

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu Negara terbesar di Asia Tenggara dan merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang sangat padat. Karena kepadatan ini membuat kebanyakan masyarakat yang semakin hari semakin sulit menemukan lapangan pekerjaan yang layak pada zaman ini. Hal ini membuat banyak sekali pengangguran yang terdidik maupun pengangguran tidak terdidik.

Jika ditelaah dari jumlah pencari kerja tidak seimbang dengan lowongan pekerjaan yang ada sehingga menimbulkan semakin meningkatnya pengangguran dan kemiskinan. Ini terjadi dan terus bertambah seiring dengan berganti tahun karena sedikitnya lapangan pekerjaan tersedia yang tidak dapat menampung jumlah pengangguran yang ada.

Hal ini menjadi masalah besar bagi Negara dan ini juga tugas yang perlu ditangani oleh Negara Indonesia. Pengangguran merupakan permasalahan yang cukup pelik di negara Indonesia karena Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di Asia. Ini diperparah dengan dimana masyarakat Indonesia dituntut untuk bersaing dengan tenaga kerja asing dari luar Indonesia.

Keterampilan sumber daya manusia yang terbilang masih rendah membuat kesempatan kerja semakin kecil jika dibandingkan dengan tenaga kerja asing yang datang ke Indonesia. Inilah yang membuat pengaruh yang sangat besar karena setiap perusahaan-perusahaan besar yang ada di negara Indonesia pasti membutuhkan dan menuntut keterampilan sumber daya manusia yang profesionalitas dalam bidangnya.

Semakin banyaknya masyarakat yang sulit menemukan lowongan pekerjaan yang layak membuat orang-orang bahkan para masyarakat yang memiliki gelar Sarjanapun tidak menjadi jaminan untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan pendidikannya atau bahkan untuk sebuah pekerjaan pun akan menjadi suatu hal yang sulit didapatkan.

**Tabel 1.1 Penduduk Usia Kerja Dan Angkatan Kerja Februari 2022-
Februari 2023**

Jenis Kegiatan Utama	Ags 2019	Ags 2020	Ags 2021	Perubahan (Ags 2019-Ags 2020)		Perubahan (Ags 2020-Ags 2021)	
	Ribu Orang	Ribu Orang	Ribu Orang	Ribu Orang	Persen	Ribu Orang	Persen
Penduduk Usia 15+	2,627	2,667	2,704	40	1.52	37	1.39
Angkatan Kerja	1,792	1,755	1,833	-37	-2.06	78	4.44
Bekerja	1,724	1,684	1,739	-40	-2.32	55	3.27
Pengangguran	66,8	71,2	94	4.35	6.51	23	31.29
Bukan Angkatan Kerjaa	835,1	912,3	871	77.25	9.25	-41	-4.53
	Persen	Persen	Persen	Persen Poin		Persen Poin	
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	3,73	4,06	5,13	0,33		1,07	
Perkotaan	5,16	5,16	7,26	-0,4		2,5	
Perdesaan	3,06	3,06	4,1	0,65		0,39	
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	68,21	68,21	67,79	-2,42		2	
Laki-Laki	84,08	84,16	84,16	0,08		0,8	
Perempuan	51,69	46,74	50,04	-4,95		3,3	

Sumber: Badan Pusat Statistik Nasional 2022

Dari data badan pusat *statistic* (BPS), Kementerian ketenagakerjaan (kemnaker) telah mencatat bahwa jumlah pengangguran yang ada di Indonesia mencapai 8,75 juta orang. Sedangkan masyarakat yang telah memiliki usia kerja di Indonesia per Februari 2021 berjumlah 205,36 juta dari jumlah penduduk usia kerja per Februari sebanyak 139,81 juta atau sama dengan 68,08% merupakan angkatan kerja. Sisanya 65,55 juta orang merupakan bukan angkatan kerja. tingkat pengangguran terbuka (TPT) sebesar 6,2%.

Jumlah angkatan kerja pada Februari 2021 sebanyak 139,81 juta orang, naik 1,59 juta orang dibanding Agustus 2020. Sejalan dengan kenaikan jumlah angkatan kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga naik sebesar 0,31 persen poin. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2021 sebesar 6,26 persen, turun 0,81 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2020.

Penduduk yang bekerja sebanyak 131,06 juta orang, meningkat sebanyak 2,61 juta. Orang dari Agustus 2020. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase terbesar adalah Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (0,34 persen poin). Sementara sektor yang mengalami penurunan terbesar yaitu Sektor Transportasi dan Pergudangan (0,30 persen poin).

Sebanyak 78,14 juta orang (59,62 persen) bekerja pada kegiatan informal, turun 0,85 persen poin dibanding Agustus 2020. Persentase setengah penganggur turun sebesar 1,48 persen poin, sementara persentase pekerja paruh waktu naik sebesar 1,13 persen poin dibandingkan Agustus 2020. Jumlah pekerja komuter pada Februari 2022 sebanyak 8,01 juta orang, naik satu juta orang dibanding Agustus 2021.

Pada data badan pusat statistik (BPS) provinsi jambi, angkatan kerja diprovinsi Jambi per Agustus 2022 berjumlah 1,83 juta orang, bertambah 78,2 ribu orang dibanding Agustus 2021. Jumlah tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 67,79 persen atau naik 2 poin.

Masyarakat yang bekerja sebanyak 1,74 juta orang, jika ditelaah, lapangan pekerjaan utama, lapangan usaha yang terjadi penurunan penyerapan tenaga pekerja terjadi pada Industri pengolahan (0,53 persen poin), administrasi pemerintahan

(0,54), konstruksi (0,39), jasa pendidikan (0,36), penyediaan akomodasi (0,24 persen poin), jasa perusahaan (0,16 persen poin) dan jasa kesehatan (0,07 persen poin) dibanding Agustus 2020.

Sekitar setahun terakhir, secara absolut pengangguran bertambah 22,78 ribu orang. Angka TPT naik sebesar 1,07 persen poin menjadi 5,13 persen pada Agustus 2021, dibandingkan dengan Agustus 2019. TPT tertinggi terdapat pada penduduk dengan pendidikan tamatan SMK yaitu sebesar 12,35 persen. Pada satu tahun terakhir jumlah pekerja setengah pengangguran naik sebanyak 2,68 persen poin serta pekerja paruh waktu naik 1,79 persen poin.

sebanyak 252,8 ribu masyarakat terimbas covid-19 atau 9,35 Persen. Terdiri dari pengangguran karena covid-19 (18,79 ribu orang), BAK karena covid-19 (2,62 ribu orang), masyarakat tidak bekerja karena covid-19 (13,74 ribu orang) dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena covid-19 (217,74 ribu orang).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), menurut pendidikan yang ditamatkan, dari 9,77 juta angka pengangguran terbuka, 13,55 persen lulusan SMK, 9,86 persen lulusan SMA, 8,08 persen lulusan diploma, 7,35 persen lulusan universitas, 6,46 persen lulusan SMP, dan 3,61 persen lulusan SD. Hal ini sangat disayangkan karena sudah seharusnya SMK yang memakai sistem pendidikan vokasi mempunyai kesempatan untuk mendapatkan lowongan pekerjaan dengan lebih mudah.

Pengangguran pada lulusan sekolah menengah kejuruan masih tergolong tinggi dan meningkat setiap tahunnya. Jika ditarik dari data dari badan pusat statistik menjelaskan masih sangat banyak lulusan sekolah menengah kejuruan yang menjadi pengangguran setelah lulus dari sekolah.

Umumnya, Sebagai sekolah kejuruan (SMK) mampu mencetak lulusan profesional yang siap bekerja yang sesuai dengan bidangnya masing masing. Tapi pada kenyataannya hal tersebut belum terealisasi seutuhnya karena masih sangat banyak lulusan SMK yang belum mendapatkan pekerjaan. Suatu upaya yang dapat dilakukan untuk memperkecil angka pengangguran pada lulusan SMK yaitu dengan melakukan kegiatan berwirausaha.

Wirausaha menjadi kunci alternatif bagi lulusan SMK yang belum bekerja untuk mendapatkan pekerjaan agar pengangguran lebih mengecil dan wirausaha yang dilakukan dan dikembangkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru. Hal ini juga dapat membantu para pencari kerja yang lain agar segera mendapatkan pekerjaan.

Menurut Randy (2013), Entrepreneur yang kuat dan dengan jumlah yang banyak membuat bangsa ini semakin kokoh dalam menjaga stabilitas ekonomi bangsa. Ekonomi yang stabil membuat bangsa ini kuat terhadap badai krisis keuangan ataupun krisis global yang terjadi saat ini. Di samping menjaga stabilitas ekonomi bangsa dengan banyaknya entrepreneur banyak memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas. Untuk itu perlu adanya sosialisasi lebih mengenai entrepreneurship kepada masyarakat luas yang tentunya sangat memberikan manfaat tersendiri.

Begitupula yang dikatakan Hurlock dalam Kambuaya (2015:160) menyatakan bahwa minat merupakan hasil dari pengalaman atau proses belajar. Sedangkan menurut Crow & Crow dalam (Indriyani & Margunani; 2018; 851) “minat bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, atau kegiatan apapun bisa sebagai pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri”.

Jiwa kewirausahaan tentu mendorong keinginan seseorang untuk memulai mendirikan serta mengendalikan usaha diiringi dengan perancangan maupun perincian yang matang. Wirausaha menimbulkan dampak potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri.

Kenyataan yang dihadapi, bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih tergolong sedikit dan mutunya belum bias dikategorikan hebat, hal ini membuat persoalan pembangunan wirausaha di negara Indonesia menjadi persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan yang ada di Negara ini.

Wirausaha juga menjadi sangat penting karena selain membangun lapangan pekerjaan yang baru, hal ini tentu juga dapat meningkatkan perekonomian Negara karena wirausaha bersifat bebas, bebas dalam artian wirausaha dituntut untuk terus berinovasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas serta menambah kualitas barang maupun jasa.

Minat merupakan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas dan merasa senang melakukannya. Rasa ketertarikan tersebut bukan karena paksaan tetapi karena keinginan yang tinggi untuk mencapainya. Minat juga kadang terjadi karena faktor disekeliling yang membuat suatu daya tarik bagi seorang individu untuk melakukan sesuatu.

Minat berwirausaha adalah rasa keinginan atau ketertarikan dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan ekonomi demi mendapatkan keuntungan. Minat berwirausaha ini dapat dari beberapa faktor, seperti mempunyai modal, mempunyai jiwa berdagang, dapat berkomunikasi dengan baik dan mempunyai Motivasi diri ingin maju.

Dari pengertian tersebut apabila dikatakan seseorang menaruh minat terhadap suatu objek karena adanya rangsangan, stimulus atau dorongan. Rangsangan atau dorongan tersebut berasal dari kekuatan minat itu sendiri, sehingga dapat disimpulkan bahwa seseorang tidak dapat dikatakan mempunyai minat terhadap suatu objek tanpa adanya respon atau dorongan terhadap objek tersebut.

Banyak faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, seperti dikutip dari penelitian yang telah dilakukan oleh Mahanani (2018:33) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dan mendapatkan hasil penelitian bahwasannya faktor motivasi, kreativitas dan inovasi memang dapat mempengaruhi secara bersama-sama dan berperan aktif terhadap minat berwirausaha.

Sekolah Menengah Kejuruan pada Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran atau BDP adalah salah satu Keahlian pada Program Keahlian Bisnis dan Pemasaran. Jurusan ini tentunya mempelajari keilmuan dan praktik tentang bagaimana pemasaran suatu barang dan pengembangan bisnis online melalui media Internet.

Selama 3 tahun pembelajaran berlangsung, siswa tentu akan mempelajari bagaimana cara maupun strategi disusun untuk menganalisa pasar dan menemukan peluang peluang bisnis di dalamnya. Siswa juga akan dibekali agar mampu menggunakan media online seperti situs web maupun media sosial sebaik mungkin, sehingga para siswa diharapkan mampu menggunakannya sebagai e-commerce.

Ini membuat para lulusan SMK Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) akan sangat dibutuhkan. Karena pada era globalisasi, dimana semua kegiatan dan jejak masyarakat bisa dikatakan selalu serba digital seperti yang kita rasakan sekarang, mulai dari transaksi jual belipun dilakukan secara online. Barang yang dijual pun beragam, mulai dari food (makanan) drink (minuman), nonfood (fashion, elektronik, kosmetik).

Mereka juga dibekalkan teori bahkan praktek kerja lapangan (PKL) yang sesuai dengan bidang kejuruan masing masing. Mereka dibekalkan dengan ilmu tentang penataan produk, bisnis online, pengelolaan bisnis ritel, administrasi transaksi, produk kreatif kewirausahaan. Hal ini membuat mereka banyak sekali mendapatkan ilmu marketing yang pasti telah dikuasai siswa tersebut.

Mereka menjadi memiliki peluang yang lebih besar untuk berwirausaha tanpa perlu bekerja dengan perusahaan. Mereka bisa membuat suatu usaha mikro yang akan membuka lapangan pekerjaan dan memperkecil jumlah pengangguran yang ada di jambi. Bahkan jika tidak ingin bekerja di perusahaan tertentu, mereka bias berwiraswasta.

Berdasarkan hasil observasi peneliti yang dilakukan di SMK Negeri 1 Kota Jambi, minat berwirausaha siswa dan siswi yang ada masih sangat rendah. hasil wawancara peneliti dengan guru yang mengajar dikelas XI Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP), siswa yang berminat terjun dalam wirausaha merupakan siswa yang orang tuanya juga berkecimpung didunia wirausaha.

dikarenakan siswa yang orang tuanya sebagai wirausahawan cenderung mempunyai keterampilan kewirausahaan yang lebih dibanding siswa yang lain, karena sejak dini mereka tentu sudah terlibat dalam kegiatan wirausaha milik orang tuanya sehingga mereka telah biasa dalam dunia wirausaha.

Dibawah ini adalah hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dari angket yang dibuat menggunakan Goggle Form dan disebar ketiap kelas melalui Via Whatshapp kepada siswa siswi XI BDP pada hari Selasa Tanggal 09 november 2022:

Tabel 1.1 Pernyataan Observasi Awal

	Presentase siswa
--	-------------------------

Pertanyaan Terhadap Responden	yang menjawab	
	Ya	Tidak
Dengan keterampilan pemasaran yang saya punya, menambah minat saya dalam berwirausaha	31,9%	68,1%
Saya mempunyai motivasi diri yang kuat, sehingga menambah minat dalam berwirausaha	100%	0%
Setelah lulus nanti saya berminat menjadi seorang wirausaha	27,3%	72,7%

Sumber: Diolah oleh peneliti melalui angket

Pada realitanya, dari hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dari angket yang disebar pada 09 november 2022, maka dapat disimpulkan bahwa setelah lulus sekolah hanya sedikit siswa yang memiliki minat berwirausaha. hal ini dibuktikan dengan pertanyaan yang diberi peneliti secara langsung kepada siswa saat didalam kelas dimana pertanyaannya “Setelah lulus sekolah apakah ada ketertarikan untuk membuka suatu usaha sendiri”, apakah setelah lulus sekolah ingin mencari kerja atau membuka usaha”, dari pertanyaan ini dapat disimpulkan peneliti bahwa sebagian besar siswa tidak mempunyai ketertarikan dalam kegiatan wirausaha dan tidak dapat melihat peluang dan tidak bisa memanfaatkan potensi dalam diri, karena mereka tidak memiliki keberanian untuk menghadapi resiko serta tantangan dalam berwirausaha dan mereka sangat kebingungan saat melaksanakan kegiatan keterampilan berwirausaha siswa yang dikembangkan melalui mata pelajaran Produk, Kreatif & Kewirausahaan (PKK).

Semua terjadi karena pada praktik kewirausahaan, waktu diberikan pendek, terbatasnya modal usaha. Tetapi pada saat penyelenggaraan praktek, siswa sangat senang dengan kegiatan wirausaha karena pada saat melaksanakan kegiatan, siswa mendapatkan pengalaman baru yang belum mereka rasakan.

Hal ini menyebabkan peneliti mencoba mengkaji fenomena kurangnya minat berwirausaha dalam diri siswa dengan faktor pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP di SMK N 1 Kota Jambi, dimana menurut Sudarto (2016; 105), Keterampilan yaitu kemampuan untuk

menggunakan akal, fikiran, ide dan kreatifitas dalam mengerjakan, mengubah ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut.

Kotler dan Keller (2016: 27) Mengungkapkan bahwa pemasaran adalah proses dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai produk dan jasa. Donath et al.,1993 (dalam Arafat 2013) menyatakan bahwa pengetahuan pelanggan (Customer Knowledge) sangat penting bagi kinerja tenaga penjual. Pengetahuan mengenai pasar (Market Knowledge), yang menggambarkan pengetahuan tenaga penjual tentang industri secara umum, seperti tren dan kompetisi juga harus dimiliki oleh tenaga penjual yang biasa dikenal sebagai keterampilan pemasaran (Marketing Skill).

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Genjik S (2014). Hasil analisis regresi juga menunjukkan praktek pemasaran berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada siswa, dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas (x) praktek pemasaran terhadap variabel terikat (y) minat berwirausaha.

Untuk faktor pengaruh minat berwirausaha yang kedua adalah motivasi diri, dimana menurut Naomi (2016), motivasi diri adalah alat penggerak yang ada dalam setiap individu untuk mencapai suatu tujuan yang akan di capai. Sedangkan menurut Pramesti (2011; 19) Motivasi diri dimaknai sebagai dorongan yang mendasari kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya.

Tiap orang sangat termotivasi diri untuk berperilaku dalam cara yang dapat memenuhi kebutuhannya dan kunci keberhasilan pemimpin terletak pada kemampuan memotivasi diri anggota organisasi. Motivasi diri adalah sebuah dorongan, hasrat atau pun minat dalam diri seseorang yang begitu besar di dalam diri, untuk mencapai suatu keinginan, cita-citra dan tujuan tertentu.

Adanya Motivasi diri akan membuat individu berusaha sekuat tenaga untuk mencapai yang diinginkannya. Seseorang yang memiliki Motivasi diri tinggi akan memberikan dampak yang baik bagi kehidupannya. Tingginya Motivasi diri tersebut akan mengubah perilakunya, untuk menggapai cita-cita dan menjalani hidup dengan lebih baik. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Pratama (2016), dari hasil penelitiannya dimana dari hasil estimasi regresi terlihat variabel motivasi diri eksternal mempunyai standardized coefficients paling tinggi dan signifikan. Dari penelitian ini variabel yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah variabel Motivasi diri internal dan Motivasi diri eksternal yang seluruhnya berpengaruh positif baik secara parsial maupun berganda.

Berdasarkan uraian diatas peneliti yakin bahwa tidak adanya keterampilan pemasaran dan Motivasi diri dapat berpengaruh pada minat berwirausaha siswa, dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Keterampilan Pemasaran Dan Motivasi diri Terhadap Minat Berwirausaha siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Banyaknya siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi yang lebih tertarik menjadi pekerja, pegawai (karyawan) pada perusahaan mall atau swalayan ketimbang memiliki minat untuk berwirausaha.
2. Banyaknya siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi yang tidak memiliki rasa percaya diri serta belum berani mengambil risiko jika suatu saat nanti ingin berwirausaha.
3. Banyaknya siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi yang belum mempunyai modal, pengetahuan serta keterampilan yang cukup baik jika suatu saat akan mendirikan usaha

1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya masalah yang mempengaruhi minat berwirausaha pada Banyaknya siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi maka penelitian ini dibatasi pada beberapa faktor yang meliputi:

1. Peneliti membatasi data yang dikumpulkan hanya pada pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha padasiswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi
2. Peneliti membatasi data yang dikumpulkan hanya pada faktor motivasi diri agar dapat berwirausah dan memiliki minat dalam berwirausaha pada siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi
3. Peneliti membatasi data yang dikumpulkan hanya pada pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri untuk berwirausaha dan berminat

wirausaha pada siswa XI BDP SMK N1 Kota Jambi.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha pada siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi.
2. Apakah terdapat pengaruh motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi
3. Apakah terdapat pengaruh keterampilan pemasaran dan faktor motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan dapat mengetahui:

1. Dapat mengetahui pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha pada siswa XI BDP SMKN 1 Kota Jambi
2. Dapat mengetahui apa saja pengaruh factor motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa XI BDP SMKN 1 Kota Jambi
3. Dapat mengetahui pengaruh keterampilan pemasaran dan factor motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademik bagi seluruh siswa, mahasiswa serta bermanfaat bagi khalayak ramai. Disamping itu peneliti berharap untuk dapat dijadikan acuan serta sumber bacaan maupun informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan pengaruh keterampilan pemasaran dan faktor motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa XI BDP SMK N 1 Kota Jambi.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi masyarakat umum

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat umum untuk membuka pikiran agar dapat memahami pentingnya berwirausaha pada era globalisasi.

- b) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bias membuat pengetahuan maupun wawasan semakin bertambah mengenai pengaruh keterampilan pemasaran dan faktor motivasi diri dalam minat berwirausaha sehingga dapat mempersiapkan diri untuk menjadi entrepreneurship agar dapat membuka lapangan pekerjaan yang layak.

c) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan untuk bahan rujukan peneliti selanjutnya.

1.7 Definisi Operasional

Sehubungan dengan keterbatasan dan kemampuan peneliti, untuk memperjelas judul skripsi ini, maka perlu ditegaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1.7.1 Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah suatu ketertarikan atau hasrat yang mendorong seseorang terhadap dunia wirausaha. Sehingga orang tersebut memiliki kecenderungan hati dan motivasi diri untuk menciptakan suatu usaha untuk menghasilkan atau memenuhi kebutuhan hidupnya. Indikator minat berwirausaha adalah : a). merasa tertarik untuk berwirausaha, b). berkeinginan untuk berwirausaha, c. memiliki keyakinan berwirausaha.

1.7.2 Keterampilan pemasaran

Keterampilan pemasaran adalah suatu kemampuan yang dimiliki pada diri seseorang untuk memasarkan produk atau jasa yang ia miliki dengan indikator keterampilan pemasaran yaitu : a). *Analytics*, b). *contentstrateg skill*, c. *social media* d. *mobile*, e. *ecommerce*. f. *Creativity*, g. *Resourcefulness*, h.*Adaptability*, i.*Collaboration*, j. *Leadership*.

1.7.3 Motivasi Diri

Motivasi diri adalah sebuah dorongan, hasrat atau pun minat dalam diri seseorang yang begitu besar di dalam diri, untuk mencapai suatu keinginan, cita cita dan tujuan tertentu. Adanya motivasi diri akan membuat individu berusaha sekuat tenaga untuk mencapai yang diinginkannya. Indikator a. keinginan, b. Kebutuhan. c.Dorongan.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

2.1 Minat Berwirausaha

2.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Crow & Crow (dalam wahyuni, 2021;20) “minat bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, atau kegiatan apapun bisa sebagai pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri”. Sedangkan menurut Hurlock 1990: 422 dalam (Kambuaya: 121) menyatakan bahwa minat merupakan hasil dari pengalaman atau proses belajar. Minat memiliki dua aspek yaitu: (1) Aspek kognitif, didasarkan atas konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan minat. Konsep yang membangun aspek kognitif didasarkan atas pengalaman dan apa yang dipelajari dari lingkungan. (2) Aspek afektif, adalah konsep yang membangun konsep kognitif dan dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan atau objek yang menimbulkan minat. Sedangkan menurut Slameto 2010:180 dalam (Pratiwi:2015:88) minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan sesuatu hubungan anatara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri.

Dari beberapa pernyataan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah kemauan, keinginan, ataupun suatu ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang bias direalisasikan maupun tidak sesuai dengan kemampuan dan faktor pendorong dari diri seseorang itu sendiri. Setiap orang memiliki minat yang berbeda-beda terhadap suatu hal tergantung pada perhatian, keingintahuan, dan kebutuhan mereka.

Minat merupakan suatu kecenderungan atau ketertarikan yang terfokus terhadap sesuatu sehingga menimbulkan keinginan dari dalam diri untuk melibatkan diri terhadap hal tersebut tanpa paksaan. Minat akan menimbulkan suatu perasaan senang dari dalam jiwa akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri sendiri, semakin kuat dan semakin dekat hubungan tersebut, maka semakin besar pula minatnya.

Seseorang yang memiliki minat pasti akan memiliki karakteristik Tertentu diantaranya; ketertarikan terhadap sasaran yang diinginkan secara sadar dan reflektanpa adanya desakan daari pihak manapun, timbul perasaan bahagia terhadap target yang diminati, berpegang teguh pada target yang diminati selama target tersebut memberikan dampak positif dan menimbulkan keuntungan bagi dirinya. Setiap orang pasti memiliki minat dan kemauan yang tentunya berbeda-beda terhadap suatu hal tergantung pada perhatian, keingintahuan, Motivasi diri dan kebutuhan mereka. Minat akan menjadi jawaban mengapa individu terlibat dalam suatu kegiatan, dengan adanya keinginan yang tumbuh untuk melakukannya sehingga muncul dorongan dalam diri individu untuk melakukan suatu hal yang tentu diminatinya serta terlibat dalam suatu kegiatan.

Minat dapat disimpulkan sebagai sumber dorongan untuk setiap individu yang akan membuat seseorang merasa tertarik serta berkeinginan untuk melakukan suatu hal yang akan melibatkan dirinya secara individu (mikro) sehingga orang tersebut akan melakukan sesuatu aktivitas tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak luar.

Menurut Kasmir (2006:16) berwirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. berwirausaha adalah sesuatu yang berkaitan dengan tekad serta keberanian dari dalam diri seseorang untuk melaksanakan kegiatan yang bersifat bisnis atau yang bukan bisnis (non bisnis secara mandiri).

Berwirausaha adalah kegiatan dimana seseorang dapat menentukan kesempatan atau potensi jual beli yang dirasakannya dapat menarik minat pembeli, dan menjadikan peluang tersebut sebagai ladang rupiah untuk dirinya, dan seseorang tersebut dapat memasarkan, mengatur, mengambil resiko, dan mengembangkan usaha yang diciptakan guna mendapatkan keuntungan.

Berwirausaha dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam menciptakan peluang ekonomis dari sebuah ide usaha baik skala kecil maupun skala besar yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian, proses bewirausaha diawali dengan adanya inovasi, inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, kebudayaan, dan lingkungan, dalam berwirausaha juga tidak terlepas pula dari

kemampuan pemasaran dan Motivasi diri dalam berwirausaha. Berwirausaha merupakan salah satu cara atau alternatif seseorang untuk bekerja dan meniti karir untuk kehidupan sehari-hari ataupun dimasa yang akan datang.

Minat berwirausaha merupakan kecenderungan dari diri seseorang untuk melakukan maupun membuat suatu usaha kemudian ia mengatur, mengambil resiko, dan menata pemasaran yang akan dilakukan seseorang tersebut agar memperoleh keuntungan dari berwirausaha yang ia jalani.

Minat berwirausaha akan sukses sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Jadi minat berwirausaha adalah suatu tekad, minat, semangat berkeinginan, melakukan, serta memotivasi diri maupun dorongan untuk berinteraksi dan melakukan segala cara dengan perasaan senang untuk mencapai suatu tujuan dengan bekerja keras, untuk berdiri membuka suatu peluang dengan keterampilan, serta tekad dan keyakinan yang dimiliki tanpa merasa takut gagal untuk mengambil resiko, serta bisa belajar dari kegagalan dalam hal berwirausaha. Minat tentu saja tidak tumbuh dengan sendirinya, tentu ada factor yang mempengaruhi sehingga minat itu tumbuh.

2.1.2 Komponen Minat Berwirausaha

Menurut Hurlock (2002: 42), menjelaskan ada komponen komponen yang ada pada minat. diantaranya adalah :a. kognitif: Yang Didasarkan pada konsep yang dikembangkan mahasiswa mengenai bidang yang berkaitan dengan minat. b.Aspek afektif : merupakan Bobot emosional. konsep yang membangun komponen kognitif minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan oleh minat. Minat adalah sebuah aspek psikologis yang dipengaruhi oleh pengalaman afektif yang berasal dari minat itu sendiri.

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Tinggi rendahnya minat siswa untuk berwirausaha tergantung pada faktor yang mempengaruhi, seperti faktor eksternal lingkungan, dimana para orang tua maupun masyarakat awam berpendapat bahwa menjadi seorang Pegawai Negeri Sipil (PNS) ataupun pekerjaan kantoran dapat membuat mereka mendapatkan penghasilan tetap, bukan seperti berwirausaha yang keuntungannya masih fiktif, bukan hanya itu modal juga menjadi factor yang dapat mempengaruhi minat siswa

tersebut untuk berwirausaha. Adapula factor dari dalam diri siswa itu sendiri yaitu, terkendala terhadap keterampilan dan tidak berani mengambil resiko saat berwirausaha.

Menurut Fatrika (dalam Rahmadi dan Heryanto, 2016:155) minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir namun berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha meliputi karakteristik (jenis kelamin dan usia), lingkungan (lingkungan keluarga, lingkungan pendidikan, lingkungan masyarakat), kepribadian (ekstraversi, kesepahaman, berani mengambil resiko, kebutuhan berprestasi dan independen, evaluasi diri serta kepercayaan diri yang lebih) dan motif berwirausaha (bekerja dan penyaluran ide kreatif).

Selain itu hal yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha adalah keterampilan pemasaran dalam berwirausaha itu sendiri, berikut adalah beberapa keterampilan yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha:

- Komunikasi interpersonal, menjadi perantara antara Perusahaan dan publik, pelaku usaha diwajibkan untuk terampil dalam hal berkomunikasi. Tentunya harus mampu berkomunikasi dengan berbagai macam klien maupun *customer* dan melalui berbagai media. Bukan hanya komunikasi verbal *face to face* yang harus dikuasi, melainkan juga komunikasi verbal melalui media lain seperti contohnya via telepon dan juga komunikasi melalui tulisan hingga visual.
- *Public speaking*, berbeda dengan komunikasi interpersonal, *public speaking* juga merupakan keterampilan yang wajib dimiliki oleh seorang wirausaha. Seseorang yang pandai dalam komunikasi interpersonal, belum tentu memiliki kemampuan *public speaking* yang baik. *Public speaking* membutuhkan rasa percaya diri yang lebih tinggi lagi dibandingkan komunikasi interpersonal. Dengan menjadi wirausahawan yang menguasai *public speaking* pelaku usaha dapat mengenalkan produk atau pun jasa dengan lebih efektif.

Minat berwirausaha muncul karena adanya keingintahuan atas informasi mengenai ilmu kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung dalam rangka mencari pengalaman dan akhirnya timbul keinginan

untuk memperhatikan pengalaman yang telah didapatkan tersebut, serta Mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam kegiatan pengambilan resiko, untuk menjalankan bisnis atau usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada, dan menciptakan bisnis baru dengan pendekatan inovatif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi timbulnya minat berwirausaha adalah Motivasi diri untuk berwirausaha. Hasil penelitian dari Candra Wijayangka, dkk mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Motivasi diri individu dalam berwirausaha dalam kategori baik dengan skor 79,0%. Dan tanggapan responden terhadap minat berwirausaha dalam kategori baik dengan skor 80,9%. Kesimpulan penelitian mereka adalah Motivasi diri dalam berwirausaha berpengaruh dan signifikan secara positif terhadap minat berwirausaha dengan skor 43,5%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa dengan meningkatnya Motivasi diri dalam berwirausaha pada siswa akan berpengaruh untuk meningkatkan minat berwirausaha siswa.

2.1.4 Karakteristik Wirausahawan

Zimmerer (dalam Ramdani & Ghina, 2016:343) mengemukakan bahwa terdapat delapan karakteristik kewirausahaan, antara lain sebagai berikut: 1) *Desire for responsibility* yaitu memiliki rasa tanggung jawab terhadap usaha yang dilakukannya, sehingga akan selalu mawas diri. 2) *Preference for moderate risk* yaitu selalu berusaha menghindari berbagai macam risiko, baik risiko kecil maupun risiko besar. 3). *Confidence in their ability to success* yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan. 4). *Desire for immediate feedback* yaitu selalu menginginkan umpan balik dengan segera. 5. *High level of energy* yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik. 6.) *Future orientation* yaitu memiliki orientasi, perspektif, dan wawasan jauh kedepan. 7). *Skill at organizing* yaitu memiliki keterampilan dan mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah. 8.) *Value of achievement over money* yaitu lebih menghargai prestasi yang telah dicapai dari pada uang atau keuntungan finansial.

Karakteristik atau watak wirausaha dapat dinilai dari bagaimana seseorang tersebut inisiatif, tegas dalam mengambil keputusan dan tindakan, selain itu

karakteristik wirausaha yang harus memupuni adalah cara mereka dalam mengambil peluang yang tersedia dan menjadikan peluang tersebut lebih efisien diterapkan dan mengutamakan kualitas pekerjaan, dan memiliki komitmen yang tinggi kepada diri sendiri dan orang lain dalam kontak pekerjaan.

2.1.5 Profil Wirausaha

Vries (dalam Sjabadhyni 2001:265) menggolongkan tipe wirausaha berdasarkan lingkungan dimana wirausahawan berasal, yaitu:1.) Wirausaha craftsmans, berasal dari pekerja kasar dengan pengalaman dalam teknologi rendah, genius dalam hal mekanik, mempunyai pengalaman dibidang industri, dan tidak termasuk dalam manajemen ataupun organisasi buruh tertentu. 2.) Wirausaha oportunistik, berasal dari golongan kelas menengah sampai chiefexecutive, banyak berhubungan dengan manajemen di atasnya dan dikenal oleh manajemen. 3.) Wirausaha dengan bekal pengalaman teknologi tinggi dan memiliki pendidikan formal yang tinggi.

Dari wirausaha kita dapat menilai beberapa profil yang menjadikan ciri wirausaha, yang pertama adalah wirausaha tetap, yaitu wirausaha yang menjadikan usahanya sebagai usaha tetap, tidak ada pekerjaan sampingan yang mengganggu usahanya, wirausaha tersebut benar-benar fokus dengan usahanya. Biasanya ciri wirausaha ini cenderung focus pada pemecahan masalah dan memperbaiki prestasi usaha secara manusial. Selain itu ada wirausaha yang menjadikan usaha mereka hanya sebagai sampingan, seperti sudah mempunyai pekerjaan, atau masih berstatus siswa, maupun Pegawai Negeri Sipil (PNS).

2.1.6 Faktor Penentu Keberhasilan dalam Berwirausaha

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi usaha yang jelas, kemauan dan keberanian dalam menghadapi risiko. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko, langkah selanjutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya. Kemampuan dan Kemauan, Orang yang memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi seorang wirausaha yang sukses. Karena sudah semestinya kemampuan dan kemauan harus berjalan berdampingan dan saling melengkapi satu sama lain.

Tekad Kuat dan Kerja Keras, Orang yang tidak memiliki tekad kuat tetapi mau bekerja keras dan orang yang tidak mau bekerja keras tetapi memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Karena tekad yang kuat jika tidak diiringi dengan kerja keras sama dengan tidak ada hasil begitu pula sebaliknya. Kesempatan dan Peluang, Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan merupakan salah satu factor yang menentukan keberhasilan dalam berwirausaha. Bahkan kita sudah sering mendengarkesempatan tidak akan datang dua kali atau jangan sia-siakan kesempatan yang ada.

Bird (dalam Sjabadhyni 2001: 271) mengatakan bahwa faktor yang dapat dilihat untuk menilai keberhasilan wirausaha adalah pengalaman dalam pekerjaan, latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin, latar belakang budaya, Motivasi diri, penerimaan risiko. Pengalaman adalah salah satu poin penting dalam factor penentu keberhasilan seseorang dalam berwirausaha, orang yang mempunyai pengalaman dalam bidang tertentu, cenderung telah mengetahui tahapan-tahapan pekerjaan bahkan paham dengan resiko-resiko yang akan muncul.

Perlu diketahui pengalaman ini lebih berpengaruh terhadap mainset atau pemikiran seseorang ketimbang ia melakukan pengembangan diri mereka dengan metode membaca buku dan mengikuti seminar. Pendidikan dapat diperoleh dimana saja bukan hanya berpatok pada pendidikan formal dibangku sekolah, pendidikan sebagai factor keberhasilan berwirausaha diukur dari sebagaimana individu tersebut dapat memahami pelajaran-pelajaran yang mungkin di anggap remeh, tetapi saat dijalankan sebenarnya itu sangat dibutuhkan. Pendidikan disini dapat diperoleh dengan pelatihan, keterampilan dalam rumah tangga, kursus, seminar dan banyak sebagainya.

Usia seseorang untuk memulai usaha sulit ditentukan karena rentangnya terlalu jauh, ada yang sudah memulai sejak masih dalam pendidikan atau justru setelah pensiun dari pekerjaannya. Bagaimana usia ini, Bird (dalam Sjabadhyni, 2001: 273) memberikan pendapat antara lain: 1) Dipandang dari segi energi yang dimiliki manusia, masa muda memiliki energi yang paling tinggi, dorongan serta daya tahan fisik kuat sehingga jika ingin menekuni bidang wirausaha, ia harus memulai pada masa ini. 2) Wirausaha yang memulai pada usia tidak memiliki

rentang masa yang panjang sebagai wirausaha sebagaimana orang yang memulai diusia muda. Mereka biasanya lebih cepat berhasil karena faktor pengalaman yang mereka miliki.

Dipandang dari segi jenis kelamin, Sexton dan Bowman (dalam Sjabadhyni 2001:273) menyatakan bahwa antara laki-laki dan perempuan tidak ada perbedaannya tentang kualitas kewirausahaannya. Perbedaan yang ada hanya pada aspek dalam pemilihan usaha, wanita lebih banyak memilih bidang usaha eceran, pelayanan dan melakukan bisnis dirumah. Wanita lebih berkonsentrasi pada bisnis kecil, dalam arti volume penjualan dan jumlah karyawan kecil. Perbedaan lainnya adalah dalam perlakuan terhadap karyawan, wanita lebih bersifat kekeluargaan pada pekerja dari pada pria.

Sedangkan laki-laki cenderung menyukai pekerjaan yang berhubungan dengan orang banyak atau pekerja lapangan, lebih tegas dan keras pada karyawan. Semua wirausaha dengan latar belakang budaya dan ras yang berbagai macam memiliki kesempatan yang sama untuk bekerja dibidang apapun yang diinginkan sesuai dengan kualitas yang dimiliki individu tersebut Bird (dalam Sjabadhyni ,2001: 273).

2.1.7 Keuntungan dan Kelemahan dalam Berwirausaha

Menurut Alma (2001:4) seseorang akan termotivasi diri menjadi wirausaha apabila ada keuntungan-keuntungan yang bisa mereka rasakan dengan menjadi wirausaha. Tetapi sebaliknya setiap profesi yang dijalani tidaklah selalu mulus tetapi selalu ada kendala-kendala menjadi seorang wirausaha. Adapun beberapa keuntungan yang didapat dalam berwirausaha yaitu:

- a) Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
- b) Terbuka kesempatan untuk mendemostrasikan profesi seseorang secara penuh.
- c) Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
- d) Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha kongkrit.
- e) Terbuka kesempatan untuk menjadi bos atau kepala perusahaan.

Adapun beberapa kelemahan dalam berwirausaha yaitu:

- a. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti dan memikul banyak risiko.
- b. Bekerja keras dan waktu / jam kerjanya panjang.

- c. Kualitas kehidupannya masih rendah sampai usahanya berhasil, sebab harus berhemat.
- d. Tanggung jawab yang besar, banyak keputusan yang harus dibuat walaupun kadang kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

2.1.8 Indikator Minat Berwirausaha

Ada beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur variabel minat berwirausaha, diantaranya adalah menurut Muniarti (dalam Mega Pratitis Nur Aini, Sigit Santosa, dan Nurhasan Hamidi 2017:6), indikator tersebut antara lain.

1. Merasa tertarik untuk berwirausaha.
2. Berkeinginan untuk berwirausaha.
3. Memiliki keyakinan untuk berwirausaha.

2.2 Keterampilan Pemasaran

2.2.1 Definisi Keterampilan

Keterampilan merupakan kemampuan dasar yang melekat dalam diri manusia, yang kemudian dilatih, diasah, serta dikembangkan secara terus menerus dan berkelanjutan guna menjadikan kemampuan seseorang menjadi potensial, sehingga kemudian seseorang tersebut menjadi ahli serta profesional di bidang tertentu. Keterampilan bisa mengalami perkembangan, atau peningkatan dengan proses belajar atau didasari dengan beragam ilmu. Jika awalnya merasa tidak ada keterampilan, tetapi terus dilatih, diasah, serta dikembangkan kemudian seiring berjalannya waktu akan memunculkan keterampilan yang berkembang melalui proses belajar. Begitu juga sebaliknya, apabila didalam diri manusia memiliki keterampilan yang potensial, tetapi tidak dikembangkan atau dibiarkan begitu saja, sehingga akan terjadi kemungkinan bahwa keterampilan dalam diri seseorang tersebut akan berkurang.

Menurut Robbins (dalam Mergantoro 2015:4) Keterampilan dibagi menjadi 4 kategori yaitu: 1). Basic literacy skill adalah keahlian dasar yang sudah pasti harus dimiliki oleh setiap orang seperti membaca, menulis, berhitung serta mendengarkan. 2). Technical skill adalah keahlian secara teknis yang didapat melalui pembelajaran dalam bidang teknik seperti mengoperasikan komputer dan alat digital lainnya. 3). Interpersonal skill adalah keahlian setiap orang dalam melakukan komunikasi satu sama lain seperti mendengarkan seseorang member

pendapat dan bekerja secara tim. 4). Problem solving adalah keahlian seseorang dalam memecahkan masalah dengan menggunakan logikanya.

2.2.2 Definisi Pemasaran

Dikutip dari Kotler & Keller (2008:5) Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan” Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan tetap bisa berkembang atau pelanggan mempunyai pandangan baik terhadap perusahaan tersebut.

Dalam perusahaan, pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba, kegiatan pemasaran pada perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen jika menginginkan usahanya tetap berjalan. Definisi menurut para ahli di atas menunjukkan bahwa pemasaran berdasarkan kepuasan nilai yang diperoleh serta produk yang mereka beli dari produsen dalam jangka panjang. Dengan demikian pemasaran bukan hanya diartikan untuk kegiatan komersial saja tetapi juga untuk kegiatan sosial dalam artian produsen memasarkan produk untuk memuaskan konsumen.

2.2.3 Definisi Keterampilan Pemasaran

Keterampilan pemasaran adalah kemampuan dasar yang melekat dalam diri pelaku wirausaha yang kemudian dapat dilatih, diasah serta dikembangkan secara terus menerus dan berkelanjutan guna menjadikan kemampuan pelaku wirausaha menjadi potensial, sehingga kemudian pelaku wirausaha tersebut menjadi ahli serta profesional di bidang mempromosikan suatu produk maupun layanan.

Keterampilan pemasaran adalah keterampilan untuk mengatur, mengoordinasikan dan menggerakkan usaha ke arah pencapaian tujuan yang telah

ditentukan organisasi. Kemampuan manajerial tidak begitu saja muncul. Kemampuan ini lahir dari suatu proses panjang yang terjadi secara perlahan melalui proses pengamatan dan pembelajaran.

2.2.4 Indikator Keterampilan Pemasaran Dalam Berwirausaha

Menurut Kotler & Keller (dalam wahyuni 2018 : 26) Berikut adalah keterampilan pemasaran yang harus dikuasai seorang pelaku usaha dalam berwirausaha pada zaman sekarang:

- *Analytics, skill* pertama yang wajib dimiliki adalah skill menganalisa. Seorang marketer harus bisa menganalisa berbagai macam data mulai dari data pelanggan, penjualan, sampai pada laporan keuangan. Jadi marketer skill analisa nya tidak hanya sebatas marketing dan penjualan saja, tetapi harus lebih luas dari itu.
- *Content Strateg skill* kedua yang setiap *marketer* harus punya adalah skill dalam membuat strategi konten. Karena pada saluran pemasaran apapun saat ini konten adalah raja. Tanpa konten yang bagus dan menarik maka iklan dan promosi yang dijalankan tidak akan menghasilkan apapun. Dalam skill strategi konten ini bukan berarti marketer harus bisa membuat konten. Tetapi marketer harus bisa memahami siapa target marketnya dan konten apa yang cocok untuk target market tersebut.
- *Social Media*, setiap marketer harus punya sosial media dan harus tahu apa saja yang ada dibalik sosial media seperti apa yang sedang trending, waktu ramai disosial media, data-data pengguna social media dan lain sebagainya. Dengan mempunyai 2 hal ini maka marketer bisa mengalokasikan dana untuk beriklan secara efektif melalui sosial media.
- *Mobile*, artinya marketer harus mempunyai kemampuan dalam mengoptimalkan penggunaan perangkat bergerak seperti smartphone dan memprioritaskan iklan untuk pengguna perangkat bergerak ini.
- *Ecommerce*, skill termasuk dalam kategori *hardskill* ini adalah *ecommerce*. Seorang marketer harus mempunyai kemampuan membaca insight untuk membantu mengeksplorasi saluran ecommerce yang baru dan berorientasi pada cash

- *Creativity, skill* keenam yang harus dimiliki oleh seorang marketer adalah kreativitas. Kreativitas merupakan kunci dari setiap masalah yang dihadapi oleh marketer. Dengan kreativitas seorang marketer bisa menemukan sudut pandang yang berbeda dalam melihat pasar, membuat iklan dan lain sebagainya.
- *Resourcefulness, skill* ke tujuh adalah resourcefulness. Dalam bahasa Indonesia resourcefulness berarti akal. Artinya bias menggunakan tools yang dia miliki untuk menemukan sumber data yang akurat dengan resourcefulness berarti akal
- *Adaptability, Skill* kedelapan yang harus dimiliki oleh marketer adalah kemampuan untuk beradaptasi. Karena perkembangan apapun saat ini sangat cepat, maka seorang marketer dituntut untuk bias beradaptasi dalam kondisi apapun.
- *Collaboration, Skill* ke sembilan adalah kolaborasi. Bisa bekerja sama dengan departemen yang lain, dengan pihak lain diluar perusahaan bahkan dengan competitor adalah hal wajib yang dimiliki oleh setiap marketer.
- *Leadership, skill* yang terakhir adalah leadership atau kemampuan untuk memimpin. Karena saat ini adalah masanya generasi milenial yang berkarakter tidak loyal maka kemampuan untuk bisa memimpin menjadi hal yang wajib bagi marketer.

2.3 Motivasi Diri

2.2.4 Definisi Motivasi Diri

Motivasi diri adalah alat penggerak yang ada didalam setiap individu untuk mencapai suatu tujuan yang akan dicapai. Usaha yang diberikan dalam memotivasi diri seseorang dilakukan dengan cara memunculkan faktor-faktor yang mendorong individu berperilaku tertentu. Menurut Pramesti (2011;19) Motivasi diri dimaknai sebagai dorongan yang mendasari kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Tiap orang sangat termotivasi diri untuk berperilaku dalam cara yang dapat memenuhi kebutuhannya dan kunci keberhasilan pemimpin terletak pada kemampuan memotivasi diri anggota organisasi.

Motivasi diri adalah sebuah dorongan, hasrat atau pun minat dalam diri seseorang yang begitu besar di dalam diri, untuk mencapai suatu keinginan, cita-

citra dan tujuan tertentu. Adanya Motivasi diri akan membuat individu berusaha sekuat tenaga untuk mencapai yang diinginkannya. Seseorang yang memiliki Motivasi diri tinggi akan memberikan dampak yang baik bagi kehidupannya. Tingginya Motivasi diri tersebut akan mengubah perilakunya, untuk menggapai cita-cita dan menjalani hidup dengan lebih baik.

2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Menurut Ariliyanto (2013:9) Definisi motivasi diri adalah suatu dorongan untuk bekerja dengan tujuan untuk mensejahterakan keluarga dan sebagai suatu wujud ibadah kepada Tuhan. Faktor-faktor yang meningkatkan Motivasi diri kerja menurut guru bersuku Jawa adalah:1). Kesejahteraan keluarga Tugas kelembagaan, 2).Peluang pengembangan diri, 3).Ibadah, 4).Status social, 5). Kesempatan yang tersedia, 6).Keinginan dari diri sendiri, dan 7).Dukungan sosial dan lingkungan kerja. Faktor-faktor yang menurunkan Motivasi diri kerja menurut guru bersuku Jawa antara lain:1).kesehatan menurun, 2).faktor pekerjaan, 3).faktor penghasilan, 4).managemen sekolah dan hubungan dengan rekan kerja. 5).permasalahan dan kemampuan pribadi.

2.2.6 Motif Motivasi diri

Dilihat dari berbagai sudut pandang, para ahli psikologi berusaha untuk menggolongkan motif-motif yang ada pada manusia atau suatu organism kedalam beberapa golongan menurut pendapatnya masing-masing, motif motivasi diri dapat dilihat dari berbagai sudut, seperti kendala ekonomi pada keluarga yang menuntut seorang individu tersebut termotivasi diri untuk memperbaiki perekonomian keluarga, ada pula motif lingkungan sekitar, seperti individu melihat peluang dari sector belanja online yang dapat membuka lahannya untuk berwirausaha dan ia memiliki motivasi diri dan semangat akan hal itu.

Menurut Woodwort dan Marquis sebagaimana dikutip oleh Ngalim Purwanto (dalamKhiari:2017: 19), motif itu adat tigagolongan yaitu :1). Kebutuhan-kebutuhan organis yakni, seperti lapar, haus, kebutuhan bergerak, beristirahat atau tidur, dan sebagainya. 2). Motif-motif yang timbul yang timbul sekonyong-konyong (emergencymotives) contoh: motif melarikan diri dari bahaya, motif berusaha mengatasi suatu rintangan.3).Motif Obyektif yaitu motif yang

diarahkan atau ditujukan ke suatu objek atau tujuan tertentu di sekitar kita, timbul karena adanya dorongan dari dalam diri kita.

2.2.7 Fungsi Motivasi diri

Motivasi diri dirumuskan sebagai dorongan, baik diakibatkan faktor dari dalam maupun luar seseorang untuk mencapai tujuan tertentu guna memenuhi atau memuaskan suatu kebutuhan untuk lancarnya usaha tersebut. Hamalik (2004: 175) menjelaskan fungsi motivasi diri antara lain, mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan. Perbuatan akan terjadi apabila seseorang tersebut memiliki motivasi diri, sebagai pengarah, artinya dapat menjadi jalan agar mampu menuju arah yang ingin dicapai, sebagai penggerak, berfungsi sebagai mesin bagi mobil.

Peran motivasi diri dalam berwirausaha dapat dianalogikan sebagai bahan bakar penggerak mesin. Motivasi diri berwirausaha yang memadai akan mendorong untuk berperilaku aktif dalam berwirausaha, tetapi motivasi diri yang terlalu kuat justru dapat berpengaruh negatif terhadap keefektifan usaha tersebut. Besar kecilnya motivasi diri akan menentukan cepat atau lambatnya suatu pekerjaan. Berdasarkan fungsi motivasi diri diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi motivasi diri adalah memberikan arah dalam meraih apa yang diinginkan, menentukan sikap atau tingkah laku yang akan dilakukan untuk mendapatkan apa yang diinginkan dan juga sebagai mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas.

2.2.8 Indikator motivasi diri dalam berwirausaha

Motivasi berwirausaha merupakan dorongan yang kuat dari dalam diri setiap individu untuk memulai dalam mengaktualisasikan potensi diri dalam berfikir secara kreatif dan inovatif untuk menciptakan sebuah produk baru. Sebuah keinginan, kebutuhan, dan dorongan. Motivasi yang dimiliki oleh setiap individu bergantung pada kekuatan motif nya. Motif biasanya akan mengalami penurunan apabila individu tersebut telah mencapai tujuannya atau mengalami kegagalan. Menurut Shane, Locke & Collins (Dalam Alifia & dwiridotjahjono 2019 : 142) Indikator untuk mengukur variabel motivasi diri dalam berwirausaha diantaranya ; 1) kebutuhan akan prestasi, 2) pengambilan resiko, 3) toleransi ketidakpastian 4) kepercayaan terhadap diri sendiri maupun orang lain 5) kemerdekaan 6) keinginan yang kuat 7) kreativitas.

2.3 Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian dari Aida (2016) dengan jurnal yang berjudul "Pengaruh Motivasi diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara". Hasil penelitian didapatkan sebagian besar responden setuju dengan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan indicator ambition for freedom. Responden setuju jika berwirausaha merupakan salah satu cara untuk bebas berkreasi dan berinovasi. Saat seseorang melakukan suatu kegiatan wirausaha, seseorang tidak terpacu pada peraturan-peraturan yang harus dijalani. Seorang pengusaha juga berhak menentukan sendiri jam kerja dan hari liburnya. Hal ini sejalan dengan pendapat McClelland (dalam Hastuti, 2012:14) menjelaskan bahwa seorang wirausaha melakukan kegiatan usaha didorong oleh kebutuhan untuk berprestasi, berhubungan dengan orang lain dan untuk mendapatkan kekuasaan baik secara financial maupun secara social.
2. Penelitian dari Fadhila (2016) dengan jurnal yang berjudul "Pengaruh Pembelajaran Pemasaran Online Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Online Siswa Kelas Xi Kompetensi Keahlian Pemasaran Di Smk Negeri Kota Surakarta". Hasil penelitian adalah sebagai berikut ini. Pertama, ada pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran online dan self efficacy bersama sama terhadap minat berwirausaha online siswa dengan hasil uji Fhitung > F table (5.816 > 3.065) pada taraf signifikansi 0,05 dengan persamaan regresi $Y = 27.345 + 0,189X_1 + 0,215X_2$. Kedua, ada pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran online terhadap minat berwirausaha online siswadengan nilai probabilitas < 0,05 (0,031 < 0,05) dan nilai thitung > ttabel (2.177 > 1.979). Ketiga, ada pengaruh positif dan signifikan antara self efficacy terhadap minat berwirausaha online siswa dengan nilai probabilitas < 0,05 (0,024 < 0,05) dan nilai thitung > ttabel (2.278 > 1.979). Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,081 atau sebesar 8,1%.
3. Penelitian dari Rahmania (2015) dengan jurnal yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi diri Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Kompetensi Keahlian Pemasaran Smk Negeri

Bisnis Dan Manajemen Kota Padang”. Dengan hasil penelitian pengetahuan kewirausahaan, dan Motivasi diri berprestasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII kompetensi keahlian pemasaran SMK Negeri Bisnis dan Manajemen Kota Padang. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII kompetensi keahlian pemasaran SMK Negeri Bisnis dan Manajemen Kota Padang. Motivasi diri berprestasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa siswa kelas XII kompetensi keahlian pemasaran SMK Negeri Bisnis dan Manajemen Kota Padang.

2.4 Kerangka Berpikir

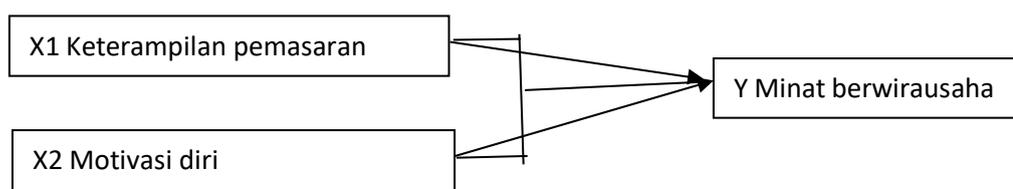
Menurut Jenkins & Johnson (1997, 895-920), Minat tentu saja tidak tumbuh dengan sendirinya, tentu ada faktor yang mempengaruhi sehingga minat itu tumbuh. Pemahaman tentang minat seseorang untuk berwirausaha (enterprenerial intention) dapat mencerminkan kecenderungan orang untuk mendirikan usaha secara riil). Berwirausaha adalah keinginan, Motivasi diri dan dorongan untuk berinteraksi dan melakukan segala sesuatu dengan perasaan senang untuk mencapai tujuan dengan bekerja keras, untuk berdikari membuka suatu peluang dengan keterampilan, serta keyakinan yang dimiliki tanpa merasa takut untuk mengambil resiko, serta bias belajar dari kegagalan dalam hal berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan Donathetal(dalam Arafat2013) menyatakan bahwa pengetahuan pelanggan (*Customer Knowledge*) sangat penting bagi kinerja tenaga penjual. Pengetahuan mengenai pasar (*Market Knowledge*), yang menggambarkan pengetahuan tenaga penjual tentang industri secara umum, seperti tren dan kompetisi juga harus dimiliki oleh tenaga penjual yang biasa dikenal sebagai keterampilan pemasaran (*Marketing Skill*).

Keterampilan pemasaran adalah keterampilan untuk mengatur, mengoordinasikan dan menggerakkan usaha ke arah pencapaian tujuan yang telah ditentukan organisasi. Kemampuan manajerial tidak begitu saja muncul. Kemampuan ini lahir dari suatu proses panjang yang terjadi secara perlahan melalui proses pengamatan dan menjaga kegiatan-kegiatan yang diinginkan ke arah pencapaian tujuan-tujuan personal. Kemudian ada motivasi diri, Menurut Pramesti (2011; 19) Motivasi diri dimaknai sebagai dorongan yang mendasari kemampuan

seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi diri adalah sebuah dorongan, hasrat atau pun minat dalam diri seseorang yang begitu besar di dalam diri, untuk mencapai suatu keinginan, cita-citra dan tujuan tertentu. Adanya Motivasi diri akan membuat individu berusaha sekuat tenaga untuk mencapai yang diinginkannya. Seseorang yang memiliki motivasi diri tinggi akan memberikan dampak yang baik bagi kehidupannya. Tingginya motivasi diri tersebut akan mengubah perilakunya, untuk menggapai cita-cita dan menjalani hidup dengan lebih baik. Tiap orang sangat termotivasi diri untuk berperilaku dalam cara yang dapat memenuhi kebutuhannya dan kunci keberhasilan pemimpin terletak pada kemampuan memotivasi diri anggota organisasi. Dari penjelasan tersebut, maka dapat ditampilkan gambar paradigma pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Keterangan:

X1 : Keterampilan Pemasaran

X2 : Motivasi diri

Y: Minat Berwirausaha

2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 64) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ha₁: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP DI SMKN 1 Kota Jambi.

- Ho₁: Tidak Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP DI SMKN 1 KotaJambi.
- Ha₂: Terdapat pengaruh yang positif antara motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP DISMKN1 Kota Jambi
- Ho₂: Tidak Terdapat pengaruh yang positif antara motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP DISMKN1 Kota Jambi
- Ha₃: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keterampilan pemasaran dan faktor motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP DI SMK N1 Kotajambi
- Ho₃: Tidak Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keterampilan pemasaran dan faktor motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP DI SMK N1 Kota Jambi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Menengah Kejuruan “ SMKN 1 Kota Jambi” yang berada didaerah Simpang IV Sipin, Telanaipura, Kota Jambi, Jambi. Dengan subjek penelitiannya adalah Siswa Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) pada kelas XI BDP1, XI BDP2, XI BDP3,serta XI BDP4 SMKN 1 Kota Jambi pada mata pelajaran Penataan Produk (PP). Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah suatu rentangan masa waktu yang disebut hari, minggu, bulan, semester dan tahun dilakukannya penelitian sejak awal perencanaan penyusunan proposal penelitian sampai selesainya pengumpulan data, pembahasan, analisis data, uji hipotetsis, uji teori, modifikasi teori, kesimpulan hasil, menyusun dalil penelitian, dan laporan hasil penelitian. (Khairinal,2016:366) Berikut rancangan waktu dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Perencanaan Kegiatan Penelitian

Jenis Kegiatan	Bulan/Tahun				
	Jan- Feb 2023	Mar 2023	april 2023	Ags 2023	nov 2023
Penyusunan dan Pengajuan Judul Proposal					

Bimbingan Proposal					
Seminar Proposal					
Revisi Seminar proposal					
Penelitian					
Sidang Skripsi					

3.2 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2017 : 2) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan Pendekatan deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada sat variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variable dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajaris ehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut sugiyono (2016 : 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa jurusan pemasaran kelas XI yang berjumlah :

Tabel 3.2 Jumlah Siswa Jurusan Bisnis Pemasaran SMKN 1 Kota Jambi

No	Kelas	Jumlah
1.	XIBDP 1	32
2.	XIBDP 2	33
3.	XIBDP 3	29
Total		94

Sumber: Guru Wali Kelas

3.3.2 Sampel

Menurut sugiyono (2016:118) sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul betul *representative* (mewakili). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Merujuk pada pendapat arikunto (2013:62) yang menyatakan bahwa jika subjek kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjek besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Dalam penelitian ini menggunakan semua populasi untuk menjadi sampel dikarenakan jumlah populasi yang kurang dari 100.

3.4 Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik Pengumpulan Sampel adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk menentukan jumlah sampel yang patut dipakai dalam suatu penelitian dengan menggunakan perhitungan dan teknik tertentu (Khairinal, 2016:311). Merujuk pada pendapat arikunto (2013:62) yang menyatakan bahwa jika subjek kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjek besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Dalam penelitian ini menggunakan semua populasi untuk menjadi sampel dikarenakan jumlah populasi yang kurang dari 100. Hal ini membuat peneliti menggunakan sampel penuh dikarenakan Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa jurusan pemasaran kelas XI yang berjumlah 94 orang.

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut Noor (2011: 138) instrumen penelitian (teknik pengumpulan data) merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Sedangkan menurut Arikunto (2006:120), instrumen penelitian (teknik pengumpulan data) adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data. Adapun instrument penelitian (teknik pengumpulan data) pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Variabel	Indikator	Deskriptor	No item	Jumlah Soal
Keterampilan Pemasaran	Skill Menganalisa	1.Mampu Menganalisa Pasar dan perilaku konsumen 2.analisi persaingan dan target pasar	1, 2	2
	Conten Strateg Skill	1.membuat iklan dan promosi dalam bentuk konten 2.memantau trend terbaru	3,4	2
	Social media	1.Mampu menggunakan berbagai macam media social 2.menggunakan fitur social media terbaru	5,6	2

	Mobile	1.Mengoptimalisasi penggunaan smartphone 2.iklan secara online	7,8	2
--	--------	---	-----	---

	E-commerce skill	1.kemampuan membaca insigh 2.penjualan di ecomerce lebih menjanjikan	9,10	2
	Creativity Skill	1.kreatifitas mampu menemukan sudut pandang yang berbeda 2.mampu menjadi Kreatif dan inovatif 3.mampu mengembangkan pemikiran untuk menarik konsumen	11,12,13	3

	Resoulcefulness skill	1.mampu menghadapi masalah dengan banyak akal 2.pantang menyerah / gigih	14,15	2
	Adaptability skill	1.mampu beradaptasi dengan mudah dalam kondisi apapun	16	1
	Colaboration skill	1.bisa bekerja sama dengan departemen lain 2.tidak menolak jika ada competitor yang ingin bekerja sama	17,18	2

Leadership skill	1.kemampuan memimpin sangat penting dimiliki dalam berwirausaha 2.mampu mempengaruhi, mengarahkan seseorang untuk mencapai tujuannya	19,20	2
Jumlah		20	

Variabel	Idikator	Deskriptor	No Item	Jumlah Soal
Motivasi Diri	Laba	Laba akan membuat seseorang tertarik dalam berwirausaha 2.keuntungan akan meningkatkan keinginan dan mengarahkan	1,2	2

		individu dalam melakukan usaha		
	Kebebasan	1.berwirausaha akan memiliki kebebasan diri 2.berwirausaha memiliki kebebasan waktu karena tidak memiliki keterikatan	3,4	2
	Impian Personal	1.impian personal membuat seseorang termotivasi dalam berwirausaha 2.Bekerja dengan keras, tekun akakn mencapai keberhasilan	5,6	2

	Menciptakan Lapangan Kerja	<p>1.membuat usah akan menciptkana lapangan untukpribadi dan Masyarakat</p> <p>2.memanfaatkan SDM sangat penting</p> <p>3.Sumber daya yang tersedia membuat orang tertarik berwirausaha</p>	7,8,9,10,11	5
--	----------------------------	---	-------------	---

		<p>4.kemiskinan memotivasi seseorang untuk berwirausaha</p> <p>5. kemiskinan dalam Masyarakat menjadi tantangan seseorang untuk membut usaha demi terciptanya lap kerja</p>		
--	--	---	--	--

Peluang usaha	1.peluang usaha memotivasi seseorang untu berwirausaha 2.pelaku usaha terus memotivasi dirinya dalam menjalankan wirausaha	12,13	2
kemandirian	1.rasa keberanian sangat penting untuk memotivasi seseorang dalam berwirausaha 2.seringkali orang tidak ingin membuka usaha karena merasa belum memiliki keberanian	14,15	2
Motif Berprestasi	1.seseorang akan merasa senang bila menunjukkan prestasinya melalui	16,17	2

		kegiatan wirausaha yang mereka lakukan		
		2.jika seseorang memiliki prestasi dalam berwirausaha, tentu akan menarik minat konsumen		
Jumlah			17	

Variabel	Indikator	Deskriptor	No Item	Jumlah Soal
Minat berwirausaha	Merasa Tertarik Berwirausaha	1.Pendapatan usaha akan membuat orang tertarik 2,Peluang usaha membuat orang merasa tertarik dalam berwirausaha	1,2	2

<p>Berkeinginan untuk berwirausaha</p>	<p>1.kemauan yang keras akan mencapai tujuan dalam berwirausaha</p> <p>2.salah satu factor dalam minat berwirausaha harus memiliki keyakinan</p> <p>3.keinginan yang kuat mengharuskan</p>	<p>3,4,5,6,7</p>	<p>5</p>
--	--	------------------	----------

		<p>memiliki mental yang kuat</p> <p>4.jika ingin membuka usaha modal utama adalah kejujuran</p> <p>5.tanggung jawab sangat penting dalam menentukan keberhasilan berwirausaha</p> <p>6.keinginan ddalam berwirausaha tidak akan brhasil jika tidak diiringi ketekunan dalam menjalankan wirausaha</p>		
--	--	---	--	--

	<p>Keyakinan berwirausaha</p>	<p>1.yakin pada diri sendiri akakn keputusan yang diambil sangat penting</p> <p>2.pemikiran yang kreatif dan inovatif akan membuat rasa percaya diri yang meningkat</p> <p>3.pribadi yang berani dalam mengambil resiko dalam berwirausaha sangatlah penting</p>	<p>8.9.10.11.12</p>	<p>5</p>
		<p>4.tidak ragu ragu dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam berwirausaha</p>		

		5.berani dan meyakinkan diri untuk menerima tanggung jawab		
Jumlah			12	

3.5.1 Angket

Menurut Sugiyono (2018:199) angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis angket yang bersifat tertutup.

Menurut Ridwan, 2011 angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda ceklis (√). Dalam penelitian untuk melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur penelitian disebut instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2016:148) instrument penelitian ialah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena social atau alam yang akan diamati. Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah angket dan dokumentasi.

Menurut Sugiyono (2016:134-135) Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrument angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Angket yang diperoleh guna mengetahui informasi mengenai pengaruh ketrampilan pemasaran dan faktor motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI BDP di SMK N 1 Kota Jambi.

3.5.2 Dokumentasi

Menurut Khairinal (2016: 341) dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis, barang-barang bergambar. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian menyelidiki benda-benda tertulis seperti bukubuku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat,dan sebagainya.

Barang-barang bergambar seperti gambar, foto, lukisan, dan lainnya. Pada penelitian ini, dokumentasi diambil pada saat mewawancarai, dan mengobservasi kegiatan siswa yang akan diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:147), analisis data didalam penelitian kuantitatif adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul.Kegiatan analisis data adalah mengolompokkan sebuah data dengan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisis data dalam penelitian.kuantitatif menggunakan statistik.Terdapat dua macam statistic yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistic inferensial. Dalam penelitian ini alat teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.6.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono(2017:147)Analisis statistika deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan tentang gambaran yang diteliti melalui data sampel tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis statistika deskriptif membahas beberapa hal terkait rata-rata(*mean*), standar deviasi,nilai maksimum, nilai minimum, dan jumlah data penelitian. Agar data dapat dimaknai, selanjutnya dibuat pengkategorian skor dari masing-masing variabel. Skor dari masing-masing variabel dikelompokkan kedalam empat (4) kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, rendah dan sangat rendah.

3.7 Uji Instrumen Data

Menurut Sugiyono (2017:122) perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dengan reliable dengan instrument valid dan reliabel.Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliable dalam pengumpulan data, maka di harapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Khairinal (2016:346) uji validitas adalah uji untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur itu dalam mengukur data yang sudah diperoleh,dengan maksud untuk mengetahui apakah valid atau tidaknya alat ukur (angket)yang digunakan.

Untuk melihat validitas angket, maka digunakan rumus korelasi *product moment* (Khairinal,2016:347) sebagai berikut:

$$N\sum XY-(\sum X)(\sum Y)$$

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n}}{\sqrt{\{\Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}\} \{\Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien Korelasi
Antara X Dan Y
- N :Jumlah Subjek /Sampel
- ΣXY :Jumlah Perkalian Antara Variabel X Dan Y
- X : Skor Item
- Y : Skor Total
- ΣX :Jumlah Skor Item
- ΣY :Jumlah Skor Total
- ΣX^2 : Jumlah Kuadrat Skor Item
- ΣY^2 :Jumlah Kuadrat Skor Total

Dalam pengujian validitas untuk mengetahui angket yang digunakan dalam penelitian ini valid atau tidak valid, maka r_{xy} yang telah diperoleh (rhitung) ditunjukkan dengan besarnya r_{tabel} *product moment* pada $\alpha 5\%$. Kriteria uji validitas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan angket valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka angket dikatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS25.0

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:121) Instrumen yang Reliabilitas adalah Instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas merupakan suatu instrument cukup dapat dipercaya dan digunakan untuk alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto,2013:221).

Instrumen yang dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang sudah dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapakai pun diambil, tetap akan sama. Adapun untuk mencari reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha* yang digunakan dalam menentukan reliabel dengan bantuan SPSS (Arikunto, 2013:239)yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} :Reabilitas instrumen k

:Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$: Jumlah varian skor butir

σ_t^2 :Jumlah varian skor total

Indeks pengukuran reliabilitas angket menurut Riduwan (2015:98) yaitu:

00.0 – 0,19 = Sangat rendah

0,20 – 0,39	=Rendah
0,40 – 0,59	=Sedang
0,60 – 0,79	=Tinggi
0,80 – 1,00	=SangatTinggi

Rumus ini digunakan karena instrumen penelitian ini berbentuk angket. Selain itu, rumus ini merupakan teknik pengujian keandalan yang sering digunakan. Kriteria uji reliabilitas bila koefisien alpha lebih besar dari rtabel dengan taraf signifikansi 5%, maka angket tersebut dinyatakan reliabel. Dan sebaliknya, bila koefisien alpha lebih kecil dari rtabel dengan taraf signifikansi 5% maka angket tersebut dinyatakan tidak reliabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Release 25.0*.

3.8 Uji Prasyarat Regresi

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2014 : 90) Uji Normalitas pada regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi tersitribusi secara Normal atau tidak. Jika menggunakan analisa statistika, model ragresi harus mempunyai variable residual. Kemudian dilihat dari nilai Non Paramatrik Tes. Jika Signifikasi Kolmogorov lebih besar dari α maka residual data terdistribusi normal. Jika data

Signifikasi Kolmogorov kurang dari α maka residual data tidak terdistribusi normal. Jika analisis grafik, jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak meliputi arah garis diagonal, maka grafik tidak menuju pola distribusi normal. Penelitian ini menggunakan kurva normal Probabilityplot (P-P) plot menggunakan

program SPSS statistik 25.0 dengan ketentuan jika titik titik pada grafik menyebar dan terhimpit mengikuti sekitar garis diagonal maka data yang digunakan berdistribusi normal. Begitu juga sebaliknya, jika titik titik jauh dan tidak mengikuti sekitar garis diagonal maka data yang digunakan tidak berdistribusi normal.

3.8.2 Uji linieralitas

Menurut Priyatno (2014:79) Uji linieritas digunakan untuk dapat mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Untuk mengetahui nilai probabilitas. Kriteria pengujian signifikansi yaitu:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 di tolak

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable atau lebih saling berkaitan. Penggunaan metode linear dikatakan tepat dan dapat digunakan apabila signifikan pada linierity $< 0,05$ maka hubungan antara variable dinyatakan linier. Uji linieralitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS statistic 25.

3.9 Uji Prasyarat Analisis

3.9.1 Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno(2014:99), Multikolinieritas artinya antar variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna antar variable bebasnya. Uji Multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan program SPSSstatistic21.0 Dasar pengambilan keputusan dari Uji Multikoloniearitas adalah sebagai berikut :

Dengan melihat nilai tolerance:

1. Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tersebut terjadi multikolinieritas.

Dengan melihat nilai VIF:

1. Jika nilai $VIF > 10$, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Khairinal, (2016:282), Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Analisis Heteroskedastisitas menggunakan program SPSS release 21. Menggunakan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai under standar dized residual dengan masing-masing variable independent (X_1 dan X_2) dan menggunakan metode dan menggunakan metode scatter plot dengan memlotkannilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya) dan kemudian melihat titik-titik yang berada diantara angka 0 dan sumbu Y dari grafik output olahan data di SPSS. (Duli, 2019:123)

3.10 Uji Hipotesis

Apabila telah dilakukan nya uji prasyarat maka setelah itu dapat dilakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan. Uji hipotesis pertama dan kedua menggunakan regresi sederhana dan hipotesis ke tiga digunakan rumus regresi

ganda(Sugiyono,2010).pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan bantuan paket program spss.

3.10.1 Uji Regresi Berganda

Uji regresi Berganda dipergunakan untuk meramalkan perubahan variabelatu di sebabkan oleh variabel yang lain. Menurut Sugiyono (2018:308) Dijelaskan analisis regresi berganda dengan dua persamaan.Uji regresi berganda pada penelitian ini menggunakan program SPSSstatistic21.0 Digunakan regresi berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

A=Bilangan Konstanta $X_1 b_1 =$

Koefisien Variabel X_1

$b_2 X_2 =$ Koefisien Variabel X_2 e

= toleransi kesalahan

3.10.2 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Sugiyono (2017), Uji t dilakukan untuk melihat apakah variable bebas terdapat dalam model secara individu berpengaruh nyata terhadap variable tak bebas. Uji untuk hipotesisnya adalah : $H_0 : \beta = 0$, maka tidak ada pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y $H_1 : \beta \neq 0$, maka ada pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.

Pada penelitian ini menggunakan program SPSS statistic 21.0. Nilai t hitung yang didapat selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel pada derajat kebebasan (df) tertentu dengan tingkat keyakinan tertentu dengan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variable independen terhadap variable dependent.
2. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variable independent terhadap variabel dependent.

3.10.3 Uji F (Uji Parsial)

Menurut Priyatno (2014:158) Uji F adalah pengujian dengan persamaan secara keseluruhan. Uji F statistik dapat menjelaskan kemampuan variabel bebas bersama-sama dan menjaskan keragaman dari variabel dependent. Nilai F hitung yang di dapat selanjutnya dibandingkan dengan nilai F table pada derajat kebebasan (df) tertentu dengan tingkat tertentu dan keputusan sebagai berikut :

1. $F\text{ hitung} > F\text{ tabel}$: H_0 ditolak, artinya secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependent dengan taraf signifikansi 5%
2. $F\text{ hitung} \leq F\text{ tabel}$: H_0 diterima, artinya tidak ada pangaruh yang signifikan antara variable independen terhadap variabel dependent tarafsignifikansi 5%..
Keputusan yang diharapkan adalah tolak Hoberarti variabel-variabel bebas yang dimasukkan kedalam model secara bersama-sama mempengaruhi variable terikat pada tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ persen. Pengambilan keputusan dalam output SPSS dapat dilihat dari probabilitas F- statistiknya, apabila nilai probabilitas F- statistik lebih kecil dari taraf nyata yang

ditetapkan, $F\text{-statistik} < \alpha$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak. Uji f statistik pada penelitian ini menggunakan program SPSS statistic 25.0

3.11 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu ($0 < R^2 < 1$), nilai R^2 yang kecil berarti merupakan kemampuan sebuah variable independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian yang telah dilakukan di SMK N 1 KOTA JAMBI beserta pembahasannya berhubungan dengan pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI BDP di SMK N 1 KOTA JAMBI. Hasil penelitian ini merupakan hasil dari analisis data yang didapatkan melalui penyebaran angket melalui file google form yang disebar kepada populasi yang berjumlah 96 responden. Kemudian karena jumlah sampelnya kurang dari 100, maka menggunakan teknik *sampling total sampling*. Sebelum angket disebar kepada semua populasi, angket disebar kepada 30 responden terlebih dahulu untuk diuji validitas dan reliabilitas. Adapun uji validitas dan reliabilitas uji coba dalam penelitian ini akan dijelaskan lebih lanjut.

4.1 Uji Coba Instrumen Penelitian

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur itu dalam mengukur data yang sudah diperoleh, dengan maksud untuk mengetahui apakah valid atau tidaknya alat ukur (angket) yang digunakan. valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Untuk mengetahui validitas instrumen tes, maka harus melakukan uji validitas. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada 30 responden ($n=30$, $df=28$) dengan tingkat signifikansinya 5% sehingga

diperoleh r-tabel 0.361. Berdasarkan hasil uji coba instrument penelitian, maka didapatkanlah hasil dari uji validitas pada tiap tiap ariabel, diantaranya :

1. Instrumen Keterampilan Pemasaran (X₁)

Instrumen keterampilan pemasaran disusun berdasarkan indikator-indikator dan menghasilkan 20 butir pertanyaan. Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai corrected item-total correlation (r-hitung). Adapun data hasil uji validitas instrumen penelitian X1 dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas keterampilan pemasaran

Item Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X1_1	0,361	0,372	VALID
X1_2	0,361	0,695	VALID
X1_3	0,361	0,672	VALID
X1_4	0,361	0,528	VALID
X1_5	0,361	0,886	VALID
X1_6	0,361	0,716	VALID
X1_7	0,361	0,699	VALID
X1_8	0,361	0,747	VALID
X1_9	0,361	0,807	VALID
X1_10	0,361	0,867	VALID
X1_11	0,361	0,859	VALID
X1_12	0,361	0,913	VALID
X1_13	0,361	0,884	VALID
X1_14	0,361	0,933	VALID
X1_15	0,361	0,866	VALID
X1_16	0,361	0,917	VALID
X1_17	0,361	0,916	VALID
X1_18	0,361	0,787	VALID
X1_19	0,361	0,893	VALID
X1-20	0,361	0,788	VALID

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa semua item instrumen dinyatakan valid yaitu sebanyak 20 butir soal. Oleh karena itu, instrumen

penelitian yang valid dan dapat digunakan sebagai item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 20 butir instrumen.

2. Instrumen Motivasi Diri (X₂)

Instrumen motivasi diri disusun berdasarkan indikator-indikator dan menghasilkan 17 butir pertanyaan. Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai corrected item-total correlation (r-hitung). Adapun data hasil uji validitas instrumen penelitian X₂ dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Motivasi Diri

Item Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X2_1	0,361	0,893	VALID
X2_2	0,361	0,714	VALID
X2_3	0,361	0,923	VALID
X2_4	0,361	0,959	VALID
X2_5	0,361	0,952	VALID
X2_6	0,361	0,961	VALID
X2_7	0,361	0,900	VALID
X2_8	0,361	0,831	VALID
X2_9	0,361	0,905	VALID
X2_10	0,361	0,896	VALID
X2_11	0,361	0,919	VALID
X2_12	0,361	0,921	VALID
X2_13	0,361	0,958	VALID
X2_14	0,361	0,876	VALID
X2_15	0,361	0,873	VALID
X2_16	0,361	0,943	VALID
X2_17	0,361	0,931	VALID

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa semua item instrumen dinyatakan valid yaitu sebanyak 17 butir soal. Oleh karena itu, instrumen penelitian yang valid dan dapat digunakan sebagai item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 17 butir instrumen.

3. Instrumen Minat berwirausaha (Y)

Instrumen minat berwirausaha disusun berdasarkan indikator-indikator dan menghasilkan 13 butir pertanyaan. Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai corrected item-total correlation (r-hitung). Adapun data hasil uji validitas instrumen penelitian Y dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha

Item Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
y_1	0,361	0,837	VALID
y_2	0,361	0,829	VALID
y_3	0,361	0,898	VALID
y_4	0,361	0,963	VALID
y_5	0,361	0,915	VALID
y_6	0,361	0,892	VALID
y_7	0,361	0,686	VALID
y_8	0,361	0,865	VALID
y_9	0,361	0,910	VALID
y_10	0,361	0,881	VALID
y_11	0,361	0,969	VALID
y_12	0,361	0,832	VALID
y_13	0,361	0,873	VALID

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa semua item instrumen dinyatakan valid yaitu sebanyak 13 butir soal. Oleh karena itu, instrumen penelitian yang valid dapat digunakan sebagai angket dan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 13 butir instrumen.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau

lebih hasilnya tetap sama. Dalam penelitian ini untuk mengkaji reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Menurut (Khairinal 2016: 347-349) untuk melihat tingkat korelasi yang dihasilkan dari penelitian ini yakni dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna
2. Jika α antara $0,70-0,90$ maka reliabilitas tinggi
3. Jika α $0,50-0,70$ maka reliabilitas moderat
4. Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah
5. Jika α rendah. Kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Oleh karena itu, instrument penelitian dikatakan reliabilitas jika memiliki koefisien lebih dari 0,6 jika kurang 0,6 maka instrument tidak reliabilitas. Berdasarkan uji coba yang telah dilakukan diperoleh hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel disajikan dalam tabel berikut:

Hasil Uji Reliabilitas Keterampilan Pemasaran (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.969	20

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25.0

Hasil Uji Reliabilitas Motivasi Diri (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.991	17

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25.0

Hasil Uji Reliabilitas Minat Berwirausaha(Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	13

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25.0

Berdasarkan hasil reliabilitas uji coba di atas, dapat diketahui hasil uji reliabilitas variabel Keterampilan Pemasaran (X1) pada tabel 4.4 di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,969 yang berada pada kategori reliabilitas sangat tinggi (terletak pada rentang 0,80-1,00). Maka dari itu dapat diartikan bahwa konsep pengukuran variabel keterampilan pemasaran yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel.

Kemudian pada hasil uji reliabilitas pada variabel Motivasi Diri (X2) pada tabel 4.5 di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,991 yang berada pada kategori reliabilitas sangat tinggi (terletak pada rentang 0,80-1,00). Maka dari itu dapat diartikan bahwa konsep pengukuran variabel motivasi diri yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel.

Selanjutnya pada hasil uji reliabilitas pada variabel minat berwirausaha (Y) pada tabel 4.6 di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,822 yang berada pada kategori reliabilitas sangat tinggi (terletak pada rentang 0,80-1,00). Maka dari itu dapat diartikan bahwa konsep pengukuran variabel minat berwirausaha yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel.

4.2 Deskripsi Data

Hasil penelitian yang diuraikan ini dibagi ke dalam deskripsi data dari tiap-tiap variabel yang diteliti. Selanjutnya, agar dapat dilakukan uji melalui analisis regresi berganda, maka data diuji terlebih dahulu dengan beberapa uji prasyarat analisis yang terdiri dari: Uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, dan uji homogenitas. Setelah itu diuraikan mengenai hasil uji hipotesisnya yaitu uji t dan uji F.

4.2.1 Deskripsi Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan jawaban angket dari responden, maka dapat dianalisis bahwa untuk variabel minat berwirausaha (Y) terdapat 94 siswa dengan jumlah butir soal sebanyak 13 soal. Berikut adalah hasil dari analisis uji statistik deskriptif data yang dapat dilihat pada tabel 4.7 yaitu:

Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Variabel Minat Berwirausaha (Y) Statistics

Statistics		
MINAT BERWIRAUSAHA		
N	Valid	94
	Missing	0
Mean		28.8511
Std. Error of Mean		1.16995
Median		27.0000
Mode		13.00
Std. Deviation		11.34309
Variance		128.666
Skewness		.428
Std. Error of Skewness		.249
Kurtosis		-.910
Std. Error of Kurtosis		.493
Range		39.00
Minimum		13.00
Maximum		52.00
Sum		2712.00
Percentiles	25	20.0000
	50	27.0000
	75	39.0000

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa dalam data variabel minat berwirausaha(Y) diperoleh nilai rata-rata (mean) dari sekumpulan data sebesar 28.8511, nilai median diperoleh sebesar 27 artinya nilai tengah dalam sekumpulan data yang telah diperoleh, nilai modus diperoleh sebesar 13 yang artinya angka tersebut mewakili jumlah skor dari seluruh jumlah nilai yang sering muncul, nilai simpangan baku diperoleh sebesar 11.34309, diperoleh nilai variance sebesar 128.666 , untuk nilai skewness sebesar 428. nilai positif skewness maka distribusi

miring ke kiri yang menandakan distribusi normal dan nilai kurtosis diperoleh sebesar -.910 hasil negatif yang menandakan bahwa distribusi data melandai, diperoleh nilai range sebesar 39 yang artinya angka tersebut merupakan jarak antara skor minimum dan skor maksimum dari nilai minat berwirausaha (Y). Diperoleh nilai minimum diperoleh sebesar 13, dan nilai maksimum sebesar 52, sehingga total keseluruhan jumlah data diperoleh sebesar 2712.

Selanjutnya, untuk dapat mengetahui tingkat kecenderungan skor minat berwirausaha (Y) dapat dilakukan dengan langkah berikut:

1. Menentukan range = skor maksimum – skor minimum

$$= 52 - 13 = 39$$
2. Menentukan banyak kelas dengan melihat banyaknya kategori yang ditentukan. Dalam penelitian ini ada 4 kategori yaitu: sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah.
3. Menentukan panjang interval dengan rumus:

$$\text{Panjang interval} = \frac{\text{Range} = 39}{\text{jumlah kelas}} = \frac{39}{3} = 13$$

Kemudian, panjang interval diatas disusun ke dalam tabel disribusi frekuensi minat berwirausaha (Y) dengan 4 kategori sebagaimana telah disajikan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 kategori minat berwirausaha (Y)

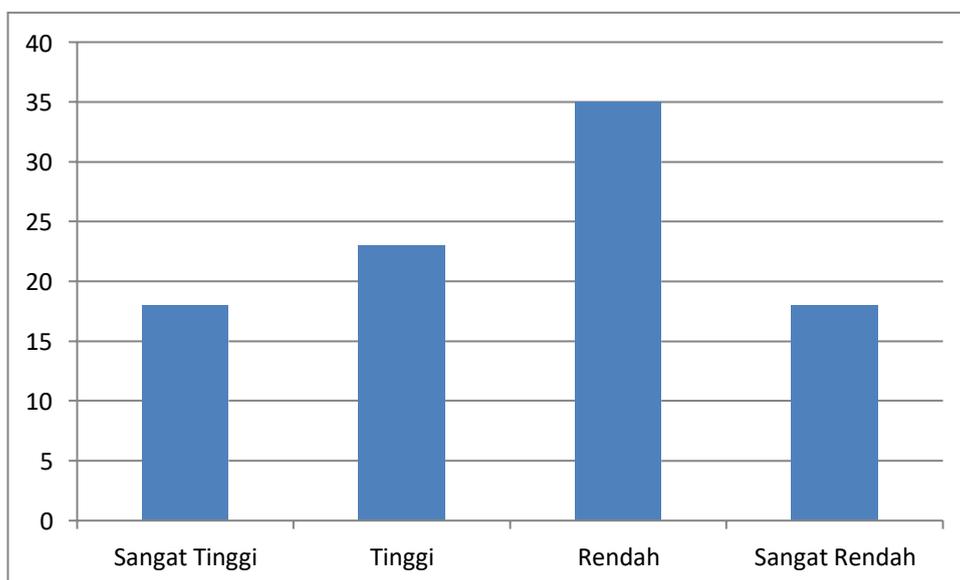
No	Interval Kelas	F	Persentase	Kategori
1	>40.19	18	19.1	Sangat Tinggi
2	28.85-40.19	23	24.4	Tinggi
3	17.50-28.85	35	37.2	Rendah
4	<17.50	18	19.1	Sangat Rendah
Jumlah		94	100	

Sumber : olah data peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas, dapat dijabarkan bahwa responden yang tergolong minat yang sangat tinggi sebanyak 18 orang dengan persentase

sebesar 19,1%, responden yang tergolong minat yang tinggi sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 24,4%, responden yang tergolong minat yang rendah sebanyak 35 orang dengan persentase sebesar 37,2%, dan responden yang tergolong minat yang sangat rendah sebesar 18 dengan persentase sebesar 19,1%.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha pada siswa kelas XI Bisnis Daring dan Pemasaran termasuk kategori rendah, hal ini terlihat dari tanggapan responden yang berada dalam kategori rendah yang berjumlah 35 orang dengan persentase 37,2%. Selanjutnya, jika tabel kategori di atas dimasukkan ke dalam diagram batang maka dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:



Gambar 4.1 Diagram Batang Variabel Minat Berwirausaha

4.2.2 Deskripsi keterampilan pemasaran (X1)

Berdasarkan jawaban angket dari responden, maka dapat dianalisis bahwa untuk variabel keterampilan pemasaran (X1) terdapat 94 siswa dengan jumlah butir soal sebanyak 20 soal. Berikut adalah hasil dari analisis uji statistik deskriptif data yang dapat dilihat pada tabel 4.9 yaitu:

Tabel 4.9 Deskriptif Statistik Variabel Keterampilan Pemasaran (X1) Statistics

Statistics

KETERAMPILAN PEMASARAN

N	Valid	94
	Missing	0
Uji Mean		42.3936
Std. Error of Mean		1.84972
Median		38.5000
Mode		40.00
Std. Deviation		17.93370
Variance		321.618
Skewness		.633
Std. Error of Skewness		.249
Kurtosis		-.884
Std. Error of Kurtosis		.493
Range		58.00
Minimum		20.00
Maximum		78.00
Sum		3985.00

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa dalam data variabel keterampilan pemasaran (X1) diperoleh nilai rata-rata (mean) dari sekumpulan data sebesar 42.3936, nilai median diperoleh sebesar 38.5000 artinya nilai tengah dalam sekumpulan data yang telah diperoleh, nilai modus diperoleh sebesar 40 yang berarti angka tersebut mewakili jumlah skor dari seluruh jumlah nilai yang sering muncul, nilai simpangan baku diperoleh sebesar 17.93370, diperoleh nilai variance sebesar 321.618, untuk nilai skewness sebesar 0,633 nilai positif skewness maka distribusi miring ke kiri yang menandakan distribusi normal dan nilai kurtosis diperoleh sebesar -0,884 hasil negatif yang menandakan bahwa distribusi data melandai, diperoleh nilai range sebesar 58 yang artinya angka tersebut merupakan jarak antara skor minimum dan skor maksimum dari nilai keterampilan pemasaran (X1). Diperoleh nilai minimum diperoleh sebesar 20, dan nilai maksimum sebesar 78, sehingga total keseluruhan jumlah data diperoleh sebesar 3985.

Selanjutnya, untuk dapat mengetahui tingkat kecenderungan skor keterampilan pemasaran (X_1) dapat dilakukan dengan langkah berikut:

1. Menentukan range = skor maksimum – skor minimum

$$= 78 - 20 = 58$$

1. Menentukan banyak kelas dengan melihat banyaknya kategori yang ditentukan. Dalam penelitian ini ada 4 kategori yaitu: sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah.

2. Menentukan panjang interval dengan rumus:

$$\text{Panjang interval} = \frac{\text{Range}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{58}{3} = 19,33$$

Kemudian, panjang interval diatas disusun ke dalam tabel distribusi frekuensi keterampilan pemasaran (X_1) dengan 4 kategori sebagaimana telah disajikan pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.10 Keterampilan Pemasaran (X_1)

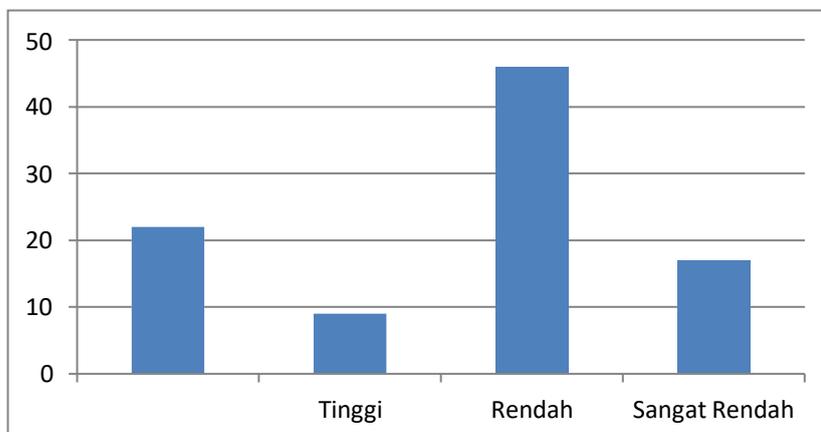
No	Interval Kelas	F	Persentase	Kategori
1	>60.32	22	23.40425532	Sangat Tinggi
2	42.39-60.32	9	9.574468085	Tinggi
3	24.45-42.39	46	48.93617021	Rendah
4	<24.45	17	18.08510638	Sangat Rendah
Jumlah		94	100	

Sumber: Olahan data Peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diatas, dapat dijabarkan bahwa responden yang tergolong memiliki keterampilan pemasaran yang sangat tinggi sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 23,40%, responden yang tergolong memiliki keterampilan pemasaran yang tinggi sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar 9,57%, responden yang tergolong memiliki keterampilan pemasaran yang rendah sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 48,93%, dan responden yang tergolong memiliki keterampilan pemasaran yang sangat rendah sebesar 17 dengan persentase sebesar 18%.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa keterampilan pemsaran yang dimiliki siswa keals XI Bisnis Daring dan Pemasaran termasuk kategori

rendah, hal ini terlihat dari tanggapan responden yang berada dalam kategori rendah yang berjumlah 46 orang dengan persentase 48,93%. Apabila data tersebut di lihat melalui diagram batang akan terlihat seperti pada gambar 4.2 berikut:



Gambar 4.2 Diagram Batang Variabel Keterampilan Pemasaran (X1)

4.1.3 Deskripsi Motivasi Diri (X2)

Berdasarkan jawaban angket dari responden, maka dapat dianalisis bahwa untuk variabel motivasi diri (X2) terdapat 94 siswa dengan jumlah butir soal sebanyak 17 soal. Berikut adalah hasil dari analisis uji statistik deskriptif data yang dapat dilihat pada tabel 4.11 yaitu:

Tabel 4.11 Deskriptif Statistik Variabel Motivasi Diri (X2) Statistics

Statistics		
MOTIVASI DIRI		
N	Valid	94
	Missing	0
Mean		34.6915
Median		30.0000
Mode		17.00
Std. Deviation		16.13253
Variance		260.259
Skewness		.708
Std. Error of Skewness		.249
Kurtosis		-.816
Std. Error of Kurtosis		.493
Range		51.00

Minimum	17.00
Maximum	68.00
Sum	3261.00

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa dalam data variabel motivasi diri (X₂) diperoleh nilai rata-rata (mean) dari sekumpulan data sebesar 34.6915, nilai median diperoleh sebesar 30 artinya nilai tengah dalam sekumpulan data yang telah diperoleh, nilai modus diperoleh sebesar 17 yang berarti angka tersebut mewakili jumlah skor dari seluruh jumlah nilai yang sering muncul, nilai simpangan baku diperoleh sebesar 16.13253, diperoleh nilai variance sebesar 260.259, untuk nilai skewness sebesar 0,708 nilai positif skewness maka distribusi miring ke kiri yang menandakan distribusi normal dan nilai kurtosis diperoleh sebesar -0,816 hasil negatif yang menandakan bahwa distribusi data melandai, diperoleh nilai range sebesar 51 yang artinya angka tersebut merupakan jarak antara skor minimum dan skor maksimum dari nilai motivasi diri (X₂). Diperoleh nilai minimum diperoleh sebesar 17, dan nilai maksimum sebesar 68, sehingga total keseluruhan jumlah data diperoleh sebesar 3261. Selanjutnya, untuk dapat mengetahui tingkat kecenderungan skor motivasi diri (X₂) dapat dilakukan dengan langkah berikut:

1. Menentukan range = skor maksimum – skor minimum

$$= 68 - 17 = 51$$
2. Menentukan banyak kelas dengan melihat banyaknya kategori yang ditentukan. Dalam penelitian ini ada 4 kategori yaitu: sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah.
3. Menentukan panjang interval dengan rumus:

$$\text{Panjang interval} = \frac{\text{Range}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{51}{3} = 17$$

Kemudian, panjang interval diatas disusun ke dalam tabel distribusi frekuensi motivasi diri (X₂) dengan 4 kategori sebagaimana telah disajikan pada tabel 4.12 berikut:

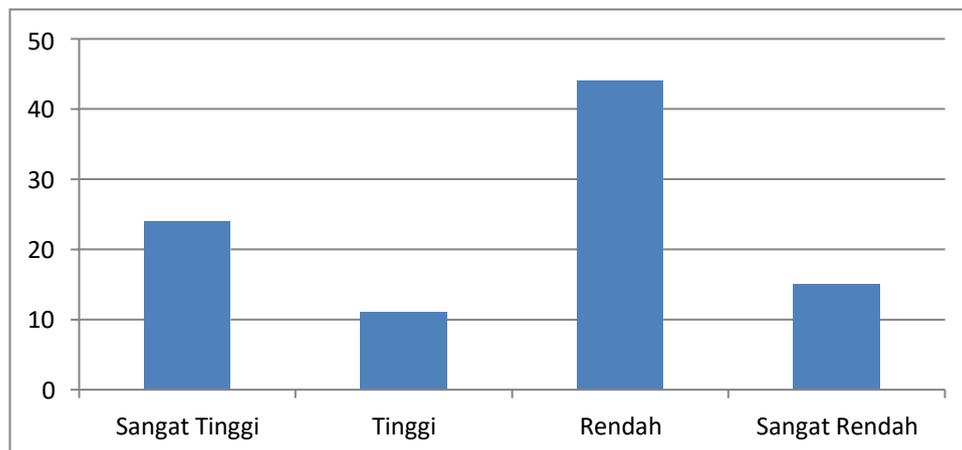
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Diri (X₂)

No	Interval Kelas	F	Persentase	Kategori
1	>50.82	24	25.5319149	Sangat Tinggi
2	34.69-50.82	11	11.7021277	Tinggi
3	18.55-34.69	44	46.8085106	Rendah
4	<18.55	15	15.9574468	Sangat Rendah
Jumlah		94	100	

Sumber: Olahan data Peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.12 diatas, dapat dijabarkan bahwa responden yang tergolong minat yang sangat tinggi sebanyak 24 orang dengan persentase sebesar 25,53%, responden yang tergolong persepsi yang tinggi sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar 11.70%, responden yang tergolong persepsi yang rendah sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 46,80%, dan responden yang tergolong persepsi yang sangat rendah sebesar 15 dengan persentase sebesar 15,95%.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan perspesi tentang motivasi diri pada siswa kelas XI Bisnis Daring dan Pemasaran termasuk kategori rendah, hal ini terlihat dari tanggapan responden yang berada dalam kategori rendah yang berjumlah 44 orang dengan persentase 46,80%. Apabila data tersebut di lihat melalui diagram batang akan terlihat seperti pada gambar 4.3 berikut:



Gambar 4.3 Diagram Batang Variabel Motivasi Diri (X2)

4.3 Pengujian Prasyarat Analisis

4.3.1. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas merupakan pengujian mengenai sama atau tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas ini dilakukan dengan uji homogenitas variansi dan uji bartlett. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui data dalam variable X dan Y bersifat homogen atau tidak. Adapun hasil uji homogenitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
HASIL	Based on Mean	.810	1	186	.369
	Based on Median	.460	1	186	.499
	Based on Median and with adjusted df	.460	1	184.273	.499
	Based on trimmed mean	.720	1	186	.397

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada variabel keterampilan pemasaran (X1) adalah 0,369 atau lebih dari 0,05. Sehingga pada variabel X1 dapat disimpulkan bahwa datanya homogen. Kemudian pada variabel motivasi diri (X2) diperoleh bahwa nilai signifikannya adalah 0,499 atau lebih dari 0,05. Sehingga pada variabel X2 dapat disimpulkan bahwa datanya homogen.

4.3.2. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, data yang terkumpul adalah data yang terkait tentang pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Data tersebut kemudian di analisis normalitasnya dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (K-S) melalui bantuan SPSS versi 25.

Uji normalitas ini dilakukan guna menunjukkan bahwa data berada di sekitar nilai rata-rata yang normal. Pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai signifikansi > 0.05 , maka data tersebut berdistribusi normal.

a. Hasil Uji Normalitas Variabel Keterampilan Pemasaran (X1)

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Variabel Keterampilan Pemasaran X1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		keterampilan pemasaran
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	42.39
	Std. Deviation	17.934
Most Extreme Differences	Absolute	.191
	Positive	.191
	Negative	-.109
Test Statistic		.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.624 ^c

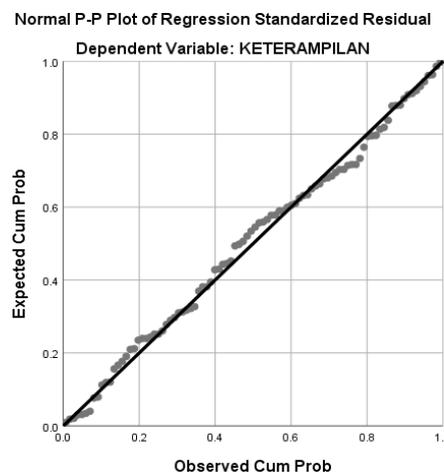
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan (Asymp.Sig.= 0,624) lebih besar dari nilai alpha ($\alpha = 0,05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data dari variabel Keterampilan Pemasaran tersebut berdistribusi normal. Selain menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, untuk mengetahui normalitas data dapat juga dengan melihat grafik normal P.P plot dengan bantuan SPSS versi 25. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.6 berikut ini:



Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data pada variabel keterampilan Pemasaran (X1) berdistribusi normal.

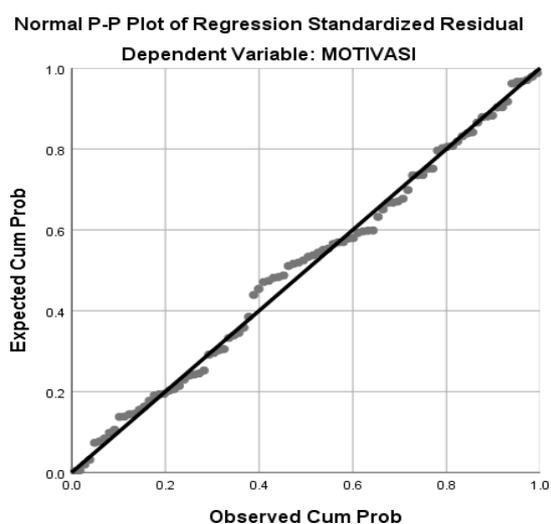
b) Hasil Uji Normalitas Variabel Motivasi Diri (X2)

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Variabel Motivasi Diri (X2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		MOTIVASI
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	34.8191
	Std. Deviation	16.44343
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.148
	Negative	-.139
Test Statistic		.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan (sig.= 0,088) lebih besar dari nilai alpha (a = 0,05). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data dari variabel motivasi diri tersebut berdistribusi normal. Selain menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, untuk mengetahui normalitas data dapat juga dengan melihat grafik normal P.P plot dengan bantuan SPSS versi 25. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut ini:



Gambar 4.5 Grafik Normal P.P Plot Variabel Moivasi Diri (X2)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data pada variabel motivasi diri (X2) berdistribusi normal.

c) Hasil Uji Normalitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

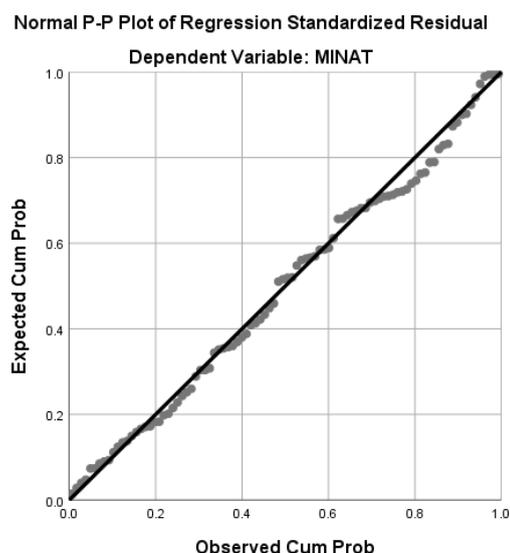
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MINAT
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28.8511
	Std. Deviation	11.34309
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.081
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.624 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan (Asymp.Sig.= 0,624) lebih besar dari nilai alpha (a = 0,05). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data dari variabel minat berwirausaha tersebut berdistribusi normal. Selain menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, untuk mengetahui normalitas data dapat juga dengan melihat grafik normal P.P plot dengan bantuan SPSS versi 25. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.6 berikut ini:



Gambar 4.6 Grafik Normal P.P Plot variabel Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data pada variabel minat berwirausaha (Y) berdistribusi normal.

4.3.3. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk dapat mengetahui linieritas data yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Untuk mengetahui nilai probabilita. Kriteria pengujian signifikansi yaitu: Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hasil Uji Linearitas tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas Variabel Keterampilan Pemasaran (X1)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7515.582	2	3757.791	76.839	.000 ^b
	Residual	4450.333	91	48.905		
	Total	11965.915	93			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan dari tabel 4.16 diatas, terlihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 76,839. Sehingga nilai F_{tabel} nya adalah 2.47 Maka dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $76,839 > 2.47$. Diketahui juga nilai signifikannya adalah 0,000 atau $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menandakan bahwa variabel Keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha telah memenuhi syarat linearitas.

4.4. Uji Prasyarat Regresi

4.4.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson. Uji Durbin Watson akan menghasilkan nilai Durbin Watson (DW) yang nantinya akan dibandingkan dengan dua (2) nilai Durbin Watson Tabel, yaitu Durbin Upper (DU) dan Durbin Lower DL). Dikatakan tidak terdapat autokorelasi jika

nilai $DW > DU$ dan $(4-DW) > DU$. Dari tabel dibawah DW sebesar 1,788 lebih besar dari DU yaitu 1,7066 atau $1,788 > 1,7066$ berarti dapat dinyatakan tidak terdapat Autokorelasi.

Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.543	.533	3.559	1.788

a. Predictors: (Constant), motivasi, pengaruh

b. Dependent Variable: minat

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.800	1.867		4.713	.000		
	Keterampilan pemasaranX1	.111	.075	.176	1.476	.143	.289	3.464
	Motivasi diri X2	.441	.082	.639	5.368	.000	.289	3.464

a. Dependent Variable: minat berwirausaha (Y)

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, terlihat bahwa nilai VIF adalah 3.464. Jika dibandingkan, maka nilai $VIF < 10$ atau $3.464 < 10$. Selain itu, jika dilihat pada nilai tolerance, maka terlihat bahwa nilai tolerance adalah 0,289. Sehingga, nilai $tolerance > 0,05$ atau $0,289 > 0,05$. Dengan demikian artinya semua variabel yaitu antara keterampilan pemasaran (X1) dan motivasi diri (X2) tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Khairinal (2016:351) Analisis Heteroskedastisitas merupakan kejadian heteroskedastisitas ini termasuk model labil dalam suatu penelitian dan itu tidak diharapkan dsalam suatu penelitian, sedangkan yang diharapkan adalah homokedastisitas.

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Glejser dan uji scatterplot melalui bantuan SPSS 25. Uji Glejser yaitu mengorelasikan nilai residual dengan variabel independen. Jika signifikansi (sig. > 0,05) berarti tidak ada heterokedastisitas begitupun sebaliknya.

