

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah bentuk pendidikan formal di Indonesia yang bertujuan menghasilkan tenaga kerja terampil sesuai dengan kompetensinya. Oleh karena itu, setelah tamat dari SMK lulusannya diharapkan siap untuk memenuhi lapangan kerja sebagai tenaga kerja atau berwirausaha dan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Tujuan ini tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 pasal 26 ayat 3 menyatakan bahwa standar kompetensi lulusan satuan pendidikan menengah kejuruan yaitu untuk meningkatkan pengetahuan, kecerdasan, kepribadian, akhlak mulia, keterampilan agar lebih mandiri, serta dapat mengikuti jenjang pendidikan yang lebih tinggi sesuai dengan kejuruannya, yaitu dapat menguasai kompetensi program keahlian dan kewirausahaan dengan tujuan untuk memenuhi persaingan dunia kerja.

Program pemasaran termasuk dalam salah satu kompetensi keahlian yang ada di SMK. Salah satu tujuan dari jurusan Pemasaran adalah untuk membekali peserta didik pengetahuan dan juga keterampilan dibidang pemasaran untuk menjadi usahawan yang mandiri.

Minat memiliki peranan penting untuk memulai suatu pekerjaan, jika seseorang memiliki minat terhadap objek tertentu, maka ia akan cenderung memberikan perhatian yang lebih besar dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, sehingga dapat dikerjakan dengan hasil yang baik.

Setiap individu yang memiliki minat kewirausahaan yang tinggi akan mampu berdiri sendiri, berani mengambil keputusan dan menerapkan tujuan yang hendak di capai atas dasar pertimbangannya sendiri. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau kemauan keras untuk berusaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta kemauan keras untuk belajar dari kegagalan.

Salah satu strategi agar lulusan SMK dapat berwirausaha dengan mudah dan murah adalah perlu menggunakan teknologi dan sistem informasi. Penjualan dengan menggunakan teknologi dan informasi tersebut dengan *e-commerce*. Menurut Ahmadi dan Hernawan (2013:7) *E-commerce* adalah “Penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer atau media jaringan”.

Minat berwirausaha timbul karena adanya faktor yang mempengaruhinya. Menurut Alma (2007:9) faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah *personal*, *sociological*, dan *environmental*. Sedangkan menurut Robinson dan Sexton (1994); Bates (1995) dalam Millman et.al (2010:572) salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah pendidikan. Pendidikan formal maupun informal berperan dalam kewirausahaan. Pendidikan akan memberikan bekal pengetahuan dalam mengelola usaha dan memberi dorongan bagi seseorang untuk dapat menjadi wirausahawan. Kaitannya dengan pendidikan formal, Kurikulum 2013 menerapkan salah satu mata pelajaran pemasaran *online* yang diajarkan untuk SMK kompetensi keahlian Pemasaran di kelas X dengan tujuan

mendukung dalam peningkatan produktivitas dan kemampuan siswa berbisnis secara *online*.

Pembelajaran pemasaran *online* yang diajarkan kepada siswa diharapkan mampu meningkatkan minat siswa untuk memulai dan mengembangkan usaha baik secara *off-line* maupun *online* agar siswa mempunyai keyakinan dan kepercayaan diri dalam memulai dan mengembangkan usaha dan tidak bergantung pada orang lain.

Dalam mendukung minat berwirausaha, siswa dituntut untuk memiliki kemampuan manajemen waktu untuk mengatur segala aktivitasnya. Dimulai dari waktu untuk belajar, waktu untuk bekerja, dan kegiatan sosial maupun waktu bagi diri sendiri untuk bersantai. Bagaimanapun waktu untuk bersantai tersebut diperlukan untuk mengembalikan energi yang sudah dipakai untuk belajar.

Memang tidak ada satu cara ampuh yang berlaku bagi semua orang dalam manajemen waktu, tetapi dengan mengendalikan diri sendiri dengan lebih baik dapat menentukan bagaimana akan mempergunakan waktu yang efektif. Siswa sering menunda pekerjaan rumah (PR) dan mengerjakannya sebelum *deadline*, dalam waktu yang cukup singkat. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen waktu belajar siswa itu kurang efektif.

Manajemen waktu merupakan salah satu pendekatan yang penting dalam pencapaian prestasi akademik, karena dengan menggunakan manajemen waktu tersebut dapat mengontrol diri terhadap kekurangan-kekurangan seseorang dalam belajar maupun bekerja. Dari sinilah muncul berbagai masalah yang menyebabkan

konflik pada dirinya antara waktu belajar dan waktu bekerja, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi minat berwirausahanya.

**Tabel 1.1**

**Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas X SMK Negeri 1 Medan**

Kelas	Jumlah Siswa	Pemasaran <i>Online</i>			
		Minat Berwirausaha	Persentase	Tidak Minat Berwirausaha	Persentase
X Pemasaran 1	35	15	42,85%	20	57,14%
X Pemasaran 2	36	14	38,89%	22	61,11%

*Sumber : Angket*

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada siswa-siswi kelas X SMK Negeri 1 Medan, guru telah membekali siswa-siswinya dengan pengetahuan dan kerampilan tentang pemasaran *online*. Pemasaran *Online* dikalangan saat ini sedang banyak peminatnya, bukan hanya dikalangan mahasiswa saja tetapi dikalangan siswa juga sudah banyak peminatnya. Di SMK Negeri 1 Medan mata pelajaran pemasaran *online* merupakan mata pelajaran wajib yang harus diterima oleh siswa. Tetapi ada saja siswa-siswinya yang menggunakan sosial media untuk bekerja ataupun berjualan, siswa-siswi ini memiliki minat berwirausaha dan mempunyai manajemen waktu yang efektif sehingga tidak menganggunya dalam hal belajar. Ada juga, siswa-siswi tidak menerapkan pembelajaran tersebut dengan kehidupan sehari-hari. Mereka lebih menggunakan sosial media hanya untuk keisengan bukan untuk bekerja ataupun berjualan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pemasaran *Online* dan**

## **Manajemen Waktu Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas X Pemasaran SMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana pemasaran *online* siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018?
2. Bagaimana manajemen waktu kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018?
3. Bagaimana minat berwirausaha kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018?
4. Bagaimana pengaruh pemasaran *online* dan manajemen waktu terhadap minat berwirausaha siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti serta terbatasnya waktu dan kemampuan maka peneliti membatasi masalah hanya pada:

1. Pemasaran *online* yang diteliti adalah pemasaran *online* dari siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018.
2. Manajemen Waktu yang diteliti adalah manajemen waktu dari siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018.
3. Minat berwirausaha yang diteliti adalah minat berwirausaha dari kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018?
2. Apakah terdapat pengaruh manajemen waktu terhadap minat berwirausaha siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018?
3. Apakah terdapat pengaruh pemasaran *online* dan manajemen waktu terhadap minat berwirausaha siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran *online* terhadap minat berwirausaha siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh manajemen waktu terhadap minat berwirausaha siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran *online* dan manajemen waktu terhadap minat berwirausaha siswa kelas XSMK Negeri 1 Medan Tahun Ajaran 2017/2018.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan yang bermanfaat bagi semua pihak terutama sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, kemampuan dibidang pendidikan baik secara teori maupun aplikasi langsung dilingkungan sekolah.
2. Bagi Sekolah, sebagai bahan masukan sekolah untuk meningkatkan minat berwirausaha dengan memanfaatkan pemasaran *online* dan manajemen waktu yang dimiliki siswa.
3. Bagi peneliti lain, sebagai bahan acuan perbandingan bagi peneliti yang melakukan penelitian yang relevan dimasa yang akan datang.

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY