

PENGARUH PERSEPSI SISWA SMK PADA MATA PELAJARAN PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP ENTREPRENEURIAL POTENTIAL

Yara Tama Athallah¹, Elmanora, S.Si., M.Si.¹, Jaka Marsita, S.Hum., M.Par.¹

Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga

¹Universitas Negeri Jakarta

^{*)} E-mail: emailpenulis@institusi.ac.id

Abstrak

Dalam proses pembelajaran, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam berwirausaha. Persepsi siswa pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) memegang peranan yang sangat strategis dalam menanamkan sikap kewirausahaan bagi siswa, sehingga *mindset* siswa SMK berubah dari lulus dan mencari pekerjaan menjadi lulus dan menjadi pengusaha/*entrepreneur*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi siswa SMK pada mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan terhadap *entrepreneurial potential*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dan pengambilan data pada bulan Juni-Juli 2024. Penelitian dilakukan menggunakan pengisian kuesioner, sampel penelitian dipilih menggunakan teknik sampel *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 167 siswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial potential*. Artinya, semakin tinggi persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, semakin tinggi minat siswa dalam berwirausaha.

Kata kunci: *entrepreneurial potential, mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, pembelajaran, persepsi siswa, sekolah*

The Influence of Vocational High School Students' Perceptions on the Subject of Creative Products and Entrepreneurship on Entrepreneurial Potential

Abstract

In the learning process, Vocational High Schools (SMK) equip students with the knowledge and skills needed for entrepreneurship. The perception of students regarding the Creative Products and Entrepreneurship (PKK) subject plays a very strategic role in instilling an entrepreneurial mindset in students, shifting their perspective from seeking employment after graduation to becoming entrepreneurs. This research aims to determine the influence of SMK students' perceptions of the Creative Products and Entrepreneurship subject on their entrepreneurial potential. The research method uses an associative quantitative approach with data collection conducted in June-July 2024. The study employed a questionnaire, and the sample was selected using simple random sampling with a total sample size of 167 students. The results indicate that SMK students' perceptions of the Creative Products and Entrepreneurship subject have a positive and significant effect on their entrepreneurial potential. In other words, the higher the perception of SMK students regarding the Creative Products and Entrepreneurship subject, the higher their interest in entrepreneurship.

Keywords: *entrepreneurial potential, creative products and entrepreneurship subject, learning, students' perceptions, school*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, kemampuan berwirausaha menjadi semakin penting sebagai salah satu cara untuk mengurangi pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2024, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tamatan SMK masih merupakan yang paling tinggi dibandingkan tamatan jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 8,62% dan di posisi kedua yakni TPT tamatan SMA sebesar 6,73%. Sementara itu, TPT yang paling rendah adalah pendidikan SD ke bawah, yaitu sebesar 2,38%. Hal ini terutama relevan bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yang dipersiapkan untuk langsung terjun ke dunia kerja atau menciptakan peluang kerja baru melalui kewirausahaan.

Salah satu faktor utama banyaknya lulusan SMK yang menganggur karena masih adanya ketidakselarasan antara kompetensi lulusan SMK dengan kebutuhan industri/dunia kerja. Oleh karena itu, perlu adanya pembaharuan kurikulum maupun kompetensi dan penambahan jam ajar untuk mata pelajaran yang mendukung kewirausahaan atau kesiapan kerja. Hal tersebut untuk meningkatkan kesiapan kerja atau minat maupun potensi dalam berwirausaha. Menurut Christianingrum dan Rosalina (2017:49) pendidikan kewirausahaan penting bagi setiap orang karena kewirausahaan merupakan sumber peningkatan mutu kepribadian dan kemampuan usaha, Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha.

SMK merupakan salah satu sekolah menengah tingkat atas yang mengutamakan pembelajaran berupa 70% praktik dan 30% teori, dikarenakan lulusan SMK dituntut memiliki keahlian tertentu, dengan adanya pembelajaran yang lebih mengutamakan praktek tersebut nantinya siswa diharapkan memiliki keterampilan, kemampuan, dan keinginan untuk menjadi seorang wirausaha. Siswa SMK dibentuk untuk tidak hanya mencari pekerjaan, tetapi juga menciptakan peluang usaha. Sayangnya, lulusan SMK masih menghadapi tingkat pengangguran yang tinggi dibanding lulusan jenjang pendidikan lain.

Pada jenjang SMK di Indonesia menghadapi berbagai masalah, seperti kualitas guru yang rendah, minimnya partisipasi masyarakat, tuntutan tinggi, perkembangan teknologi cepat, dan proses pembelajaran yang lemah. Pemerintah merespons dengan Program Revitalisasi SMK melalui Inpres Nomor 9 tahun 2016 untuk meningkatkan kualitas SDM. Di tingkat sekolah, peningkatan minat berwirausaha siswa dapat dilakukan melalui mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) dalam kurikulum 2013 revisi, yang fokus pada aspek kognitif, soft skill, dan hard skill. Persepsi siswa terhadap mata pelajaran tertentu, seperti Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK), memainkan peran penting dalam membentuk potensi kewirausahaan mereka. Mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan kepada siswa, dengan harapan dapat membangkitkan *entrepreneurial potential* mereka.

Masalah umum yang dihadapi dalam pendidikan kewirausahaan di SMK adalah bagaimana mengembangkan kurikulum yang efektif untuk menanamkan keterampilan dan mindset kewirausahaan. Banyak siswa yang merasa mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan tidak relevan atau menarik, yang pada akhirnya mempengaruhi minat dan potensi mereka untuk menjadi wirausaha. Menurut penelitian oleh Zimmerer (2014), persepsi siswa terhadap relevansi dan manfaat suatu mata pelajaran sangat mempengaruhi motivasi dan hasil belajar mereka. Secara spesifik, permasalahan yang ingin diangkat dalam penelitian

ini adalah bagaimana persepsi siswa SMK terhadap mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan mempengaruhi potensi kewirausahaan mereka. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti metode pengajaran, kualitas guru, dan relevansi materi pelajaran dengan dunia nyata. Menurut penelitian oleh Fayolle dan Gailly (2015), persepsi positif terhadap pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan entrepreneurial potential di kalangan siswa.

Pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan di SMK N 66 Jakarta tidak hanya menekankan teori dan materi, tetapi juga melibatkan proses pembelajaran praktis di mana guru memandu siswa dalam praktik berwirausaha dari hal-hal kecil. Ini bertujuan untuk melatih keberanian, mental, dan minat berwirausaha mereka. Guru juga mengarahkan minat berwirausaha siswa berdasarkan jurusan yang mereka ambil, sehingga siswa memperoleh pengalaman praktis yang dapat membangun entrepreneurial potential mereka setelah lulus sekolah. Sebagaimana pada saat peneliti melakukan observasi awal dan melakukan wawancara sehubungan dengan mata pelajaran kewirausahaan terhadap siswa yang sudah mempunyai bekal pengetahuan, pengalaman praktik industri belum memunculkan efikasi dirinya setelah mendapatkan pengetahuan tentang mata pelajaran kewirausahaan. Sebagian siswa belum tahu apa yang akan dilakukan setelah lulus, padahal jika peserta didik yakin atau mempunyai efikasi diri yang tinggi dan mempunyai minat, maka dengan berwirausaha masa depannya akan terjamin.

Teori yang relevan untuk mendukung penelitian ini adalah teori persepsi oleh Gibson, et al (2016), yang menyatakan bahwa persepsi individu terhadap suatu objek atau fenomena dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana persepsi siswa terhadap mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan mempengaruhi entrepreneurial potential mereka. Selain itu, teori niat kewirausahaan oleh Ajzen (2018) juga relevan, yang menekankan bahwa niat untuk berwirausaha dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dengan memahami bagaimana persepsi siswa terhadap mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan mempengaruhi komponen-komponen ini, dapat dikembangkan strategi untuk meningkatkan entrepreneurial potential siswa SMK.

Dengan memahami faktor-faktor yang membentuk persepsi siswa dan dampaknya terhadap entrepreneurial potential, diharapkan dapat ditemukan cara untuk meningkatkan efektivitas pendidikan kewirausahaan di SMK. Proses pembelajaran tersebut diharapkan dapat mengembangkan segala potensi yang dimiliki oleh siswa dengan mengarahkan mereka untuk menjadi orang yang lebih produktif serta memiliki pengetahuan yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan pendidikan kewirausahaan di SMK, yang pada akhirnya dapat membantu menciptakan lebih banyak wirausaha muda yang sukses.

METODE

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kuantitatif asosiatif. Menurut Rusiadi, et al (2016:12), penelitian asosiatif/kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik sampel *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 167 siswa kelas XI SMK N 66 Jakarta. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diberikan langsung oleh responden kepada peneliti, pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuesioner. Dalam penyebaran kuesioner (angket) untuk mengumpulkan data, kuesioner akan disebar secara *online* atau elektronik dengan media *Google Form* kepada

responden yang sesuai dengan kriteria penelitian Dalam menganalisis data penelitian kuantitatif mengenai pengaruh persepsi siswa SMK terhadap mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan terhadap *Entrepreneurial Potential*, peneliti memanfaatkan aplikasi *Statistical Packages for Social Sciences (SPSS)* versi 22. Menggunakan uji prasyarat yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji hipotesis yang meliputi uji regresi linear sederhana, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini dapat diketahui bahwa persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan berpengaruh terhadap *entrepreneurial potential* siswa. Hal ini di tunjukan dari hasil uji regresi yang telah dilakukan, didapatkan p-value sebesar $0,002 < 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel *entrepreneurial potential* (Y) hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan yang dipahami oleh siswa maka semakin naik tingkat *entrepreneurial potential* pada siswa tersebut.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan nilai Unstandardized Residual diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh 0,061 yang berarti nilai signifikan tersebut $> 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada pengolahan data yang dilakukan, data variabel Persepsi Siswa SMK pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan dan *Entrepreneurial Potential* berdistribusi normal. Kemudian, hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) pada Deviation from Linearity adalah 0,674, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini yang berarti bahwa persamaan regresi antara variabel *entrepreneurial potential* (Y) dan variabel persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (X) menunjukkan adanya hubungan yang linear.

Berdasarkan data analisis regresi linear diperoleh hasil koefisien regresi ($b = 0,392$) dan konstanta ($a = 188,875$). Dengan demikian, bentuk pengaruh antara variabel persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan dan *Entrepreneurial Potential* dapat dinyatakan dalam persamaan regresi $Y = 188,875 + 0,392X$. Artinya nilai konstanta positif sebesar 188,875 menunjukkan pengaruh positif variabel persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Koefisien regresi X diperoleh nilai sebesar 0,392 yang menyatakan bahwa jika persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan mengalami kenaikan sebesar satu poin maka *entrepreneurial potential* akan mengalami peningkatan sebesar 0,392. Selanjutnya, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh sebesar 0,056. Hal ini berarti 5,6% *entrepreneurial potential* siswa kelas XI di SMK N 66 Jakarta dijelaskan melalui variabel persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (X), sedangkan sisanya yaitu 94,4% *entrepreneurial potential* siswa kelas XI di SMK N 66 Jakarta dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial potential* siswa. hal tersebut didukung oleh pendapat Yuliana & Suryani (2018) melalui mata pelajaran ini, siswa diberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam menciptakan produk yang inovatif serta memahami dasar-dasar kewirausahaan. Hal ini tidak hanya membekali mereka dengan kemampuan teknis, tetapi juga membangun pola pikir kewirausahaan yang kritis dan kreatif. Selain itu, Ridwan (2020) menyatakan bahwa mata

pelajaran ini membantu siswa mengembangkan keterampilan seperti manajemen waktu, pengambilan keputusan, dan perencanaan bisnis, yang semuanya penting untuk sukses dalam berwirausaha. Pembelajaran mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan yang lebih tinggi meningkatkan keyakinan diri siswa untuk berwirausaha setelah lulus sekolah.

Secara keseluruhan, penelitian ini mendukung bahwa semakin tinggi persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, semakin positif dan signifikan dampaknya terhadap *entrepreneurial potential* mereka. Dengan kata lain, bekal yang dimiliki oleh siswa dalam pembelajaran tersebut mempengaruhi hasil mereka yang berperan penting dalam mendorong mereka untuk menjadi wirausahawan/*entrepreneur*.

A. Tabel

Berdasarkan hasil uji persamaan regresi pada Tabel 1. hasil koefisien dapat disimpulkan bahwa bentuk pengaruh antara variabel persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan dan *Entrepreneurial Potential* adalah $\hat{Y} = 188,875 + 0,392X$. Koefisien regresi variabel Persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan sebesar 0.392 artinya jika terjadi peningkatan variabel Persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel *Entrepreneurial Potential* sebesar 0.392 satuan. Hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 hal tersebut menandakan bahwa Persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial Potential*.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 188.875 | 10.522 | 17.950 | .000 | |
| | Persepsi Siswa | .392 | .126 | .236 | 3.116 | .002 |

a. Dependent Variable: *Entrepreneurial Potential*

Berdasarkan uji koefisien determinasi pada Tabel 2. diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R^2 Persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan terhadap *Entrepreneurial Potential* mencapai 0,056. Angka tersebut menunjukkan kontribusi variabel Persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan terhadap variabel *Entrepreneurial Potential* sebesar 5,6%.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

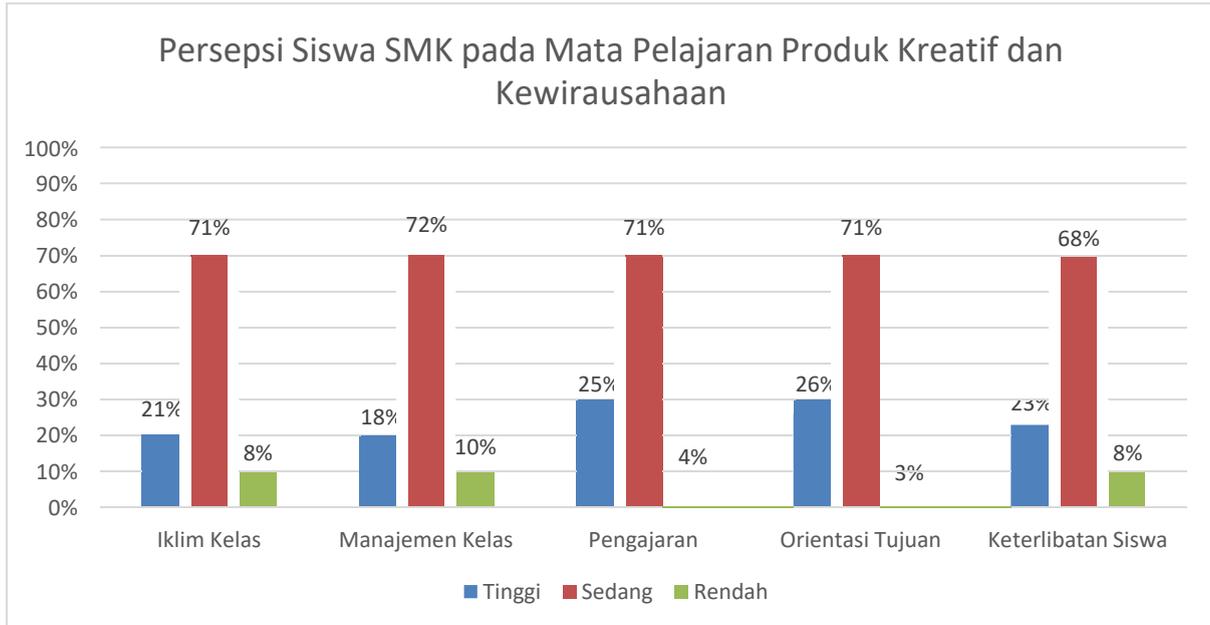
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .236 ^a | .056 | .050 | 12.96290 |

a. Predictors: (Constant), PKK

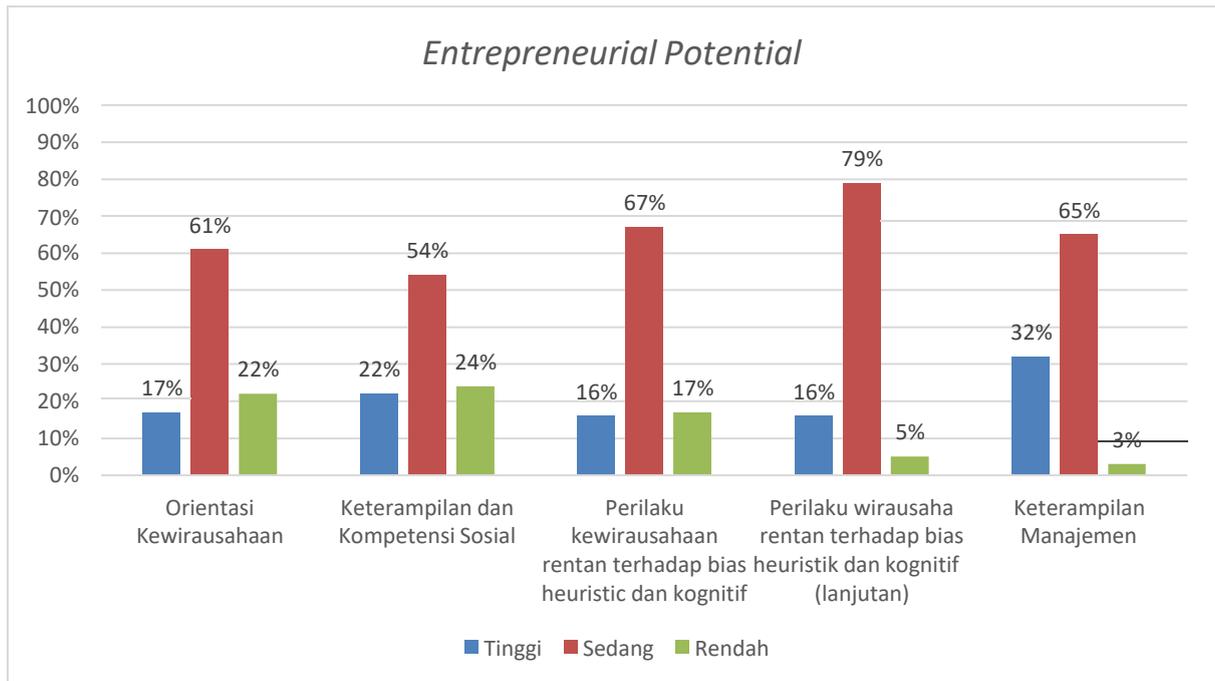
B. Gambar

Berdasarkan Gambar 1. Pada variabel Persepsi Siswa SMK pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan dimensi tertinggi berada pada dimensi manajemen kelas memiliki persentase sebesar 72%, orientasi tujuan memiliki persentase sebesar 71%, pengajaran memiliki persentase sebesar 71%, iklim kelas memiliki persentase sebesar 71%, dan keterlibatan siswa memiliki persentase sebesar 68%. Persentase rata-rata tertinggi diperoleh pada dimensi manajemen kelas yaitu 72%. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi manajemen kelas merupakan aspek yang paling kuat dari keseluruhan variabel.



Gambar 1. Grafik Dimensi Persepsi Siswa SMK pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan

Berdasarkan Gambar 2. Pada variabel *Entrepreneurial Potential*, orientasi kewirausahaan memiliki persentase sebesar 61%, keterampilan dan kompetensi sosial memiliki persentase sebesar 54%, perilaku kewirausahaan rentan terhadap bias heuristic dan kognitif memiliki persentase sebesar 67%, perilaku kewirausahaan rentan terhadap bias heuristic dan kognitif (lanjutan) memiliki persentase sebesar 79, dan keterampilan manajemen memiliki persentase sebesar 65%. Persentase rata-rata tertinggi diperoleh pada dimensi perilaku kewirausahaan rentan terhadap bias heuristic dan kognitif (lanjutan) yaitu 79%. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi perilaku kewirausahaan rentan terhadap bias heuristic dan kognitif (lanjutan) merupakan aspek yang paling kuat dari keseluruhan variabel.



Gambar 2. Grafik Dimensi *Entrepreneurial Potential*

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial potential* siswa sebesar 5,6%. Artinya, semakin tinggi persepsi siswa SMK pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, semakin tinggi minat siswa dalam berwirausaha. Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran diantaranya, bagi guru, Guru sebaiknya mengembangkan metode pengajaran inovatif dan menarik, seperti pembelajaran berbasis proyek, untuk meningkatkan minat siswa terhadap mata pelajaran ini, serta memperkuat kolaborasi dengan para pelaku usaha untuk memberikan wawasan praktis melalui undangan pembicara tamu atau kunjungan industri. Bagi sekolah, Sekolah dapat meningkatkan fasilitas pendukung seperti laboratorium kewirausahaan, ruang kreatif, dan akses internet yang memadai, serta mengembangkan program ekstrakurikuler yang berfokus pada pengembangan Produk Kreatif dan Kewirausahaan, seperti klub bisnis atau kompetisi kewirausahaan. Dan bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian longitudinal guna melihat dampak jangka panjang mata pelajaran ini terhadap kesuksesan karier siswa setelah lulus, serta meneliti efektivitas metode pembelajaran baru yang belum banyak diterapkan, seperti gamifikasi atau flipped classroom.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2018). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Christianingrum. & Rosalina, Erita. 2017. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Integrated Jurnal of Business and Economics (IJBE)*, 1 (1), 54.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2016). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. McGraw-Hill Education.
- Ridwan, M., Dewi, M., Mulyani, S. R., Pratiwi, H., Rani, L. N., Mardison, M., ... & Sari, V. N. (2020). *Kewirausahaan*.
- Rusiadi et al 2016 *Pengertian pendekatan kuantitatif*, Bandung: Alfabeta
- Yuliana, M., & Suryani, T. (2018, November). Enhancing channel reciprocity of secret key generation scheme by using modified polynomial regression method. In 2018 International Conference on Computer Engineering, Network and Intelligent Multimedia (CENIM) (pp. 35-40). IEEE.
- Zimmerer, T. W. (2014). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.