

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kewirausahaan merupakan hal fundamental yang terkait erat dengan pertumbuhan ekonomi di sebuah negara. Iklim kewirausahaan menstimulasi inovasi, menumbuhkan geliat transaksi ekonomi serta dapat mendorong lahirnya berbagai lapangan pekerjaan (Yulianto, 2016, hlm. 23). Kewirausahaan memainkan peranan penting dalam penciptaan dan pertumbuhan bisnis serta pertumbuhan dan kemakmuran wilayah dan Negara (Hisrich, Peters & Shepherd, 2017, hlm. 6). Peran kewirausahaan bukan hanya sebagai motor penggerak perekonomian masyarakat, namun juga sebagai pendorong perubahan sosial bagi peningkatan kualitas hidup manusia (Darmadji, 2013, hlm. 184). Banyak wirausahawan menghasilkan produk-produk yang membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan nyaman sehingga manusia menjadi lebih produktif, lebih mudah berkomunikasi serta lebih cepat mengetahui hal-hal yang sedang terjadi di sekelilingnya (Suranto, 2011, hlm.1)

Indonesia membutuhkan sedikitnya empat juta wirausaha baru untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Sedangkan saat ini rasio wirausaha di dalam negeri masih sekitar 3,1 persen dari total populasi penduduk. Rasio ini masih jauh di bawah negara tetangga seperti Malaysia yang sudah berada di level 5 persen dan Singapura yang sudah mencapai level 7 persen (Kemenperin, 2018). Untuk itu pemerintah perlu mendorong untuk meningkatkan jumlah wirausaha sehingga perekonomian di Indonesia dapat berkembang.

Pentingnya kewirausahaan dalam penciptaan lapangan kerja dan pembangunan ekonomi diakui di seluruh dunia (Malebana & Swanepoel, 2019 hlm 1). Setiap tahun *The Global Entrepreneurship and Development Institute* (GEDDI) mengukur Indeks Kewirausahaan Global dari total 137 negara termasuk Indonesia dengan mengakumulasikan performa kewirausahaan sebuah Negara, baik dalam skala nasional maupun skala internasional.

Penilaian indeks GEDI meliputi 14 aspek yang diukur antara lain yaitu internasionalisasi, pertumbuhan, penerimaan risiko, penyerapan teknologi, modal risiko, modal insani, dukungan kultural, jejaring, peluang *start-up*, kompetisi, keahlian *start-up*, inovasi produk, dan persepsi terhadap peluang (GEDI, 2019). Adapun posisi Indonesia dalam *Global Entrepreneurship Index* pada tahun 2019 ditunjukkan pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
***Peringkat Global Indeks Entrepreneurship Negara Maju dan  
Negara di Asia Tenggara Tahun 2019***

<b>Peringkat</b>	<b>Negara</b>	<b>GEI (%)</b>
1	United States	86.8
2	Switzerland	82.2
3	Canada	80.4
4	Denmark	79.3
5	United Kingdom	77.5
6	Australia	73.1
27	Singapura	52.4
43	Malaysia	40.1
48	Brunei Darussalam	36.5
54	Thailand	33.5
73	Vietnam	26.0
75	Indonesia	26.0
86	Philippines	23.0
102	Laos	19.1
107	Myanmar	18.1
108	Camboja	17.7

Sumber: *Global Entrepreneur Indeks*, 2019

Berdasarkan laporan *Global Entrepreneurship Index* (GEI) tahun 2019, negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Kanada, Inggris menempati peringkat lima teratas. Adapun jika dibandingkan dengan Negara-negara di Asia Tenggara, Indonesia berada di posisi pertengahan yaitu di bawah Singapura, Brunei Darussalam dan Thailand serta berada di atas Filipina, Laos, Myanmar dan Kamboja. Adapun GEI Indonesia dan Vietnam mendapatkan nilai yang sama yaitu sebesar 26 persen atau menempati peringkat ke-75 dari 137 Negara. Data ini menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki tingkat kewirausahaan yang masih rendah dibandingkan dengan negara lain.

Pengangguran terjadi karena perbandingan antara jumlah penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru di semua jenjang pendidikan (Sumadi & Sulistyawati, 2017, hlm. 1008). Berikut ini adalah data tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada 2019 sampai dengan tahun 2021 ditunjukkan pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**

***Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (persen) Tahun 2019-2021***

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>2019 (%)</b>	<b>2020 (%)</b>	<b>2021 (%)</b>
Tidak/Belum Pernah Sekolah/Belum Tamat & Tamat SD	2.39	3.61	3.61
SMP	4.72	6.46	6.45
SMA umum	7.87	9.86	9.09
SMA Kejuruan	10.36	13.55	11.13
Diploma I/II/III	5.95	8.08	5.87
Universitas	5.64	7.35	5.98

Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka dari tamatan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih merupakan yang paling tinggi dibandingkan tamatan jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 10,36% di tahun 2019 lalu meningkat di tahun 2020 menjadi 13,55% dan 11,13% di tahun 2021.

Penyebab pengangguran SMK adalah ketimpangan antara harapan untuk bekerja dan daya tampung pekerjaan yang terbatas, kurangnya pengetahuan, keterampilan dan kreatifitas dalam berkarya serta kurangnya motivasi dan keberanian untuk berwirausaha (Widiyarini, 2018, hlm. 200). Pada umumnya generasi muda lebih tertarik menjadi pegawai dari pada melakukan usaha mandiri (Idris, 2007, hlm. 4).

Rendahnya intensi berwirausaha juga berdampak pada pengangguran (Kurjono, Mulyani & Murtadlo, 2018, hlm. 150 ; Tulenan, 2018 hlm. 759). Jumlah pengangguran dan kemiskinan dapat diperkecil dengan keberanian membuka usaha-usaha baru atau berwirausaha (Melyana, Rusdarti & Pujiati, 2015, hlm. 9). Negara dengan peningkatan indeks inisiatif kewirausahaan yang lebih tinggi cenderung menunjukkan penurunan yang lebih besar dalam tingkat pengangguran (Linan, 2011, hlm. 3). Dengan kata lain, masalah pengangguran di Indonesia dapat dikurangi dengan meningkatkan jumlah wirausaha (Kurjono, Kurniawan & Rasto, 2020, hlm. 54).

Intensi diartikan sebagai keadaan pikiran yang mengarahkan perhatian seseorang (pengalaman dan tindakan) ke arah objek dan tujuan tertentu atau jalan (sarana) untuk mencapai sesuatu (Bird, 2014, hlm. 443). Secara sederhana intensi juga diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010, hlm. 180). Khuong & An (2016, hlm 104) menjelaskan bahwa kewirausahaan diartikan sebagai sebagai proses menciptakan usaha baru dan organisasi baru melalui proses tersebut beberapa hal berharga akan tercipta dengan menyumbangkan waktu, tenaga, uang dan resiko untuk mendapatkan penghargaan intrinsik (kepuasan atau otonomi pribadi) dan penghargaan ekstrinsik (imbalan materi). Secara sederhana, Timmons & Spinelli (2009, hlm. 25) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses mengintegrasikan peluang, sumber daya, dan orang atau pengusaha (Dissanayake

Yekti Sulistyorini, 2022

*PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)*

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

& D.M.N.S.W , 2014, hlm. 1). Intensi dianggap sebagai prediktor terbaik untuk memprediksi intensi seseorang untuk menjadi seorang pengusaha (Krueger, Reilly & Casrud, 2000, hlm. 412). Dengan demikian intensi berwirausaha diartikan sebagai tendensi keinginan individu melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko (Ramayah & Harun, 2005, hlm. 10).

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mempunyai peluang yang cukup besar untuk ikut serta dalam membangun sistem perekonomian dengan memanfaatkan tahap perkembangan remaja dan mendidik siswa agar berminat menjadi wirausaha (Aprilianty, 2012 hlm. 312) Oleh karena itu SMK harus mempersiapkan lulusan yang siap berwirausaha guna mendukung penciptaan insan kreatif dalam pengembangan industri kreatif (Cucu, 2020, hlm. 10). Keterserapan lulusan SMK pada dunia usaha dan industri belum sepenuhnya, hal tersebut disebabkan oleh banyak faktor.

Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) yang ada di Kota Bandung, berjumlah 16 sekolah, namun disini peneliti hanya fokus pada SMK yang memiliki jurusan di Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen yaitu SMKN 1 Bandung, SMKN 3 Bandung dan SMKN 11 Bandung. Berikut ini adalah data hasil pra penelitian yang dilakukan kepada 150 siswa SMKN Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen di Kota Bandung, yaitu SMKN 1 Kota Bandung, SMKN 3 Kota Bandung dan SMKN 11 Kota Bandung mengenai pilihan siswa setelah lulus dapat dilihat pada Tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
*Pilihan Siswa Pasca Lulus*

<b>Pilihan Pasca Lulus</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Mencari Pekerjaan	<b>89</b>	59
Berwirausaha	<b>6</b>	4
Melanjutkan Studi	<b>55</b>	37
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

**Sumber:** Data diolah (2022)

Yekti Sunistyorini, 2022

*PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)*

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

**Tabel 1.4**  
*Perbandingan Pilihan Tiap Sekolah*

Pilihan Pasca Lulus	Nama Sekolah		
	SMKN 1 Bandung	SMKN 3 Bandung	SMKN 11 Bandung
Mencari Pekerjaan	30	28	31
Berwirausaha	2	3	1
Melanjutkan Studi	17	18	20
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

**Sumber:** Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 1.2 bahwa peneliti mengambil salah satu indikator dari variabel intensi berwirausaha yaitu *preference* (pilihan karir). Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas siswa memilih untuk mencari pekerjaan setelah mereka lulus sekolah yaitu sebesar 59% dan melanjutkan studi sebesar 37% sedangkan siswa yang memilih berwirausaha sebesar 4%. Melalui upaya mempersiapkan SMK agar memiliki intensi terhadap wirausaha, maka setidaknya para lulusan memiliki opsi lain ketika mereka tidak terserap dalam dunia industri, hal tersebut diperkuat oleh keadaan yang menunjukkan bahwa di zaman ini perubahan dalam lingkungan politik dan sosial ekonomi semakin mempersempit peluang bekerja di organisasi atau perusahaan yang berkelanjutan (Van Galderen et al., 2008, hlm. 215).

Wirausaha pada dasarnya bersifat personal (menyangkut tindakan individu), sehingga memiliki dimensi sosial-psikologis. Psikologi termasuk ilmu yang berkontribusi paling besar dalam riset-riset kewirausahaan, selain ekonomi, bisnis, dan sosiologi. Riset-riset psikologi kewirausahaan memiliki relevansi dan urgensi, terutama bagi kemajuan dunia usaha. Psikologi kewirausahaan (*psychology of entrepreneurship*) dengan individu wirausahawan sebagai objek kajiannya memunculkan topik-topik riset yang khas berkenaan dengan penerapan konsep-konsep psikologi untuk memahami kepribadian dan peran seorang usahawan dan pemanfaatan konsep-konsep tersebut untuk mendukung aktivitas-aktivitas

Rekti Sunistyorini, 2022

**PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)**

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

wirausaha setiap fase perkembangannya yaitu sebelum peluncuran bisnis (pada fase identifikasi kesempatan), saat peluncuran (pada fase pengumpulan sumber daya untuk memulai usaha), dan pasca peluncuran (pada fase manajemen agar bisnis berkembang dan bertahan) (Frese & Gielnik, 2014, hlm . 414).

Dua teori utama yang digunakan sebagai dasar oleh para peneliti untuk meneliti tentang intensi berwirausaha adalah *Theory Entrepreneurial Event* dari Shapero dan Sokol dan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen. Menurut *Theory Entrepreneurial Event*, intensi berwirausaha merupakan fungsi dari *perceived desirability*, *perceived feasibility* serta *propensity to act* (Giagtzi, 2013, hlm. 5). Sedangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) berpendapat bahwa intensi seseorang untuk melakukan suatu hal dapat dilihat dari *attitude towards the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (Ferreira, ernandes & Ratten, 2017, hlm. 21). Kemudian dikembangkan dalam konsep *Entrepreneurial Intention Based Models* oleh Linan pada tahun 2004 dengan menambahkan unsur pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui pendidikan ke dalam integrasi dua model tersebut (Linan, 2004, hlm.19).

Meningkatnya jumlah wirausaha tidak terlepas dari peran pendidikan (Kurjono, mulyani & Murtadlo, 2018, hlm. 150). Pengetahuan kewirausahaan mengacu pada tingkat pengetahuan individu yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis yang meliputi pengetahuan tentang peluang kewirausahaan, manajemen keuangan, pemasaran, produksi, dan manajemen sumber daya manusia (Roxas, Panizales, de Jesus & Mae, 2008, hlm. 67). Teori *entrepreneurial human capital* (EHC) menyatakan bahwa individu yang memiliki pengetahuan kewirausahaan cenderung menjadi pengusaha (Ni & Ye, 2018, hlm. 2). Pengetahuan kewirausahaan akan membentuk kecenderungan untuk membuka usaha-usaha baru di masa mendatang (Darmanto, 2013, hlm. 86). Linan mengemukakan bahwa tujuan pendidikan kewirausahaan pada sebuah individu harus memperkuat intensi untuk menjadi seorang pengusaha (Buana, Hidayat, Prayogi, Vendy, 2017, hlm. 69). Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan (Suryana, 2006, hlm. 4). Oleh karena itu, diperlukan pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum di setiap

Yekti Sulistyorini, 2022

**PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)**

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

jenjang pendidikan (Kurjono, Mulyani & Murtadlo, 2020, hlm. 150).

Penelitian mengenai pengetahuan kewirausahaan sudah banyak dilakukan dengan hasil yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha (Linan, 2004, hlm. 9 ; Fayolle et al., 2006, hlm. 28 ; Roxas et al., 2008, hlm 13; Nursito & Nugroho, 2013, hlm 62; Melyana, Pusdarti, Pujiarti, 2015, hlm. 46; Nisa & Murniawaty, 2020, hlm 8). Individu yang memiliki pengetahuan kewirausahaan akan dapat mengembangkan persepsi positif atas kelayakan berwirausaha yang akan melahirkan tindakan berwirausaha (Darmanto, 2013, hlm. 92). Pendidikan akan mampu meningkatkan persepsi seseorang terhadap profesi wirausaha dan kelayakan menjadi seorang wirausaha (Wafiatun et al., 2017, hlm. 285). Pengetahuan yang lebih besar tentang lingkungan kewirausahaan dapat dipastikan akan berkontribusi pada persepsi yang lebih realistis tentang kewirausahaan dan secara langsung memberikan kesadaran yang lebih besar tentang keberadaan pilihan dan keinginan profesional yang dijadikan intensi untuk menjadi pengusaha yang lebih kredibel (Linan, 2004, hlm. 7).

Persepsi keinginan merupakan rasa ketertarikan seseorang untuk melakukan suatu perilaku (Linan, 2004, hlm. 7). Persepsi keinginan memiliki kesamaan dengan *attitude towards the behavior* dan *subjective norm* (Linan, 2004; hlm. 6). Secara umum, seseorang yang percaya bahwa kinerja suatu perilaku dengan probabilitas tinggi mengarah pada hasil yang sebagian besar positif akan memiliki sikap yang menguntungkan terhadap tingkah laku tersebut (Segal et al., 2005, hlm. 46). Dukungan dari keluarga dan orang yang dianggap dekat juga berperan dalam meningkatkan ketertarikan dalam memulai usaha (Ramayah dan Harun, 2005, hlm. 27). Shapero & Sokol (1982) berpendapat bahwa seseorang yang memiliki Persepsi keinginan yang tinggi akan merasa antusias memulai sebuah usaha baru dan menjadi keuntungan yang besar pada usaha yang sedang sedang berjalan (Almqvist & Björnberg, 2010, hlm. 15). Persepsi keinginan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha (Guerrero, Urbano & Josep, 2008, hlm. 12 ; Dissanayake, 2014, hlm. 26 ; Asunka, Widjajanta, Lisnawati, 2016, hlm. 24 ; Hattab, 2014, hlm. 39; Kurjono, Kurniawan, Rasto, 2019, hlm. 14).

Yekti Sulistyorini, 2022

**PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)**

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



Persepsi kelayakan didefinisikan sebagai sejauh mana orang menganggap diri mereka sendiri secara pribadi dapat melakukan perilaku (Linan, 2004, hlm. 4). Persepsi kelayakan sesuai dengan konsep *perceived self efficacy* dari Bandura (1977) (Giagtz, 2013, hlm. 10). Persepsi kelayakan mendorong pilihan yang terkait dengan karir, termasuk karir sebagai wirausaha (Krueger, Reilly, Carsrud, 2003, hlm. 417). Seorang memutuskan berwirausaha tergantung keyakinan akan kemampuannya dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki. Individu memiliki intensi yang lebih kuat untuk bertindak ketika mengambil tindakan yang dianggap layak dan diinginkan, intensi kewirausahaan dapat dijelaskan dengan cara yang sama (Hisrich et al., 2017, hlm. 16). Semakin tinggi keyakinan kemampuan seseorang seorang berwirausaha maka akan semakin tinggi minatnya untuk mewujudkan usaha (Darmanto, 2013, hlm. 960). Penelitian yang dilakukan oleh Linan (2004, hlm. 9), Segal et al., (2005, hlm. 11), Shook & Bratianu (2010, hlm. 17), Dissanayake (2014, hlm 24), Henley et al., (2017, hlm 36) membuktikan bahwa persepsi kelayakan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Penelitian tentang kewirausahaan merupakan hal yang penting untuk dilakukan sehingga dapat ditemukan faktor yang mendukung pembentukan kewirausahaan. Situasi ekonomi yang terus berfluktuasi dan tingkat pengangguran yang terus meningkat perlu untuk segera diupayakan jalan keluar untuk mengatasinya. Berdasarkan masalah dalam latar belakang inilah maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai tingkat intensi berwirausaha, tingkat pengetahuan kewirausahaan, tingkat persepsi keinginan dan tingkat persepsi kelayakan siswa SMKN Se-Kota Bandung.

2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.
3. Apakah persepsi keinginan memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap tingkat intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.
4. Apakah persepsi kelayakan memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap tingkat intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.
5. Apakah persepsi keinginan dan persepsi kelayakan secara simultan memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah, penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Gambaran mengenai tingkat intensi berwirausaha, tingkat pengetahuan kewirausahaan, tingkat persepsi keinginan dan tingkat dan persepsi kelayakan siswa SMKN Se-Kota Bandung.
2. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.
3. Efek mediasi persepsi keinginan pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.
4. Efek mediasi persepsi kelayakan pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.
5. Efek mediasi persepsi keinginan dan persepsi kelayakan secara simultan pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN Se-Kota Bandung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini disusun dengan harapan memberikan kegunaan atau manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut.

Yekti Sulistyorini, 2022

*PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

#### 1.4.1 Secara teoritis

- a. Sebagai sumbangan konsep dengan memperluas kajian dalam ilmu kewirausahaan
- b. Sebagai bahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan.

#### 1.4.2 Secara praktis

- a. Bagi Sekolah  
Mengetahui pentingnya kewirausahaan bagi siswa baik dengan mengembangkan kurikulum pendidikan kewirausahaan dan membuat seminar-seminar motivasi kewirausahaan.
- b. Bagi Guru  
Sebagai saran untuk mempersiapkan peserta didik agar memiliki *skill* yang tangguh agar siap bersaing dalam dunia kerja ataupun menciptakan pekerjaan sendiri.
- c. Bagi Siswa  
Sebagai bahan evaluasi dan instropeksi diri bahwa persaingan di dunia kerja sangat ketat dan salah satu alternatifnya yaitu dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri.