

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Data yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2024 menunjukkan bahwa lulusan menengah dan tinggi masih merupakan mayoritas pengangguran. Lulusan SMA memiliki angka pengangguran tertinggi secara absolut, yaitu sebanyak 2.107.781 orang, diikuti oleh lulusan SMK sebanyak 1.621.672 orang, serta lulusan sarjana (S1 dan ke atas) sebanyak 871.860 orang. Tingkat pengangguran terbuka (TPT) tertinggi tercatat pada lulusan SMK (8,62%), disusul oleh lulusan SMA (6,73%) dan sarjana (5,6) (Ayu, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan mendapatkan pekerjaan tidak selalu terkait dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Bahkan, distribusi pengangguran menurut jenjang pendidikan menunjukkan bahwa lulusan SMA dan SMK menyumbang hampir 55% dari total 7,47 juta penganggur nasional. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara *output* pendidikan dan kebutuhan dunia kerja, serta kurangnya kesiapan lulusan dalam menciptakan peluang usaha mandiri.

Di tengah meningkatnya angka pengangguran di kalangan lulusan muda, terutama lulusan SMA, semangat untuk berwirausaha diharapkan menjadi solusi alternatif dalam menciptakan lapangan kerja mandiri. Namun, realita di lapangan menunjukkan bahwa minat berwirausaha di kalangan siswa SMA masih tergolong rendah. Secara nasional, jumlah wirausaha baru khususnya oleh pelajar dan mahasiswa masih di angka 2–3,5%, jauh di bawah ideal menurut Bank Dunia yaitu  $\geq 4\%$  dari total penduduk. Hanya sekitar 3–5 pesen dari lulusan SMA di Bekasi yang memutuskan untuk mendirikan bisnis sendiri. Mayoritas lebih memilih kuliah atau menjadi karyawan karena kurang mempunyai pengalaman dan modal dasar bisnis. Siswa yang memilih untuk membuka usaha menunjukkan keberanian dalam mengambil peluang dan risiko (Iskandar, 2024).

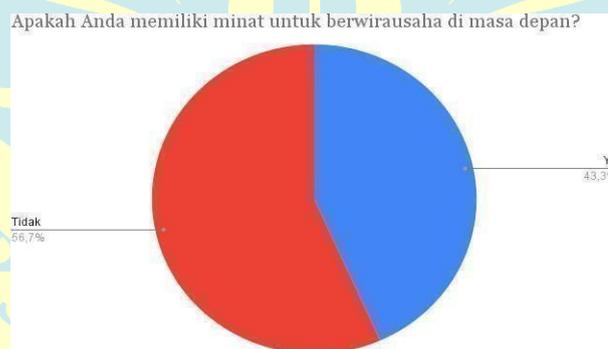
Di era digital yang serba canggih ini, kemajuan teknologi telah memberikan berbagai peluang bagi individu, terutama generasi muda, untuk mengakses pasar global dan berinovasi melalui berbagai platform digital. *E-commerce* adalah salah satu industri yang berkembang pesat karena kemajuan teknologi ini, dan memungkinkan orang untuk membeli dan menjual barang dan jasa secara *online*. Bagi siswa, pemahaman tentang kewirausahaan dan kemampuan memanfaatkan *e-commerce* dapat menjadi modal penting untuk memulai usaha mereka sendiri. Menurut *Theory of Planned Behaviour* (TPB) digunakan sebagai indikator untuk mengukur minat seseorang. Dalam hal ini, minat seseorang ditentukan atau dipengaruhi oleh minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan *e-commerce*. Artinya, semakin kuat pengaruh terhadap minat seseorang, semakin besar keinginan mereka untuk bekerja mandiri dan menjalankan usahanya sendiri (Anik Sapitri & Sri Rahayu Fatimah, 2020).

Minat berwirausaha adalah sikap dan keinginan yang membuat seseorang tertarik mencoba hal-hal baru dan berusaha untuk memperoleh keuntungan, sambil mempertimbangkan resiko yang harus dihadapi. Kekuatan ini mendorong seseorang untuk menciptakan kesejahteraan bagi diri mereka sendiri dan menambah nilai bagi masyarakat dengan mengelola sumber daya yang mereka miliki (Dirgantara, 2023). Menurut penelitian Alma (2008) terhadap siswa SMU kelas 3 di Kotamadya Bandung, minat bisnis remaja berubah. Penelitian ini menemukan bahwa sikap dan perspektif generasi muda yang akan menjadi intelektual bangsa kita berubah. Perubahan ini juga diamati oleh orang tua terjun ke dunia bisnis.

Fenomena rendahnya minat untuk berwirausaha juga pernah terjadi di SMA Pasundan Majalaya. Dikutip dari jurnal Yovinka dan Supriyadi (2019), selama periode tiga tahun terakhir diketahui bahwa pertumbuhan wirausaha pada lulusan siswa SMA Pasundan Majalaya hasilnya masih relatif rendah. Dari lulusan tahun 2015 ditotalkan berkisar sekitar 130 siswa hanya 10% yang berprofesi sebagai wirausahawan. Yang paling mendominasi adalah kebanyakan dari mereka

sekarang telah bekerja sudah mencapai angka sekitar 45%, sisanya melanjutkan ke jenjang perkuliahan sekitar 22%, lalu yang mengikuti berbagai pelatihan ataupun kursus yang menginjak sampai angka 12%.

Lulusan tahun 2016 berkisar 140 siswa yang paling banyak mendominasi, yaitu yang bekerja sekitar 46%, disusul dengan siswa yang melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi sekitar 23%, dan yang membuka usaha sekitar 11% ada juga beberapa dari mereka yang mengikuti kursus atau pelatihan sekitar 9%. Tidak jauh berbeda dengan lulusan tahun 2017 sekilas mengalami peristiwa yang sama. Yang paling mendominasi adalah mereka yang bekerja sekitar 52% , disusul oleh siswa yang melanjutkan ke perguruan tinggi sekitar 26%, dan yang memulai bisnis sekitar 10%.



**Gambar 1.1 Minat berwirausaha siswa/i**  
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

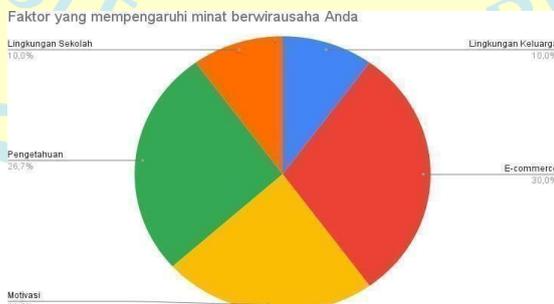
Peneliti melakukan prariset pada siswa/i SMA Negeri 71 Jakarta dengan memberikan kuesioner mengenai minat berwirausaha pada 30 orang. Hasil dari pra riset yang dilakukan yaitu 17 orang atau 56,7 persen tidak memiliki minat untuk berwirausaha di masa depan dan 13 orang atau 43,3 persen memiliki minat untuk menjadi wirausaha dimasa depan. Hasil ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha masih sangat rendah di kalangan siswa/i SMA Negeri 71 Jakarta. Siswa dan siswi memberikan alasan beragam faktor yang menghambat minat untuk berwirausaha di masa depan. Sebagian besar dari mereka menjawab tidak memiliki modal, kurang percaya diri, dan kurangnya pengetahuan tentang berwirausaha.

Apa rencana Anda setelah lulus dari SMA?



**Gambar 1.2 Rencana siswa setelah lulus sekolah**  
 Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data pada gambar 1.2 yang didapatkan peneliti melalui pra riset, sebagian besar siswa kelas XI SMAN 71 Jakarta memilih untuk melanjutkan studi ke universitas dibandingkan membuka usaha sendiri. Rendahnya minat berwirausaha sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengetahuan tentang kewirausahaan, pengalaman langsung dalam berbisnis, serta akses terhadap teknologi dan penggunaan e-commerce. Beberapa penelitian telah mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mendorong siswa untuk tertarik pada dunia kewirausahaan. Menurut penelitian yang dilakukan di SMA Negeri 1 Kampar, pemahaman siswa tentang kewirausahaan yang mereka peroleh dari program pendidikan formal sangat meningkatkan minat mereka untuk berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan harus menjadi bagian dari kurikulum sekolah (Afdhol et al., 2024).



**Gambar 1.3 Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha siswa/i**  
 Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Selain itu, pra riset yang sudah dilakukan dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas terhadap minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan dan *e-commerce* adalah dua komponen utama yang mempengaruhi minat siswa SMA Negeri 71 Jakarta untuk berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan merupakan pemahaman seseorang tentang kewirausahaan, dengan berbagai kepribadian yang positif, kreatif, dan inovatif, serta mengembangkan peluang bisnis menjadi peluang bisnis yang bermanfaat bagi dirinya dan masyarakat konsumennya. Orang yang memiliki pengetahuan kewirausahaan tahu bagaimana memulai bisnis. Sekolah sekolah harus mengajarkan siswa tentang kewirausahaan. Ini dapat memberi mereka pedoman dan mendorong mereka untuk berusaha sendiri di masa depan (Isma, 2021).

Saat ini, berbisnis secara *online* sangat menguntungkan dan efektif dibandingkan dengan bisnis *offline*. Bisnis *online* ini sangat terkait dengan *e-commerce*, yang juga dikenal sebagai "*e-commerce*". Selain melakukan pembelian dan pembayaran, *e-commerce* juga menawarkan layanan kepada konsumen. Dengan demikian, *e-commerce* berfungsi sebagai alat elektronik untuk menghubungkan antara penjual dengan pembeli (Marimin et al., 2024). Di sisi lain, *e-commerce* memungkinkan siswa untuk memulai bisnis dengan modal kecil dan menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan di seluruh dunia, melalui platform digital. Berdasarkan penelitian terdahulu milik Haqqy, Trihudiyatmanto, dan Isma dkk. menunjukkan dampak signifikan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha, baik di kalangan mahasiswa maupun siswa SMK. Pengenalan *e-commerce* pada pelajar tidak hanya membangun keterampilan, tetapi juga membuka peluang usaha baru yang praktis dan relevan.

Namun, meskipun pengetahuan kewirausahaan dan *e-commerce* menawarkan berbagai peluang, tidak semua siswa memiliki minat untuk berwirausaha. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan *e-commerce* dapat mendorong minat berwirausaha di kalangan siswa. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini

dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* sangat penting untuk mendorong minat berwirausaha pada siswa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan pendidikan kewirausahaan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar digital saat ini.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan di atas, maka rumusan masalah yang menjadi dasar bagi penelitian ilmiah ini adalah:

1. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMAN 71 Jakarta?
2. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMAN 71 Jakarta?
3. Apakah pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMAN 71 Jakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di paparkan di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah, untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengetahuan kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMAN 71 Jakarta.
2. Mengetahui dan menganalisis penggunaan *e-commerce* berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMAN 71 Jakarta.
3. Mengetahui dan menganalisis pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* secara stimulan berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMAN 71 Jakarta.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan dijadikan referensi atau bukti tambahan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan peneliti memperoleh pengalaman penelitian tentang pengaruh kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha.

###### b. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Meningkatkan kerja sama berbagai pihak dengan penelitian yang sama atau bersangkutan tentang pengaruh kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha.

###### c. Bagi SMA Negeri 71 Jakarta

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran yang terkait minat berwirausaha, penggunaan *e-commerce*, dan pengetahuan kewirausahaan.

*Intelligentia - Dignitas*