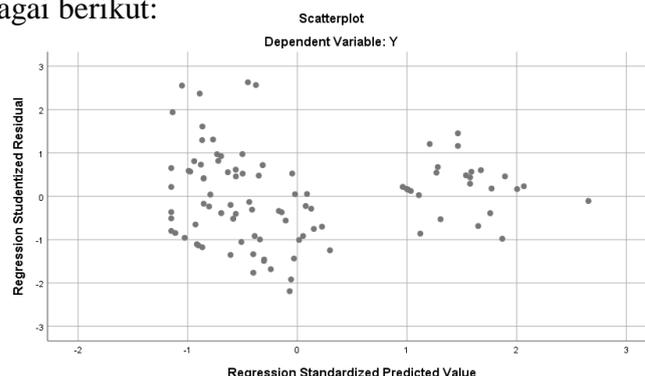
Tabel 4.19 Hasil Uji Heterokedastisitas

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.298	1.080		7.685	.407
	X1	-.046	.044	-.196	-1.048	.298
	X2	-.025	.047	-.099	-.530	.597

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, terlihat bahwa pada variabel Keterampilan Pemasaran (X1) nilai signifikansinya sebesar 0,298. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi keterampilan pemasaran lebih besar dari 0,05 atau $0.298 > 0.05$. Kemudian untuk variabel motivasi diri (X2), nilai signifikansinya sebesar 0,597. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi motivasi diri lebih besar dari 0,05 atau dengan kata lain $0,597 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Kemudian jika dilihat dengan uji scatterplot yaitu terlihat pada gambar 4.7 sebagai berikut:



Berdasarkan grafik scatterplot di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing variabel dependen berpengaruh positif atau negatif. Tujuan analisis regresi linear berganda adalah untuk mengukur intensitas pengaruh antara dua variabel atau lebih dan membuat prediksi perkiraan nilai Y dan X. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 19, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.22 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.066	4.500		.015	.988
	keterampilan	.488	.092	.409	5.295	.000
	Motivasi	.469	.078	.466	6.039	.000

a. Dependent Variable: minat

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui persamaan analisis regresi berganda yaitu:

$$Y = 0,066 + 0,488 X_1 + 0,469 X_2 + e$$

Maka melalui persamaan regresi tersebut dapat diketahui interpretasi datanya sebagai berikut:

- 1) Nilai constanta sebesar 0,066 memberikan arti bahwa apabila keterampilan pemsaran (X1), motivasi diri (X2) diasumsikan = 0 maka minat berwirausaha secara konstan bernilai 0,066.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel keterampilan pemasaran(X1) sebesar 0,488 bertanda positif, ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel motivasi diri dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha sebesar 0,488 satuan.
- 3) Nilai regresi variabel motivasi diri (X2) sebesar 0,469 bertanda positif, ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel keterampilan pemasaran dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha sebesar 0,469 satuan.
- 4) *e* adalah kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi yang disebabkan karena adanya kemungkinan variabel lain yang mempengaruhi variabel keterampilan pemasaran (X1) dan motivasi diri (X2) namun tidak dimasukkan dalam persamaan regresi.

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk menjawab hipotesis yang ada dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari keterampilan pemasaran (X1) dan motivasi diri (X2) terhadap minat berwirausaha (Y). Baik pengaruhnya secara parsial maupun simultan. Oleh karena itu, untuk menjawab hipotesis 1 dan 2 dilakukan uji t dan untuk menjawab hipotesis 3 menggunakan uji F.

4.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independent akan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya berpengaruh signifikan.

Tabel 4.23 Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel X1 Terhadap Y

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.696	2.122		4.569	.000
	Keterampilan	.452	.046	.714	9.791	.000

a. Dependent Variable: minat

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Dari tabel di atas diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 9,696 + 0,452X$. Besaran pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha adalah 0,452 pada Sig. 0,000. Selain itu jika dilihat dari thitung, variabel keterampilan pemasaran (X_1) memiliki thitung sebesar 9.791. Kemudian untuk ttabel menggunakan $df = n - 2$ dengan n adalah jumlah sampel, sehingga hasilnya yaitu $96 - 2 = 94$, sehingga ttabel = 1,986. Jadi, diperoleh bahwa thitung > ttabel yaitu $9.791 > 1,986$.

Oleh karena itu terdapat pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Hal ini berarti apabila semakin tinggi Keterampilan pemasaran, maka minat berwirausahanya juga akan semakin tinggi, dan begitupun sebaliknya.

Tabel 4.24 Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel X_2 Terhadap Y

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.686	1.733		5.588	.000
	motivasi diri	.552	.045	.786	12.183	.000

a. Dependent Variable: minat berwirausaha

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Dari tabel di atas diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 9,686 + 0,552X$. Besaran pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha adalah 0,552 pada Sig. 0,000. Selain itu jika dilihat dari thitung, variabel keterampilan pemasaran (X_1) memiliki thitung sebesar 12.183. Kemudian untuk ttabel menggunakan $df = n - 2$ dengan n adalah jumlah sampel, sehingga hasilnya yaitu $94 - 2 = 92$, sehingga ttabel = 1,986. Jadi, diperoleh bahwa thitung > ttabel yaitu $12,183 > 1,986$.

Oleh karena itu terdapat pengaruh motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Hal ini berarti apabila semakin tinggi motivasi diri maka minat berwirausahanya juga akan semakin tinggi, dan begitupun sebaliknya.

4.6.1 Uji F Statistik

Tabel 4.25 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7515.582	2	3757.791	76.839	.000 ^b
	Residual	4450.333	91	48.905		
	Total	11965.915	93			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

data IBM Statistic SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 76,839 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Untuk mengetahui apakah variabel keterampilan pemasaran (X_1) dan motivasi diri (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha(Y), maka kriteria yang digunakan yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $p < 0,05$. Adapun nilai F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% derajat kebebasan yaitu jumlah data – 2 atau $df = 94 - 2 = 92$, uji dilakukan dua sisi maka diperoleh F_{tabel} sebesar 3,10. Hal ini berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $76.839 > 3,10$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keterampilan pemasaran dan motivasi diri secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Hal ini juga bermakna bahwa apabila keterampilan pemasaran dan motivasi diri semakin baik, maka mengakibatkan minat berwirausaha juga akan semakin tinggi dan begitupun sebaliknya.

4.6.2 Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4.26 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 ^a	.628	.620	6.99319

a. Predictors: (Constant), X1,X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber data yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, diperoleh nilai *R square* sebesar 0,628 Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan variabel keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha sebesar 62,8%. Sedangkan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha kelas XI jurusan pemasaran SMK Negeri 1 Kota Jambi. Dalam penelitian ini terdapat 3 rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian yang telah dilakukan.

4.7.1 Pengaruh Keterampilan Pemasaran Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Bisnis Pemasaran SMK Negeri 1 Kota Jambi

Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama menggunakan hipotesis pertama yang berbunyi terdapat pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha kelas XI jurusan pemasaran SMK Negeri 1 Kota Jambi. Pada deskripsi pengaruh keterampilan pemasaran, keterampilan pemasaran pada siswa tersebut tergolong dalam minat berwirausaha baik yang berada pada rentang nilai 42,39 – 60,32. Kemudian berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS 25. Diperoleh persamaan regresinya adalah $Y = 9,696 + 0,452X$. Besaran pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha adalah 0,452 pada Sig. 0,000. Selain itu jika dilihat dari t_{hitung} , variabel keterampilan pemasaran (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar 9,791. Kemudian untuk t_{tabel} menggunakan $df = n - 2$ dengan n adalah jumlah sampel, sehingga hasilnya yaitu $94 - 2 = 92$, sehingga $t_{tabel} = 1,986$. Jadi, diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,791 > 1,986$. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial, terdapat pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Sehingga, apabila semakin tinggi atau baik nya keterampilan pemasaran, maka minat berwirausahanya juga akan semakin tinggi. Dan sebaliknya, apabila semakin rendahnya keterampilan pemasaran siswa, maka minat berwirausahanya juga akan semakin rendah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Fadhila (2016) dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Pembelajaran Pemasaran Online Dan *Self Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Online Siswa Kelas Xi Kompetensi Keahlian Pemasaran Di Smk Negeri Kota Surakarta”. Hasil penelitian adalah sebagai berikut ini. Pertama, ada pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran online dan self efficacy bersamaan terhadap minat berwirausaha online siswa. Kedua, ada pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran pemasaran online terhadap minat berwirausaha online siswa. Ketiga, ada pengaruh positif dan signifikan antara self efficacy terhadap minat berwirausaha online siswa.

Dan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kertocahyono, dkk (2020) dengan jurnal yang berjudul “Hubungan Antara Keterampilan Penjualan Dan Kinerja Tenaga Penjual Di Perusahaan Cat Di Indonesia” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tenaga penjual memiliki keterampilan keahlian menjual dan keterampilan interpersonal dapat secara signifikan meningkatkan kinerja dan minat tenaga penjual.

Hal ini menunjukkan bahwa adanya keterampilan pemasaran akan mempengaruhi minat berwirausaha siswa, semakin tinggi keterampilan pemasaran maka semakin tinggi pula seseorang untuk melakukan minat berwirausaha, begitupun sebaliknya semakin rendahnya keterampilan pemasaran maka semakin rendah pula seseorang untuk melakukan minat berwirausaha terhadap suatu barang/produk. Maka dapat disimpulkan bahwa keterampilan pemasaran memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian dan acuan dari penelitian yang telah sudah maka dapat disimpulkan bahwa keterampilan pemasaran merupakan suatu penggerak yang menyebabkan seseorang terdorong untuk bertindak membuka usaha. Keterampilan pemasaran merupakan suatu dorongan yang membuat seseorang memutuskan ingin dan berminat membuka suatu usaha.

4.7.2 Pengaruh Motivasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI

Jurusan Bisnis Pemasaran SMK Negeri 1 Kota Jambi

Untuk menjawab rumusan masalah yang kedua menggunakan hipotesis kedua yang berbunyi terdapat pengaruh motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Pada deskripsi motivasi diri, motivasi diri pada siswa tersebut tergolong dalam motivasi diri baik yang berada pada rentang nilai 34.69 – 60.32. Kemudian berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS 25 diperoleh persamaan regresinya adalah $Y = 9,686 + 0,452X$. Besaran Pengaruh motivasi diri terhadap minat berwirausaha adalah 0,452 pada Sig. 0,000. Selain itu jika dilihat dari t_{hitung} , variabel minat berwirausaha (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar 12.183. Kemudian untuk t_{tabel} menggunakan $df = n - 2$ dengan n adalah jumlah sampel, sehingga hasilnya yaitu $94 - 2 = 92$, sehingga $t_{tabel} = 1,986$. Jadi, diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $12,183 > 1,986$. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial, terdapat pengaruh motivasi diri terhadap minat berwirausaha kelas XI jurusan pemasaran SMK Negeri 1 Kota Jambi. Sehingga, apabila semakin baiknya motivasi diri, maka minat berwirausahanya juga akan semakin tinggi. Dan sebaliknya, apabila semakin buruknya motivasi dirinya, maka minat berwirausahanya juga akan semakin rendah.

Hal ini sejalan ataupun relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aida (2016) dengan jurnal yang berjudul ” Pengaruh Motivasi diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”. Hasil penelitian didapatkan sebagian besar responden setuju dengan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan *indicator ambition for freedom*. Responden setuju jika berwirausaha merupakan salah satu cara untuk bebas berkreasi dan berinovasi. Saat seseorang melakukan suatu kegiatan wirausaha, seseorang tidak terpacu pada peraturan-peraturan yang harus dijalani. Seorang pengusaha juga berhak menentukan sendiri jam kerja dan hari libur.

Dan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunus, dkk (2020) dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Motivasi Dan

Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa STIM Pase Langsa” dengan hasil penelitian diketahui bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa, pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha lebih dominan, hal ini dikarenakan dengan termotivasinya mahasiswa untuk memperoleh pendapatan dan juga karena adanya keinginan untuk memiliki usaha dan pekerjaan.

Hal ini menunjukkan bahwa motivasi diri akan mempengaruhi minat berwirausaha siswa, semakin tinggi pengaruh motivasi diri maka semakin tinggi pula seseorang untuk melakukan minat berwirausaha, begitupun sebaliknya semakin rendahnya pengaruh motivasi diri maka semakin rendah pula seseorang untuk melakukan minat berwirausaha terhadap suatu barang/produk, Menurut Naomi (2016), motivasi diri adalah alat penggerak yang ada dalam setiap individu untuk mencapai suatu tujuan yang akan di capai. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mempunyai motivasi diri akan mampu memberika pengaruh terhadap minat dalam berwirausaha.

4.8 Pengaruh Keterampilan Pemasaran dan Motivasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI Jurusan bisnis Pemasaran SMK Negeri 1 Kota Jambi

Untuk menjawab rumusan masalah yang ketiga menggunakan hipotesis ketiga yang berbunyi terdapat terdapat pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Pada deskripsi minat berwirausaha, minat berwirausaha pada siswa tersebut tergolong dalam minat berwirausaha tinggi yang berada pada rentang nilai 28.85 – 40.19. Berdasarkan hasil uji F dengan bantuan perhitungan dari SPSS versi 25 diperoleh persamaan analisis regresi berganda yaitu $Y = 0,066 + 0,488 X_1 + 0,469 X_2$. Maka dapat diketahui bahwa nilai konstantanya positif yaitu sebesar 0,066. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara variabel X terhadap Y. Jika X_1 dan X_2 nilainya 0, maka Y nilainya adalah sebesar 0,066.

Selain itu juga diperoleh bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $76,839 > 3,10$ dengan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat membuktikan bahwa variabel keterampilan pemasaran dan variabel motivasi diri secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Oleh karena itu, apabila semakin baiknya keterampilan pemasaran dan motivasi diri, maka minat berwirausahanya juga akan semakin tinggi. Dan juga sebaliknya, apabila semakin buruknya keterampilan pemasaran dan motivasi diri, maka minat berwirausahanya juga akan semakin rendah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmania (2015) dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi diri Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Kompetensi Keahlian Pemasaran Smk Negeri Bisnis Dan Manajemen Kota Padang”. Dengan hasil penelitian pengetahuan kewirausahaan, dan Motivasi diri berprestasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII kompetensi keahlian pemasaran SMK Negeri Bisnis dan Manajemen Kota Padang .

Dan juga sejalan dengan pemaparan penelien yang telah dilakukan pada variabel sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa keterampilan pemasaran dan motivasi diri sangat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang terutama siswa. Dan hal ini menunjukkan bahwa keterampilan pemasaran dan motivasi diri akan mempengaruhi minat berwirausaha siswa, semakin tinggi pengaruh antara keterampilan pemasaran dan motivasi diri maka semakin tinggi pula seseorang untuk melakukan minat berwirausaha, begitupun sebaliknya semakin rendahnya pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri maka semakin rendah pula seseorang untuk melakukan minat berwirausaha terhadap suatu barang/produk.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh keterampilan pemasaran terhadap minat berwirausaha siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,791 > 1,986$). Sehingga, apabila keterampilan pemasaran semakin baik maka minat berwirausahanya akan semakin tinggi dan sebaliknya.
2. Terdapat pengaruh signifikan motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,183 > 1,986$). Sehingga, apabila motivasi diri semakin baik maka minat berwirausahanya akan semakin tinggi dan sebaliknya.
3. Terdapat pengaruh keterampilan pemasaran dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Dibuktikan dengan nilai F sebesar 76,839 pada signifikansi 0,000 serta R^2 sebesar 0,628. Nilai R^2 menunjukkan bahwa variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel Keterampilan pemasaran dan motivasi diri sebesar 62,8%. Nilai R juga menunjukkan nilai positif yang artinya antara profesionalisme guru dan manajemen kelas samasama memberikan pengaruh positif terhadap minat belajar siswa Jurusan Bisnis Pemasaran di SMK Negeri 1 Kota Jambi.

5.2 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan yang ada, maka peneliti mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi siswa

Disarankan kepada siswa untuk dapat membuka peluang kerja bagi diri sendiri maupun masyarakat bukan hanya bergantung terhadap pegawai negeri maupun swasta, karena banyak peluang usaha yang dapat dikembangkan pada zaman teknologi canggih seperti ini.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini, faktor-faktor lain apa saja yang mempengaruhi minat berwirausaha seperti pendidikan kewirausahaan, factor pendapatan keluarga, faktor dorongan dalam diri dan lain sebagainya. Selain itu peneliti juga menyarankan untuk menggunakan sampel yang berbeda sehingga wawasan menjadi lebih luas.