

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang Masalah

Industri 4.0 memunculkan *trend* baru yaitu digital transformasi (Hagberg et al., 2016). Kewirausahaan digital termasuk usaha dan transformasi bisnis modern dengan menciptakan teknologi digital baru serta penggunaan inovasi baru dan memberikan kesempatan untuk menggali potensi belum dikembangkan sebelumnya ((Lerch & Gotsch, 2015);(Purnomo et al., 2020);(F. Zhao & Collie, 2016);((Bruton et al., 2013);(Tedmanson et al., 2012))). Digital kewirausahaan adalah bisnis atau bisnis yang dijalankan oleh media digital atau internet dibentuk media sosial, *blog*, *website*, dan seterusnya ((Yeh et al., 2020);(Dewi, M. V. K., & Darma, 2019);(Sitinjak, 2019);(Ghatak et al., 2020);(Nzembayie et al., 2019);(Fisch et al., 2021)). Sayangnya, sampai saat ini belum banyak yang dilakukan dalam hal *trend* penelitian *digital entrepreneurship*, sehingga kebutuhan akan konseptualisasi di lapangan sangat diinginkan.

Kewirausahaan digital adalah jenis kegiatan kewirausahaan yang berbeda, sebab ditekankannya konsep digital untuk membantu pengusaha dalam proses bisnis mereka (F. Zhao & Collie, 2016). Kewirausahaan digital menghubungkan karakteristik kewirausahaan tradisional dengan kekhasan bidang digital, kreativitas, lebih baik sensitivitas terhadap risiko, atau ketangkasan ((Bruton et al., 2013); (Tedmanson et al., 2012)).

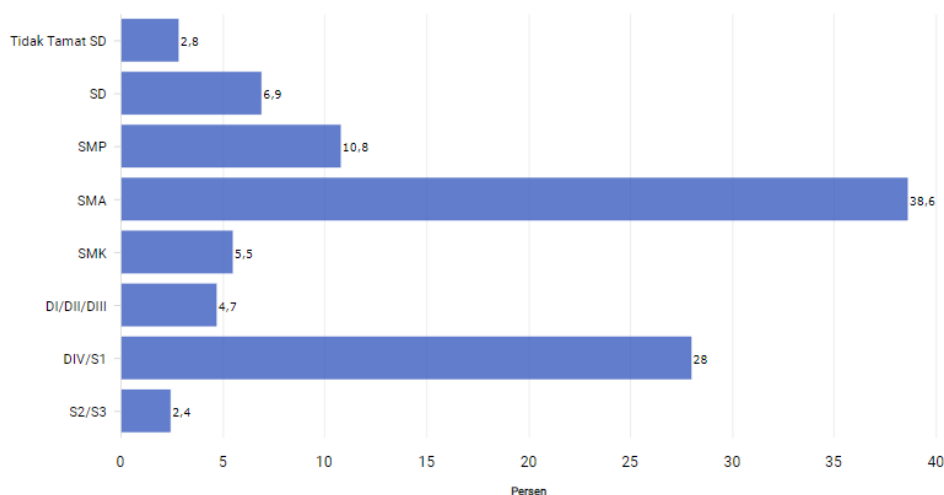
Indonesia masuk dalam 20 negara dengan *digital risers ranking* tertinggi tahun 2021. Tercatat bahwa Indonesia masuk ke dalam peringkat 3 besar Digital Riser, di bawah Arab Saudi, dan Prancis. Negara-negara Digital Riser teratas di seluruh dunia telah berinvestasi dalam SDM dan menjadikan inovasi serta kewirausahaan sangat mungkin dilakukan oleh perusahaan (*Digital Risers Report*, 2020). Tapi nyatanya, Indonesia tengah mengalami *digital talent gap* (kesenjangan talenta digital) dan Indonesia Butuh 600.000 talenta digital untuk mengatasi digital talent gap tersebut (World Bank, 2021).

Indonesia saat ini berkembang menjadi negara dengan pertumbuhan ekonomi digital tercepat di Asia Tenggara (Laporan Firma Riset Ernst & Young Indonesia,

2022). Sehingga Indonesia adalah peluang besar bagi pelaku sektor teknologi, informasi dan komunikasi. Namun, mengembangkan usaha di sektor teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia memiliki tantangan.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah jenis pendidikan yang dibentuk untuk mempersiapkan lulusannya untuk menjadi tenaga ahli, terampil dan siap terjun ke dalam masyarakat sesuai dengan bidang studi yang diminati (Khurniawan, 2019). Guna menghadapi banyaknya persaingan di era 4.0, pendidikan kejuruan dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas pendidikan sehingga nantinya dapat meningkatkan keahlian dan kompetensi siswa/I SMK. Sehingga, pendidikan kejuruan perlu melakukan penyesuaian pada kompetensi keahlian yang diselenggarakan agar relevan dengan tujuan tersebut.

Fakta empirik menunjukkan bahwa sebagian besar lulusan SMK cenderung menjadi para pencari kerja dan masih banyak yang belum mampu untuk berwirausaha untuk mengembangkan dan mengimplementasikan keahlian yang didapat di SMK (Subijanto, 2012). Berikut Gambar 1.1 yang menggambarkan persentase pengusaha/penanggung jawab usaha perdagangan menurut tingkat pendidikan terakhir (2020).



Gambar 1. 1 Persentase Pengusaha/Penanggung Jawab Usaha Perdagangan Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir (2020)

Sumber: Katadata.co.id

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, ada 129.137 unit usaha perdagangan menengah dan besar di Indonesia pada 2020. Dari jumlah itu, mayoritasnya atau sekitar 39% pemilik usaha merupakan lulusan Sekolah Menengah

Alifah Kusumaningrum, 2022

PERAN *TECHNOLOGICAL PEDGOGICAL KNOWLEDGE (TPACK)* DALAM MEMODERASI PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN DIGITAL PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) DI JAKARTA BARAT Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Atas (SMA). Sementara itu, pemilik usaha perdagangan yang memiliki tingkat pendidikan terakhir Diploma IV/S1 sebanyak 28%. Lalu sebanyak 10,8% merupakan lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Ada pula 6,9% pemilik usaha perdagangan yang merupakan lulusan Sekolah Dasar (SD), 3,6% tidak tamat SD, dan 5,5% merupakan lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Kemudian persentase pemilik usaha perdagangan yang memiliki tingkat pendidikan Diploma I/II/III sebanyak 4,7%. Sementara, hanya 2,4% yang merupakan lulusan S2/S3.

Berdasarkan hasil survey melalui angket siswa/i SMK Negeri di Jakarta Barat jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran kelas XI, maka diperoleh hasil seperti Tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1. 1
Tingkat Intensi Berwirausaha Digital Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran di SMK Negeri Jakarta Barat

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Tinggi	5	16,67%
Sedang	9	30,00%
Rendah	16	53,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Survey (2022)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa tingkat *digital entrepreneurship intention* siswa/i bisnis daring dan pemasaran SMK Negeri di Jakarta Barat dapat dikatakan rendah, hal ini dilihat dari data prapenelitian yang menunjukkan sekitar 16,67% yang memiliki ketertarikan pada *digital entrepreneur intention*. Sampel penelitian yang digunakan peneliti sebagai data pra penelitian diambil dari 30 siswa, dengan pertanyaan apakah siswa jurusan bisnis daring dan pemasaran SMKN di Jakarta Barat memiliki minat untuk berwirausaha berbasis digital. Intensi siswa untuk menjadi *digital entrepreneur* dapat dikatakan kategori rendah, yakni sebanyak 53,33% dari jumlah sampel tidak tertarik untuk menjadi wirausaha berbasis digital.

Jika dilihat melalui perilaku berwirausaha yang masih rendah, intensi menurut linan, merupakan prediktor terbaik dari perilaku (Liñán & Chen, 2009). Maka ketika perilaku berwirausaha masih rendah maka intensi berwirausaha juga akan rendah. Intensi berwirausaha yang rendah maka akan berdampak pada jumlah wirausahaan yang rendah juga.

Meningkatkan intensi kewirausahaan digital menjadi sesuatu hal yang penting untuk diteliti. Sebab, implementasi dalam konteks pendidikan dimungkinkan muncul

apabila intensi kewirausahaan digital dikalangan siswa dapat ditingkatkan ((Hasanah & Setiaji, 2019); (Isrososiawan, 2013)). Sekolah memiliki peran penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan sifat-sifat kepribadian yang berkaitan dengan tumbuhnya intensi berwirausaha di kalangan anak sekolah atau siswa ((Kabir et al., 2017),(Wahyuno, 2015)). Intensi kewirausahaan digital banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Penerapan kewirausahaan di negara maju dan berkembang telah diakui mampu untuk menghadapi tantangan besar dari globalisasi seperti pembangunan sosial, persaingan, dan krisis ekonomi ((Shah dalam (R Dian H, Hafizhah et al., 2019). Penciptaan bisnis baru untuk perluasan lapangan kerja mampu menjadi mesin penggerak produktivitas ekonomi negara (Botsaris dalam (R Dian H, Hafizhah et al., 2019). Pendidikan kejuruan dinilai sebagai solusi praktis mengurangi jumlah pengangguran bahkan pendidikan kejuruan juga dinilai strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) Indonesia (Dian Herdiana, Rahayu et al., 2018).

Teori perilaku terencana atau *theory of planned behavior* (TBP) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 2020) poin penting dalam model penelitian Ajzen adalah ada 3 faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha yaitu, pertama, *attitude towards behavior* (ATB) sikap keyakinan seseorang tentang hasil perilaku tertentu apakah perilaku tersebut mendapat konsekuensi positif atau negative, kedua *subjective norm* (SN) yaitu persepsi seseorang tentang apakah oranglain atau lingkungan disekitar yang berpengaruh baginya akan menyetujui atau menolak perilaku tersebut, ketiga, *perceived behavioral control* (PBC) yaitu keyakinan seseorang dalam mengontrol perilaku tertentu dan memperkirakan mengenai kemudahan atau kesulitan untuk menampilkan perilaku tersebut.

Literasi digital mengarah pada pengetahuan dan keterampilan serta pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital. Literasi digital dianggap sebagai kemampuan memahami dan menggunakan alat-alat digital diberbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari menurut Hague dalam (Harjono, 2018). Pada konteks pendidikan, literasi digital yang baik juga berperan dalam mengembangkan pengetahuan seseorang mengenai materi pelajaran tertentu dengan mendorong rasa ingin tahu dan kreativitas yang dimiliki anak. Literasi digital adalah keterampilan yang harus dapat diasumsikan oleh guru sebagai analog dengan kemampuan membaca dan menulis (Society, 2012).

Pengetahuan kewirausahaan memiliki peran penting bagi tumbuhnya minat berwirausaha (Saputri et al., 2019). Pengetahuan secara implisit dapat mempengaruhi sikap seorang individu terhadap kewirausahaan, sehingga secara tidak langsung akan mendorong munculnya keinginan untuk menjadi seorang wirausaha (Liñán & Chen, 2009). Pengetahuan kewirausahaan meliputi kegiatan seperti kerjasama penelitian sekolah dengan industri, aplikasi paten, individu yang sangat terampil dan inkubator bisnis ((Shane, 2004);(Siegel & Wright, 2015);(Somsuk & Laosirihongthong, 2014)). Pengetahuan kewirausahaan di SMK tentunya dapat dibentuk melalui berbagai hal diantaranya pendidikan akan kesadaran berwirausaha, pendidikan untuk start up, pendidikan dinamika kewirausahaan, dan pendidikan berkelanjutan bagi wirausaha (Hoque et al., 2017).

Pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki siswa tentunya dapat diperkuat dengan hadirnya faktor eksternal siswa yang didapat melalui guru dengan kompetensi terbaik yang dimiliki. Saat ini seorang guru tidak bisa terelakkan dari hadirnya teknologi di dunia pendidikan. Guru saat ini harus memiliki kompetensi yang ulung salah satunya kemampuan akan *technological pedagogical content knowledge* (TPACK). Di era 4.0 guru harus melek akan teknologi, teknologi tersebut harus diimplementasikan program pendidikan kewirausahaan sebagai pemacu siswa untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan (Y. Zhao, 2021).

Persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan seseorang dalam mengontrol perilaku tertentu dan memperkirakan mengenai kemudahan atau kesulitan untuk menampilkan perilaku tersebut (Ajzen, 2020). Poin penting dalam model penelitian menyebutkan bahwa *Perceived Behavioral Control* (PBC) berkorelasi positif dan sangat tinggi dengan intensi berwirausaha digital dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan melalui PBC. Dalam linan's model menyebutkan bahwa persepsi kontrol perilaku memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital (Hattab, 2014).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap persepsi kontrol perilaku ((Hafidah, 2016),(Jamila et al., 2020)). Lebih lanjut dijelaskan bahwa literasi digital sering disebut dengan berbagai nama, seperti: literasi komputer, literasi internet, informasi literasi teknologi, dan literasi TIK atau e-literasi (Jamila et al., 2020).

Penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap persepsi kontrol perilaku ((Peterman & Kennedy, 2003); (Bae et al., 2014), (Sommer & Haug, 2011), (Naktiyok et al., 2010); (De Clercq & Arenius, 2006). Dengan demikian, pengamatan ini memberikan dukungan untuk membenarkan bahwa perolehan pengetahuan eksplisit tentang perilaku kewirausahaan akan positif mempengaruhi kepercayaan diri, persepsi efikasi diri dan kontrol perilaku secara individu (Liñán & Chen, 2009).

TPACK (*Technological Pedagogic Content Knowledge*) adalah salah satu kajian terkait keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang pendidik. TPACK diharapkan dapat menghasilkan solusi dalam meningkatkan kualitas mengajar para pendidik di era modern ((Ibrahim et al., 2021);(Susanto et al., 2020)). TPACK merupakan sebuah *framework* yang menggabungkan tiga aspek utama yaitu teknologi, pedagogi, dan konten/materi pengetahuan (Amrina et al., 2022). Berikut *research gap* dalam penelitian ini yang disebutkan pada Tabel 1.3.

Tabel 1. 2
Research Gap

Judul	Penulis	Tahun	Variabel	Temuan Kesenjangan
Perbandingan Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang: Jurusan Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Pembangunan.	Achadiyah dan Irafami	2013	Persepsi kontrol perilaku (M), Intensi Kewirausahaan digital (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan.
<i>The Influence of Attitude, Subjective Norms and Perceived Behavior Control on Entrepreneurial Intentions: Case of Algerian Students</i>	Benachenhou Sidi Mohammed	2017	Persepsi kontrol perilaku (M), Intensi Kewirausahaan digital (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan di era digital.

Judul	Penulis	Tahun	Variabel	Temuan Kesenjangan
<i>Next Generation Entrepreneurs. How Do Digital Skills Affect the Intention to Start Up a New Business?</i>	Patz Nicholas	2019	Literasi digital (X1), persepsi kontrol perilaku (M)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kontrol perilaku.

Sumber: Penemuan dari beberapa ahli

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih penelitian kewirausahaan dimasa depan, serta mampu mengeksplorasi *trend* kewirausahaan digital. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Peran TPACK (*Technological Pedagogical Content Knowledge*) dalam Memoderasi Pengaruh Literasi Digital dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Kewirausahaan Digital pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latarbelakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini diangkat rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana peran TPACK (*technological pedagogical content knowledge*) dalam memoderasi pengaruh literasi digital dan pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.2.2 Bagaimana pengaruh literasi digital terhadap persepsi kontrol perilaku digital siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.2.3 Bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap persepsi kontrol perilaku siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.2.4 Bagaimana pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi kewirausahaan digital siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.2.5 Bagaimana *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) dalam memoderasi pengaruh literasi digital terhadap persepsi kontrol perilaku siswa

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.

- 1.2.6 Bagaimana *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) dalam memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap persepsi kontrol perilaku siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.2.7 Bagaimana *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) dalam memoderasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi kewirausahaan digital siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *Entrepreneurial Intention Based Models* (Liñán & Chen, 2009) dengan:

- 1.3.1 Menganalisis peran TPACK (*technological pedagogical content knowledge*) dalam memoderasi pengaruh literasi digital dan pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.3.2 Menganalisis pengaruh literasi digital terhadap persepsi kontrol perilaku pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.3.3 Menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap persepsi kontrol perilaku pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.3.4 Menganalisis pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.3.5 Menganalisis moderasi *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) pada pengaruh literasi digital terhadap persepsi kontrol perilaku pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.
- 1.3.6 Menganalisis *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap persepsi kontrol

perilaku pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.

- 1.3.7 Menganalisis *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) memoderasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada pembaca khususnya pada bidang disiplin ilmu pendidikan ekonomi mengenai bagaimana kaitannya Teori belajar sosial Albert Bandura, *Theory of Planned Behavior* (TBP) terhadap intensi kewirausahaan dikalangan siswa SMK Negeri di Jakarta Barat, serta bagaimana peran *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) dalam memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan literasi digital terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktik

1.4.2.1 Bagi pemerintah, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan bahan rujukan dalam mengatasi rendahnya minat kewirausahaan digital dikalangan siswa sehingga nantinya mampu meningkatkan jumlah wirausahawan di Indonesia.

1.4.2.2 Bagi guru, penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan terkait konsep keilmuan tentang peran *TPACK (Technological Pedagogical Content Knowledge)* dalam memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan literasi ekonomi digital terhadap intensi kewirausahaan digital serta mampu meningkatkan kualitas pembelajaran kewirausahaan digital agar siswa mampu mengelaborasi kemampuan kewirausahaan digitalnya.

1.4.2.3 Bagi peserta didik, penelitian ini dapat digunakan sebagai media informasi terkait konsep keilmuan tentang peran *Technological Pedagogy Content Knowledge* (TPACK) dalam memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan literasi digital terhadap intensi kewirausahaan digital, selain itu diharapkan

mampu meningkatkan niat berwirausaha digital siswa di SMK Negeri se-Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran.

1.5 Struktur Organisasi Tesis

Sistematika penulisan tesis dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, berikut sistematika penulisannya:

1.5.1 BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi tesis.

1.5.2 BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis

Bab ini menjelaskan mengenai kajian pustaka atau landasan teoritis yang menjelaskan teori berkaitan dengan kajian penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

1.5.3 BAB III Objek dan Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan metode penelitian, objek dan subjek penelitian, jenis dan metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, analisis data deskriptif, analisis data.

1.5.4 BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

1.5.5 BAB V Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi

Bab ini menjelaskan simpulan, implikasi, dan rekomendasi menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi terhadap pendidikan ekonomi dan memberikan rekomendasi atau saran kepada pihak yang terkait.