

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Abad 21 sebagai abad pengetahuan, ditandai oleh perubahan besar-besaran dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri dan berlanjut menjadi masyarakat berpengetahuan (Soh,et.al 2010). Transformasi ini juga ditandai oleh serangkaian perubahan sosial dan budaya dalam masyarakat sebagai hasil dari globalisasi dan meluasnya aliran informasi. Sejak teknologi kabel optik dan peramban web muncul, aliran informasi yang tak terkendali di seluruh dunia telah menghasilkan fenomena yang dikenal sebagai ledakan informasi digital.

Perkembangan digitalisasi telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk dalam dunia wirausaha. Dampak positif yang dihadirkan oleh digitalisasi terlihat dalam banyak aspek wirausaha, seperti promosi, pembukaan peluang pekerjaan, dan peningkatan produktivitas dalam konteks sosial dan ekonomi. Fenomena wirausaha digital menjadi hal yang sangat penting dengan potensi besar untuk masa depan (Karimi et al., 2017).

Bertambah pesatnya jumlah penduduk di Indonesia dalam era globalisasi dan industrialisasi telah menimbulkan banyak permasalahan. Salah satunya adalah pertumbuhan yang muncul atas tidak seimbangnya antara lapangan pekerjaan dan pencari kerja. Orang yang mencari kerja lebih banyak, sehingga banyak orang yang tidak dapat mendapatkan kesempatan untuk bekerja. Akibatnya jumlah pengangguran semakin besar dan berdampak pada kondisi perekonomian yang lemah (Franita,2016).

Data BPS menunjukkan bahwa tingkat pengangguran di Indonesia terus meningkat. Semua orang mengharapkan penurunan angka pengangguran yang berkelanjutan. Namun, keadaan ideal tersebut berbeda dengan keadaan nyata, karena tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia pada Agustus 2023, terdapat 7,86 juta orang pengangguran atau setara tingkat angka pengangguran terbuka sebesar 5,32%, turun sebesar 0,38%. Pengangguran di Indonesia berasal dari latar belakang pendidikan yang bervariasi, sebagian besar pengangguran di Indonesia adalah mereka yang lulus dari SMA/SMK yang masih memimpin dibandingkan dengan lulusan dari jenjang pendidikan lainnya pada November 2023, mencapai 9,31%.

Pemerintah dan institusi pendidikan harus memperhatikan fenomena ini dengan cermat. Melebarkan sayap wirausaha adalah salah satu upaya penting yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut. Sesuai dengan target penurunan lini ratio pada tahun 2019 dari 0,14% menjadi 0,36%, wirausaha dapat membantu negara dalam mengejar pertumbuhan ekonomi sehingga angka kemiskinan menurun dan kesejahteraan meningkat (Sabandar, 2019:70). Sebagai entitas ekonomi, keberadaan SMK dapat berperan sebagai faktor yang berkontribusi untuk meningkatkan pendapatan nasional dengan membuat lapangan pekerjaan guna mengurangi tingkat pengangguran dan kesenjangan sosial ekonomi masyarakat (Muliansyah, dkk 2021).

Wirausaha telah menjadi faktor penentu ekonomi nasional. Suatu Negara dianggap maju dan stabil perekonomiannya jika penduduk yang menjadi wirausaha minimal empat persen (4%) dari jumlah populasi penduduk

(Muawwanah et al., 2020). Wirausaha juga merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong peningkatan perekonomian Indonesia, karena dapat menekan angka pengangguran bahkan menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain (Mutiarasari, 2018).

Fenomena wirausaha digital adalah hasil dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Guthrie (2014), usaha digital adalah penjualan barang atau jasa melalui jejaring elektronik. Turban (dalam Nurjaya, 2022) mengatakan bahwa Model perdagangan elektronik dalam ekonomi digital memberi pengusaha kesempatan untuk mengembangkan berbagai jenis bisnis.

Pentingnya kesiapan berwirausaha digital siswa tidak berbanding lurus dengan rendahnya minat berwirausaha siswa. Fakta bahwa masih ada lebih dari 56 juta (3,47%) wirausaha di Indonesia pada pertengahan tahun 2023. Menariknya, mayoritas wirausaha ini merupakan lansia yang berusia di atas 60 tahun, sementara itu rentang usia 15-19 tahun adalah rentang usia dengan jumlah wirausaha paling sedikit di Indonesia atau setara dengan jenjang pendidikan SMK, hal ini menunjukkan betapa kurangnya kesiapan siswa untuk menjadi wirausaha. Jumlah ini masih rendah dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara seperti Singapura, yang memiliki rasio kewirausahaan 8,76%.

Pendidikan Indonesia sekarang telah berkembang dan berubah seiring berjalannya waktu. Salah satu dari banyak hal yang harus diperhatikan dalam sistem pendidikan Indonesia adalah mempersiapkan lulusan SMK untuk menghadapi dunia pasca-sekolah. Menurut Peraturan Pemerintah No. 19 tahun

2005, Tujuan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) diatur dalam Pasal 26 ayat 3 Standar Nasional Pendidikan (Pemerintah, 2005). Tujuan SMK adalah agar siswa dapat memasuki lapangan kerja, memilih karir, berkompetisi, mengembangkan sikap profesional dalam bidang bisnis dan manajemen (Pemerintah, 2005). Siswa SMK dimaksudkan untuk siap untuk memasuki lapangan kerja pada akhirnya. Mereka harus diberikan pengetahuan dan pembelajaran yang akan membawa mereka ke dunia usaha (Raden, Hari, & Dian, 2018:68).

Menurut Arditiany & Kusuma (2016) bahwa “ Masalah pengangguran dapat diperkecil dengan cara berwirausaha dan menjadi pengusaha merupakan alternatif pilihan yang tepat untuk mengatasi pengangguran”.

Oleh karena itu, siswa harus disadarkan bahwa setelah lulus sekolah, mereka diharapkan tidak hanya dapat mencari pekerjaan tetapi juga dapat menjadi wirausahawan. Berwirausaha tidak hanya dapat membantu orang lain dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, tetapi juga dapat meningkatkan ekonomi negara.

Sementara Nurbaya (2012) menyatakan bahwa "Kesiapan berwirausaha adalah kemauan, keinginan, dan kemampuan untuk berwirausaha dalam hal ini tergantung pada tingkat kematangan, pengalaman masa lalu, keadaan mental dan emosi seseorang" (Yenny Maya, Entrepreneurship and Knowledge, 2019), "Kesiapan berwirausaha adalah keseluruhan kondisi seseorang yang membuatnya siap untuk memberi jawaban atau respon tertentu terhadap suatu situasi" (Slameto 2015:1130).

Sangat penting untuk memperhatikan kesiapan karena hasil yang diharapkan akan lebih baik jika siswa siap. Dengan kesiapan berwirausaha digital, diharapkan siswa dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran SMK.

Melihat kondisi di Indonesia terjadi ketidakseimbangan antara jumlah lapangan pekerjaan dan angkatan kerja. Permasalahan ini semakin diperparah dengan kurangnya kesiapan generasi muda untuk menciptakan lapangan pekerjaan dengan menjalankan kegiatan wirausaha digital. Hal ini sejalan dengan teori Nitisusastro (2009) menyatakan bahwa untuk memasuki usaha seseorang harus memiliki kesiapan keterampilan yaitu kesiapan untuk merencanakan, menjalankan dan mengendalikan kemampuan yang dimiliki dalam praktek usaha. Adapun fenomena dari kesiapan berwirausaha digital adalah penulis melihat tingkat kesiapan siswa yang masih rendah atau tidak maksimal yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Persentase Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri**

No	Aspek	Ya	(%)	Tidak	(%)
1	Saya memiliki kesiapan berwirausaha digital di masa depan	17	34	33	66
2	Saya berani mengambil resiko dalam berwirausaha digital	19	38	31	62
3	Saya sudah memiliki perencanaan untuk memulai usaha digital	10	20	40	80
4	Saya ingin menjadi pengusaha sukses di masa depan	22	44	28	56

Sumber : Data Observasi Awal 2023

Data ini menunjukkan bahwa tingkat kesiapan berwirausaha siswa kelas XII masih rendah, yang berarti bahwa sedikit siswa yang memiliki usaha sendiri. Namun, hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar siswa tidak berani mengambil risiko berwirausaha digital. Ini karena mereka tidak memiliki perencanaan yang diperlukan untuk memulai bisnis digital mereka. Untuk menjadi wirausaha, siswa harus memiliki kesiapan mental, keberanian mengambil risiko, fokus pada tujuan, terus berinovasi, bertanggung jawab, dan kemampuan memasarkan. Ini sejalan dengan pendapat Slameto (2015:113) bahwa kesiapan adalah keseluruhan kondisi yang membuatnya siap untuk memberi respons terhadap kecenderungan untuk memberi respons. Kesiapan mencakup kondisi fisik, mental, dan emosional, kebutuhan, keterampilan, dan pengetahuan.

Kesiapan dalam berwirausaha juga dipengaruhi oleh beberapa elemen, salah satunya efikasi diri. Efikasi diri, merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri atau tingkat keyakinan mereka tentang kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas tertentu untuk mencapai hasil tertentu, merupakan komponen yang dapat meningkatkan kesiapan berwirausaha (Marini & Hamidah, 2014). Persepsi pribadi seperti ini sangat penting dalam pembentukan niat seseorang. Keyakinan seseorang tentang kemampuan mereka untuk berwirausaha adalah apa yang disebut efikasi diri. Kepercayaan diri dalam kemampuan manajemen perusahaan digunakan untuk mengukur efisiensi, kepemimpinan SDM, kematangan mental dalam usaha, dan percaya diri untuk memulai bisnis (Andika & Madjid, 2012).

Efikasi diri siswa diukur dengan adanya sebuah indikator kepercayaan diri akan kemampuan mengelola suatu usaha, kepemimpinan sumber daya manusia, kematangan mental dalam usaha, dan merasa mampu dalam memulai sebuah usaha Gadaam dalam Susanto (2017). Maka faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kesiapan berwirausaha digital siswa adalah efikasi diri. Selain itu, siswa akan memiliki keyakinan bahwa mereka mampu untuk bersaing dalam dunia usaha atau berwirausaha. Dengan demikian, hal ini sangat penting dan mendukung untuk dimiliki oleh siswa sebelum membuka usaha, karena ketika seseorang merasa takut maka kesiapan untuk berwirausaha akan semakin rendah.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nia & Elvi (2020), menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh yang signifikan terhadap kesiapan berwirausaha siswa kelas XII di SMKN 1 Lubuk Basung. Seorang wirausaha yang memiliki keyakinan kuat akan kemampuannya cenderung mencapai hasil yang baik dan memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi. Menurut Bandura (dalam Yada, 2021:1) mengemukakan “konsep efikasi diri menggambarkannya sebagai evaluasi kemampuan seseorang dalam melaksanakan tingkat kinerja yang digunakan untuk mencapai hasil yang ideal. Adapun fenomena efikasi diri diperkuat dengan dilakukannya pra survey oleh penulis yang dimana tingkat efikasi diri siswa yang masih rendah dan belum bisa dikatakan baik yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Persentase Efikasi Diri Pada Siswa Kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan**

No	Aspek	Ya	(%)	Tidak	(%)
1	Saya memiliki rasa optimistik yang tinggi untuk mencapai atau memperoleh sesuatu	43	86	7	14
2	Saya tidak mudah menyerah bila usaha saya kurang di minati	17	34	33	66
3	Saya yakin bisa membuka usaha/berwirausaha	21	42	29	58
4	Banyak usaha yang mengalami kebangkrutan membuat saya pesimis dalam memulai usaha	37	74	13	26

Sumber : Data Observasi Awal 2023

Data ini menunjukkan bahwa tingkat efikasi diri siswa kelas XII masih belum bisa dikatakan baik. Yang dimana masih terdapat siswa yang tidak memiliki keyakinan penuh dan mudah menyerah apabila usaha yang dijalankan kurang diminati oleh konsumen. Selain itu, faktor lain yang memengaruhi tingkat efikasi diri siswa yaitu selalu pesimis terhadap diri sendiri karena banyaknya jumlah usaha yang mengalami kebangkrutan yang menjadi masalah lainnya.

Efikasi diri memiliki peran penting dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha digital, karena individu dengan efikasi diri yang tinggi lebih memiliki keyakinan dalam kemampuan mereka untuk mengembangkan dan mengelola usaha di lingkungan teknologi digital. Sebaliknya adanya tingkat kepercayaan diri yang rendah, maka siswa akan sulit memiliki kesiapan dalam berwirausaha.

Sari, A.K (2013:1) yang mengemukakan bahwa efikasi diri memberikan pengaruh yang besar pada diri seseorang terhadap kesiapan berwirausaha, hal ini dikarenakan bahwa efikasi diri mempengaruhi bentuk tindakan yang akan mereka

pilih untuk dilakukan, sebanyak apa usaha yang akan mereka berikan kedalam aktivitas ini, selama apa mereka akan bertahan menghadapi rintangan dan kegagalan.

Kemajuan teknologi memberikan kemudahan kepada manusia dalam menjalankan berbagai aktivitas, termasuk pendidikan melalui internet. Kemajuan teknologi juga memfasilitasi berbagai aktivitas manusia lainnya, termasuk pemasaran melalui internet. Pemasaran online memberikan keunggulan dalam hal efisiensi biaya dan menghilangkan batasan dalam komunikasi antar manusia.

Pada masa sekarang, teknologi informasi dan komunikasi digunakan oleh masyarakat untuk bertransaksi dalam membeli atau menjual barang serta jasa melalui internet. Indonesia terus berkembang dalam teknologi informasi. Sebagai negara berkembang, negara ini terus mengikuti perkembangan teknologi informasi hingga internet menjadi kebutuhan dalam berbagai kegiatan sehari-hari. Kegiatan ekonomi dan bisnis juga dipengaruhi oleh perubahan ini. Berwirausaha dengan kemajuan teknologi saat ini adalah kesempatan yang bagus, terutama bagi siswa.

Dalam konteks ini, "*e-commerce*" adalah istilah yang lebih umum untuk penggunaan internet (Achjari, 2000). *E-commerce* telah membawa inovasi dalam metode berbelanja bagi masyarakat, menghilangkan keharusan untuk datang langsung ke toko fisik. Perkembangan *e-commerce* telah menarik perhatian pemerintah, yang termanifestasikan dalam Pengumuman Kebijakan Ekonomi XIV yang berfokus pada *e-commerce*. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk mendorong pertumbuhan dan perluasan kegiatan ekonomi masyarakat di seluruh Indonesia dengan cara yang efisien dan terhubung secara global. Hal ini sejalan

dengan pendapat Zhang dan Cao (2018) yang menyatakan bahwa *e-commerce* tidak hanya meningkatkan kesejahteraan sosial, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi. Menurut Zimerer dan Scarborough, faktor menjadi wirausahawan diantaranya ekonomi jasa, kemajuan teknologi, gaya hidup, dan peluang internasional, dari pendapat tersebut yang berkembang saat ini adalah teknologi dan gaya hidup yang sangat berpotensi untuk para wirausahawan (Rahayu, 2022).

Seperti yang terjadi pada survei tahun sebelumnya, bisnis *e-commerce* masih dominan di wilayah Pulau Jawa. Pada tahun 2021, dari total 2.868.178 bisnis *e-commerce*, sebanyak 1.497.655 bisnis (52,22%) berada di pulau terpadat di Indonesia. Hal ini dapat dimengerti mengingat pangsa pasar terbesar, pusat produksi, dan infrastruktur pendukung konektivitas internet yang memadai berada di Pulau Jawa. Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia tidak diragukan lagi dengan berbagai platform yang sudah tidak asing di telinga khalayak seperti *Shopee*. Berdasarkan hasil survei *e-commerce* hingga 15 September 2022, hanya 34,10% dari usaha yang aktif dalam berbagai kegiatan *e-commerce*. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku usaha di Indonesia masih belum memanfaatkan internet untuk menerima pesanan atau menjual barang/jasa, dan lebih cenderung menjalankan usaha dalam model konvensional.

*Shopee* adalah industri *e-commerce* yang bergerak di bidang aplikasi *e-commerce* melalui *smartphone*. *Shopee* adalah industri dibawah *Sea Limited* (Garena) yang di dirikan oleh Forrest Li. *Shopee* pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Industri *Shopee* pada awalnya diluncurkan sebagai

pasar konsumen-ke-konsumen (C2C), tetapi dengan perkembangan saat ini, *shopee* telah di luncurkan sebagai merek terkenal (Luo, 2017). Peningkatan eksistensi *shopee* dapat memengaruhi kesiapan berwirausaha siswa dengan memiliki akses yang lebih luas terhadap pasar online. Dengan demikian siswa dapat belajar memahami dinamika bisnis digital, pengelolaan toko online dan keterampilan pemasaran digital yang baik untuk siap memulai usaha digital.

Menurut definisi Laudon (1997), *electronic commerce* adalah: "*The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction.*" Yang kedua adalah adanya konsumen atau perusahaan. Yang ketiga adalah adanya proses pembelian dan penjualan secara elektronik. Terakhir, jaringan mencakup penggunaan komputer untuk melakukan transaksi bisnis melalui internet. Siswa saat ini umumnya menggunakan ponsel untuk berkomunikasi, belajar online, dan membeli barang sehari-hari seperti *gofood*, *gopay*, dan ojek online. *E-commerce* dapat digunakan oleh siswa dalam berbagai tingkatan. Ada individu yang hanya menggunakan *e-mail* untuk tujuan tertentu, seperti sebagai pembeli online dan penjual online pemula. Secara umum hal ini menjadi salah satu faktor pendukung dalam peningkatan kesiapan siswa dalam berwirausaha digital.

Faktanya, rasio wirausaha rata-rata di Indonesia adalah 3,74%, meskipun negara ini memiliki potensi bisnis yang sangat besar (Liputan6.com). Sebagai negara maju, setidaknya 4 % orang Indonesia harus menjadi wirausaha. Dengan adanya *e-commerce* ini, diharapkan dapat memberikan peluang bagi siswa untuk memulai usaha mereka sendiri dan berpartisipasi dalam kegiatan berwirausaha

tanpa harus membuka toko atau menghabiskan waktu mereka dengan aktivitas lain. Selain itu, ada pasar yang tidak terbatas dari berbagai usia dan golongan. Pernyataan ini didukung oleh beberapa hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kesiapan berwirausaha dipengaruhi oleh pemanfaatan *e-commerce* sebagaimana hasil penelitian Nurhudayati (2022) menyatakan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, yang mana menunjukkan bahwa semakin paham dan tinggi tingkat penggunaan *e-commerce* maka akan meningkatkan tingkat kesiapan berwirausaha digital siswa.

Berdasarkan pra survey yang dilakukan oleh penulis ditemukan adanya permasalahan, kemudian permasalahan pada penggunaan *e-commerce* diperkuat dengan dilakukannya penyebaran kuisioner pra survey pada 50 orang siswa.

**Tabel 1. 3 Persentase Penggunaan E-Commerce pada Siswa Kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan**

No	Aspek	Ya	(%)	Tidak	(%)
1	Saya mengetahui aplikasi <i>e-commerce</i>	38	76	12	24
2	Saya sudah pernah menggunakan <i>e-commerce</i>	20	40	30	60
3	Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk untuk membeli barang secara digital	20	40	30	60
4	Saya mengetahui cara menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i>	40	80	10	20

Sumber : Data Observasi Awal 2023

Berdasarkan hasil pra survey menunjukkan bahwa kurangnya penggunaan *e-commerce* yang dimiliki oleh siswa, hal ini ditunjukkan oleh fenomena dimana siswa paham akan penggunaan aplikasi *e-commerce* namun lebih memilih menggunakan *e-commerce* hanya untuk melakukan pembelian suatu produk dibanding untuk mencoba menjual produk. Namun pada kenyataannya jika siswa paham akan penggunaan aplikasi *e-commerce* besar kemungkinan akan memiliki

kesiapan memulai usaha, namun yang terjadi dilapangan berbeda dengan yang diharapkan.

Dengan begitu, *e-commerce* memberikan kesempatan bagi siswa untuk memperluas atau meningkatkan pengetahuan akan penggunaan *e-commerce* serta manfaat dari penggunaan *e-commerce* yaitu untuk meningkatkan keuntungan penjualan barang/jasa yang dijualbelikan secara meluas dengan biaya yang kecil atau murah.

Kedua hal tersebut yakni efikasi diri dan penggunaan *e-commerce* akan memberikan peluang, rasa percaya diri serta kesiapan untuk berwirausaha secara digital dengan berbekal pengetahuan dan kemajuan teknologi. Efikasi diri maupun *e-commerce* diharapkan menjadi peluang bagi siswa untuk dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan usaha digital yang berwawasan luas dalam rangka mengurangi angka pengangguran.

Mengacu pada sejumlah penelitian sebelumnya dan banyaknya jumlah pengangguran yang di dominasi oleh siswa SMK, yang dibuktikan oleh fakta lapangan dan kajian teori maka perlu adanya pengukuran kembali secara empiris, maka penulis merasa penting melakukan penelitian yang mendalam mengenai

**"Pengaruh Efikasi Diri dan Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Kesiapan Berwirausaha Digital Siswa Kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan".**

## 1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Rendahnya lowongan pekerjaan dibanding dengan angkatan kerja yang ada
- 2) Pengangguran tertinggi dipimpin oleh lulusan SMK sesuai dengan data yang dihasilkan dari BPS 2023
- 3) Masih rendahnya kesiapan berwirausaha digital siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan karena belum memiliki perencanaan bisnis digital yang disebabkan oleh tidak beraninya mengambil resiko
- 4) Masih rendahnya tingkat efikasi diri siswa yang ditandai dengan mudahnya menyerah apabila usaha yang dijalankan tidak diminati, dan ketakutan akan banyaknya usaha yang mengalami kebangkrutan
- 5) Tingkat partisipasi siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan mengelola platform *e-commerce* masih rendah karena tidak menggunakan *e-commerce* untuk menjual barang/jasa secara digital.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, dengan meningkatnya dan luasnya permasalahan yang telah ada yang dapat diteliti dalam penelitian ini, agar tidak menyebabkan permasalahan yang akan diteliti semakin luas ruang lingkupnya serta dapat terarah pada tujuan yang akan ingin dicapai.

- 1) Kesiapan yang diteliti adalah kesiapan berwirausaha digital siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan
- 2) Efikasi yang diteliti adalah efikasi diri siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan

- 3) Penelitian ini dibatasi pada jenis *e-commerce marketplace shopee* karena *e-commerce* bersifat umum serta memiliki bermacam-macam variasi
- 4) Fokus penelitian ini dibatasi pada siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan, program keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) dan Program Keahlian Akuntansi Keuangan Lembaga (AKL).

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap kesiapan berwirausaha digital pada siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan?
- 2) Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap kesiapan berwirausaha digital pada siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan?
- 3) Apakah efikasi diri dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap kesiapan berwirausaha digital pada siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap kesiapan berwirausaha digital pada siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap kesiapan berwirausaha digital pada siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan.

3. Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri dan penggunaan *e-commerce* terhadap kesiapan berwirausaha digital pada siswa siswa kelas XII SMK Negeri 1 Nainggolan.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

##### 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan referensi, maupun rujukan informasi serta masukan keilmuan terkait dengan kesiapan berwirausaha digital di kalangan siswa.

##### 2) Manfaat Praktis

###### a) Bagi siswa

Siswa diharapkan mampu memahami lebih baik bagaimana meningkatkan efikasi diri dan penggunaan *e-commerce*, yang dapat membantu siswa lebih siap untuk berwirausaha digital.

###### b) Bagi sekolah

Penelitian ini diharapkan dapat membantu sekolah SMK dalam mengembangkan aspek efikasi diri dan penggunaan *e-commerce* dalam pelajaran yang relevan. Sekolah juga diharapkan dapat berfokus pada peningkatan kepercayaan diri dan keterampilan penggunaan *e-commerce* untuk mempersiapkan siswa dalam berwirausaha digital.

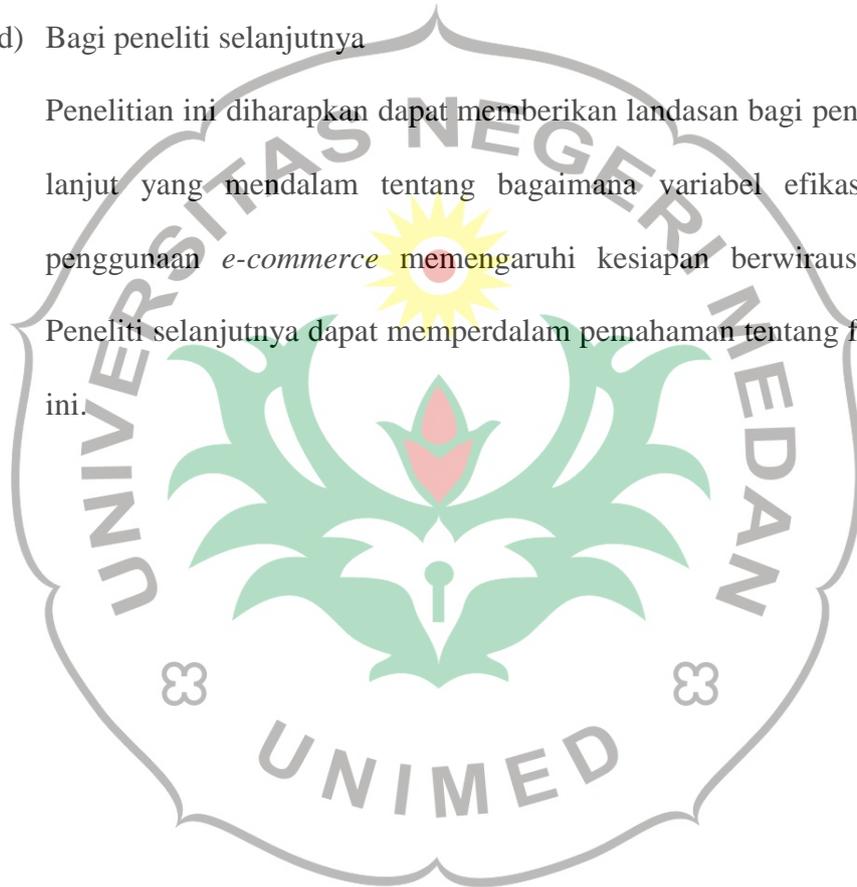
###### c) Bagi pemerintah

penelitian ini diharapkan dapat mendukung pemerintah dalam merancang kebijakan pendidikan yang mempromosikan kesiapan berwirausaha digital di tingkat nasional. Serta memberikan dukungan lebih lanjut bagi

wirausaha digital dengan melihat bagaimana meningkatkan efikasi diri, dan penguasaan *e-commerce* siswa.

d) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan bagi penelitian lebih lanjut yang mendalam tentang bagaimana variabel efikasi diri, dan penggunaan *e-commerce* memengaruhi kesiapan berwirausaha digital. Peneliti selanjutnya dapat memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor ini.



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY