunnya dalam bidang kewirausahaan, hal itu karena kepercayaan diri merupakan hal penting dalam kesuksesan berwirausaha (D Rae & Carswell, 2000; Ratumbusang & Aliyah A.

Mochamad Akbar Giuliano Givanska, 2019
**PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP
KEPERCAYAAN DIRI DALAM BERWIRAUSAHA (SISWA KELAS XI JURUSAN PEMASARAN DI SMK
NEGERI 1, 3, DAN 11 KOTA BANDUNG)**

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

Rasyid, 2015). Sebuah bisnis terutama perusahaan kecil sangat susah berkembang tanpa membahas akan adanya kepercayaan diri dari pemilik perusahaan (Peter F. Drucker, 2002). Memproduksi barang dan jasa dengan kualitas tinggi dan harga yang dapat bersaing merupakan harapan seluruh pengusaha yang ada. Untuk para pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan berbekal pengalaman yang sedikit, para pengusaha sulit untuk percaya diri dalam mengikuti persaingan bisnis, terutama jika disandingkan dengan pengusaha yang telah memiliki pengalaman yang lebih banyak dibidangnya.(Ng, Kee, & Mui, 2012; Propinsi & Utara, 2006; Zulkifli & Corresponding, 2010) dalam persaingan dengan industri skala besar, mereka dapat memproduksi barang dengan kuantitas yang banyak, mengakibatkan penurunan harga yang cukup signifikan dibandingkan dengan UMKM yang melakukan proses produksi dengan skala kecil (Jingga & Limantara, 2015).

Beberapa peneliti mengungkapkan tentang adanya permasalahan yang dihadapi pada kepercayaan diri dalam sebuah bisnis terutama untuk perusahaan berskala mikro, kecil dan menengah dalam menghadapi persaingan (Asoni & Asoni, 2011; De Jorge Moreno, Castillo, & Masere, 2007; Korespondensi & Winarno, 2009; Maulida & Dhanial, 2012; Putra, 2012; Ratumbusang & Aliyah A. Rasyid, 2015; Sidek, 2011) Banyak pengusaha yang kurang percaya diri jika harus bersaing dengan industri skala besar, terutama pada masalah harga. Masalah ini dapat terjadi oleh pemilik usaha diindustri sentra rajutan (Lestari, 2013), industri konstruksi (Sidek, 2011), Perkebunan kelapa sawit (Syahza & Riau, 2012) UMKM yang dibuat oleh dosen & mahasiswa (H. B. B. Siswoyo, 2009) dan UMKM yang didirikan oleh pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) (Lastariwati, 2012; Mahfud & Pardjono, 2012)

Dalam penelitian ini penulis akan memilih objek penelitian di usaha yang didirikan oleh pelajar SMK, karena sampai saat ini banyak pelajar SMK yang kurang percaya diri dalam bersaing dengan usaha-usaha sejenis yang lebih besar.(Asoni & Asoni, 2011; Kecil, Bordir, Ekonomi, & Widyagama, 1999; Korespondensi & Winarno, 2009; Mahanani, 2014; Mahfud & Pardjono, 2012; Maulida & Dhanial, 2012; Umi Rochayati, 2008).

Berikut jumlah siswa yang berwirausaha di SMKN 11 Bandung

Mochamad Akbar Giuliano Givanska, 2019
PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRUSAHAAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP
KEPERCAYAAN DIRI DALAM BERWIRUSAHA (SISWA KELAS XI JURUSAN PEMASARAN DI SMK
NEGERI 1, 3, DAN 11 KOTA BANDUNG)

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

TABEL 1. 2
JUMLAH WIRAUSAHAWAN DI SMKN 11 BANDUNG

Tahun	Jumlah siswa kelas XI Pemasaran	Wirausahawan	Persentase
2018	84	22	26%

(Sumber: SMKN 11 Bandung)

Berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan bahwa dari 84 siswa SMKN 11 Bandung, hanya terdapat 22 siswa yang telah memiliki usaha atau bisnis. Penurunan dirasakan oleh pihak koperasi sekaligus guru kewirausahaan Bapak Ibrahim yang menaungi para siswa yang memiliki bisnis, karena berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, selama dua tahun terakhir siswa yang memiliki wirausaha di SMKN 11 mengalami penurunan secara signifikan dilihat dari animo siswa dan saat pendaftaran koperasi untuk kelas XI jurusan pemasaran, dari dua tahun sebelumnya jauh lebih banyak daripada tahun 2018, hal ini menerangkan bahwa kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa SMKN 11 Bandung dapat digolongkan masih cukup rendah. Setelah mendapatkan data wirausahawan SMKN 11 Bandung, peneliti mengambil data pada sekolah kedua yang menjadi objek penelitian, yaitu SMKN 3 Bandung, dan didapatkan data siswa yang memiliki bisnis sebagai berikut:

TABEL 1. 3
JUMLAH WIRAUSAHAWAN DI SMKN 3 BANDUNG

Tahun	Jumlah siswa kelas XI Pemasaran	Wirausahawan	Persentase
2016	150	35	23,3%
2017	150	32	21,3%
2018	163	32	19,6%

(Sumber: SMKN 3 Bandung)

Dilihat dari Tabel 1.3 secara persentase terjadi penurunan secara terus-menerus dari tahun 2016 hingga 2018, pada tahun 2016 persentase siswa yang memiliki bisnis pada kelas XI jurusan Pemasaran sebanyak 23,3% dan terjadi penurunan pada tahun 2017 menjadi 21,3%, terjadi penurunan sebanyak 2% selama jangka waktu satu tahun. Kemudian dari tahun 2017 ke tahun 2018 meski jumlah wirausahawan terlihat sama, namun secara persentase terjadi kembali penurunan sebanyak 1,7%. Pada data ke tiga penulis mengambil data dari kelas XI jurusan Pemasaran SMKN 1 Bandung, berikut data yang peneliti dapatkan:

TABEL 1. 4
JUMLAH WIRAUSAHAWAN DI SMKN 1 BANDUNG

Mochamad Akbar Giuliano Givanska, 2019
PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI DALAM BERWIRAUSAHA (SISWA KELAS XI JURUSAN PEMASARAN DI SMK NEGERI 1, 3, DAN 11 KOTA BANDUNG)

Tahun	Jumlah siswa kelas XI Pemasaran	Wirausahawan	Persentase
2016	93	30	32,2%
2017	93	27	29,0%
2018	93	20	21,5%

(Sumber: SMKN 1 Bandung)

Pada Tabel 1.4 siswa yang memiliki usaha dari kelas XI jurusan Pemasaran SMKN 1 Bandung selama tiga tahun berturut-turut terjadi penurunan, dilihat dari tahun 2016 ke tahun 2017 terjadi penurunan sebanyak 3,2% dan pada tahun 2017 ke tahun 2018 terjadi penurunan yang sangat signifikan sebanyak 7,5%.

Disebutkan bahwa seseorang yang minat wirausaha rendah ditandai dengan kurangnya rasa percaya diri, memiliki daya intuisi yang rendah, tidak berorientasi pada tugas dan hasil, tidak memiliki keberanian mengambil risiko, tidak memiliki kemampuan memimpin, tidak berorientasi ke masa depan, sikap kurang tanggap terhadap perubahan, kreativitas dan orisinil. (Anoraga, 2010) Maka dari itu penulis pun mengambil data pra penelitian, ditemukan beberapa fakta baru mengenai kepercayaan diri yang dilakukan kepada 39 siswa di SMKN 11 Bandung. Berikut data hasil pra penelitian yang telah dilakukan.

TABEL 1. 5
HASIL PRA PENELITIAN
GAMBARAN KEPERCAYAAN DIRI
SISWA MENENGAH KEJURUAN NEGERI 11 BANDUNG

NO.	PERNYANTAAAN	TANGGAPAN	
		YA	TIDAK
Kepercayaan Diri			
Tingkat Percaya Diri			
9	Tingkat percaya diri pemilik bisnis dalam mengeluarkan produk-produk unggulan dan inovatif dalam berwirausaha	33,3%	66,7%
10	Tingkat keaktifan siswa dalam melakukan kegiatan wirausaha	20,5%	79,5%
Bertindak Independen			
11	Tingkat kemampuan siswa dalam memutuskan pilihan tanpa intervensi pihak lain	25,6%	74,4%
12	Tingkat keyakinan siswa dalam meyakini tindakan yang diambil	41,0%	59%
Menyatakan Keyakinan atas Kemampuan Sendiri			
13	Tingkat keyakinan siswa atas segala aspek kemampuan yang dimilikinya	41,0%	59%
14	Tingkat keyakinan siswa untuk mampu mencapai tujuan dalam hidupnya	46,1%	52,9%

15	Tingkat keyakinan siswa untuk mampu mencapai tujuan usaha yang dijalankan	38,4%	61,6%
Memilih Tantangan atau Konsep			
16	Apakah siswa yakin untuk mampu mencapai tujuan dari usaha yang dijalankan?	28,2%	71,8%
17	Apakah siswa berani dalam mengambil resiko saat berwirausaha?	30,8%	69,2%
18	Apakah siswa mampu bersaing dalam berwirausaha dengan usaha sejenis?	41,0%	59%

(Sumber : Pra Penelitian 2018)

Setelah dilakukan pra penelitian ditemukan hasil pada variable y yaitu kepercayaan diri bahwa semua dimensi memiliki nilai yang berada dibawah nilai 50%. Ini membuat peneliti bermaksud meneliti lebih lanjut tentang kurangnya percaya diri yang dialami oleh siswa.

Karena seseorang dengan kepercayaan diri yang tinggi tidak mudah patah semangat atau frustasi dalam berupaya meraih cita-cita dan cenderung tetap berusaha sekuat tenaga sampai usahanya membuahkan hasil. Terjadinya masalah dalam kepercayaan diri saat bersaing dengan pemilik bisnis berskala jauh lebih besar. Jika penyakit ini dibiarkan, dapat menimbulkan susahny mengatur emosional, hilangnya konsentrasi, kurang dipercaya dalam menjalankan suatu bisnis, seseorang dengan rasa percaya diri yang tinggi akan bangga dengan hasil dari usahanya. (Noviasari, Haryono, & Fathoni, 2018)

1.2. Identifikasi Masalah

Kurangnya percaya diri yang dimiliki pemilik bisnis terutama Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) (Wang, 2008) di era perdagangan global sedang marak, maka perdagangan antar negara pun bebas untuk dilakukan. Kegiatan seperti ini yang harus dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk meningkatkan penjualannya serta memperluas pangsa pasar, akan tetapi ada beberapa pebisnis yang masih tidak percaya diri untuk mengikuti persaingan di ranah global (Asoni & Asoni, 2011).

SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung merupakan sekolah yang memasukkan beberapa pelajaran yang menunjang jiwa kewirausahaan pada siswa, seperti pelajaran pemasaran, kewirausahaan, akuntansi, dll. Ditambah lagi dengan pengalaman praktik siswa pada program PKL seharusnya dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan para siswa

Mochamad Akbar Giuliano Givanska, 2019
PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI DALAM BERWIRAUSAHA (SISWA KELAS XI JURUSAN PEMASARAN DI SMK NEGERI 1, 3, DAN 11 KOTA BANDUNG)

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

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran pembelajaran kewirausahaan pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
2. Bagaimana gambaran lingkungan keluarga pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
3. Bagaimana gambaran kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
4. Bagaimana pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
5. Bagaimana pengaruh lingkungan keluarga terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
6. Bagaimana pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan lingkungan terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha, yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran pembelajaran kewirausahaan pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
2. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran lingkungan keluarga pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
3. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran kepercayaan diri pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
4. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung

5. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh lingkungan keluarga terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung
6. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan hasil yang berarti dan bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis (keilmuan):

1. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang kewirausahaan
2. Penelitian ini diharapkan dapat diterapkan kepada siswa SMK se-Bandung
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan sebagai bahan masukan untuk penelitian-penelitian berikutnya mengenai penelitian yang sama

Maupun secara praktis sebagai berikut:

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis yaitu sumbangan pemikiran bagi SMK Negeri 1, 3, 11 Bandung, sehingga dapat dijadikan informasi serta masukan bagi pihak sekolah dalam mengetahui tentang pembelajaran kewirausahaan. Hasil penelitian ini diharapkan juga sebagai informasi atau acuan dan sekaligus untuk memberikan dorongan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pembelajaran kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha