

Penyuluhan Pengaruh Media Social Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Di Smk Paba Binjai Tahun 2024

Author:

Evafani Bermana Barus¹

Affiliation:

Akademi Kebidanan Kharisma
Husada Binjai¹

Corresponding email

evafanibermanabarus@gmail.com



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Abstrak:

Latar belakang: Minat berwirausaha di Indonesia masih sangat rendah khususnya lulusan SMK. Jumlah lulus yang menjadi wirausahawan pada tahun 2010 menurut Direktur Pembinaan SMK Paba Binjai Pendidikan Dasar dan Menengah (Mandikdasmen) hanya satu hingga dua persen dari 950 ribu lulusan per tahun. Seharusnya dengan bekal kompetensi kejuruan yang bersifat praktis, lulusan SMK lebih mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan dalam dunia kerja sampai tahap menciptakan lapangan kerja sendiri sebagai wirausahawan dibandingkan lulusan sekolah menengah lainnya (Direktorat Pembinaan SMK). Faktanya saat ini lulusan SMK cenderung menjadi pencari kerja dan sangat sedikit yang menjadi pencipta lapangan kerja.

Metode pengabdian: Metode yang digunakan dalam kegiatan adalah dengan memberikan penyuluhan berupa materi dalam bentuk PPT, leaflet dan poster tentang pengaruh media social dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha.

Hasil pengabdian: Setelah dilakukan penyuluhan pengaruh media social dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha di SMK PABA Binjai terdapat 27 orang siswa yang tertarik berwirausaha dengan menggunakan media sosial

Kesimpulan: Penyuluhan yang telah diberikan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat khususnya bagi para siswa di SMK, bahwa media sosial berperan penting dalam perkembangan suatu usaha

Kata kunci: Wirausaha, Efikasi Diri, Media Sosial

Pendahuluan

Wirausahaan telah menjadi perhatian penting dalam perkembangan perekonomian diberbagai negara, sehingga berdampak pada peningkatkan pertumbuhan ekonomi. Para pengusaha memiliki peranan penting dalam membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi secara terus menerus. Inovasi tersebut meliputi beberapa metode, misalnya dengan memperkenalkan barang model terbaru, mempertinggi efisiensi dalam memproduksi suatu barang, memperluas pasar suatu barang ke pasaran yang baru, mengembangkan sumber bahan mentah yang baru dan mengadakan perubahan dalam suatu organisasi. Keberhasilan



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

pembangunan nasional dalam suatu negara ditentukan oleh para wirausahawan yang perannya sangat dibutuhkan (Hendrawan Josia Sanchaya et. al. : 2017).

Sayangnya jumlah wirausaha di Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat untuk menopang perekonomian, sehingga persoalan wirausaha ini menjadi persoalan yang mendesak bagi suksesnya pembangunan perekonomian di Indonesia (Mahesa & Rahardja, 2012).

Fenomena rendahnya minat dan motivasi pemuda Indonesia untuk berwirausaha dewasa ini menjadi pemikiran serius berbagai pihak, baik pemerintah, dunia pendidikan, dunia industri, maupun masyarakat. Berbagai upaya dilakukan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan terutama merubah mindset para pemuda yang selama ini hanya berminat sebagai pencari kerja (job seeker) apabila kelak menyelesaikan sekolah atau kuliah mereka. Hal ini merupakan tantangan bagi pihak sekolah dan perguruan tinggi sebagai lembaga penghasil lulusan (Lestari & Wijaya, 2012).

Studi Literatur

Media sosial merupakan fase perubahan cara berfikir seseorang tentang bagaimana orang tersebut dapat menemukan sebuah informasi dan konten, membacanya, kemudian cara membagikan informasi serta konten tersebut kepada orang lain (Kartajaya : 2008, dalam Alfaruk Muhammad Hasym : 2016)

Nilai pada media sosial dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Diantara indikator tentang tingkat penggunaan media sosial dibagi menjadi tiga (Kurniawan et. al. 2013, dalam Sahroh Aida Fatimatus : 2018), yaitu meliputi :

1. Sarana komunikasi, hasil penelitian membuktikan bahwa seseorang lebih mudah berkomunikasi melalui akun media sosial serta lebih mudah bersosialisasi dengan banyak teman di media sosial.
2. Akses, menjelaskan bahwa mengakses media sosial tidak memerlukan biaya yang banyak dan dapat memanfaatkan wifi secara gratis.
3. Pemanfaatan, menjelaskan bahwa banyak seseorang memanfaatkan media sosial untuk sarana entertainment serta mengetahui berita terkini

Efikasi diri berwirausaha merupakan keyakinan seseorang akan kemampuan dirinya untuk menentukan tindakan yang harus dilakukan dalam menghadapi situasi dalam melakukan kegiatan wirausaha. Efikasi diri yang kuat akan melahirkan keyakinan yang kuat terkait tindakan yang dibutuhkan dalam menghadapi situasi tertentu.

Dalam memperoleh efikasi diri terdapat empat cara yang dapat dilakukan, yaitu; pengalaman sukses yang berulang-ulang yang dipercaya efektif mengembangkan rasa yang kuat pada efikasi diri. Kemudian, pembelajaran melalui pengamatan langsung. Selanjutnya, persuasi sosial seperti diskusi yang persuasif dan balikan kinerja yang spesifik memungkinkan untuk menyajikan informasi terkait kemampuan seseorang dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Terakhir, penilaian terhadap status psikologis yang dimiliki. (Kristiadi et al., 2016).

Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari tiga tahap yaitu: Tahap pertama berupa tahap persiapan, dimana tahap persiapan ini terdiri dari dimulai dengan kegiatan mengurus proses perijinan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, melakukan survey awal, menyusun media penyuluhan, menentukan jumlah sasaran. Tahap



kedua adalah pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan di SMK PABA Binjai dengan memberikan penyuluhan berupa materi dalam bentuk PPT, leaflet dan poster tentang penyuluhan pengaruh media social dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha dan tahap yang terakhir adalah tahap evaluasi.

Hasil

Setelah dilakukan penyuluhan pengaruh media social dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha di SMK PABA Binjai dengan jumlah 27 orang siswa yang memiliki minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial

Pengaruh Media Sosial Terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK PABA Binjai Tahun 2024 (n=27)

No	Minat berwirausaha	Media social				Jumlah	Df	Sig (2-taited)
		Mempunyai social media		Tidak mempunyai social media				
		f	%	f	%			
1	Berminat	27	23,8	7	10,2	34	34,0	
2	Tidak berminat	8	11,2	8	4,8	16	16,0	0,34

Setelah dilakukan penyuluhan, minat berwirausaha siswa SMK PABA Binja Tahun 2024 ditemukan jumlah siswa yang berminat membuka usaha di media social adalah 27 siswa (23,8%). Siswa yang gemar akan media sosial tetapi tidak berminat membuka usaha berjumlah 7 siswa(10,2%).

Siswa yang tidak berminat berwirausaha sebanyak 8 siswa (11,2%) dan siswa yang tidak memiliki akun media social dan tidak berminat membuka wirausaha sebanyak 8 bayi (4,8%).

Berdasarkan hasil uji *chi-square* Hubungan Media Sosial terhadap minat berwirausaha di Tahun 2024 dengan derajat kemaknaan (α) = 0,05 dan df = 1

Hubungan Pengaruh Efikasi Diri Terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK PABA Binjai Tahun 2024 (n=50)

No	Minat berwirausaha	Efikasi diri				Jumlah	Df	Sig (2-taited)
		Mempunyai social media		Tidak mempunyai social media				
		f	%	f	%			
1	Berminat	34	34,0	7	5,0	16	16,0	



2	Tidak	8	4,8	27	23,8	8	11,2	0	0,34
<hr/>									
<u>berminat</u>									

Berdasarkan Tabel 4.5 pada pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha siswa SMK PABA Binja Tahun 2024 jumlah siswa yang berminat magnitude (Tingkat kesukaran) adalah 34 (34%), dan yang berminat wirausaha tetapi kepercayaan diri kurang berjumlah 7 siswa (5%).

Siswa yang tidak berminat berwirausaha dan tingkat kesukaran ada sebanyak 8 siswa (4,8%) dan siswa yang tidak memiliki Tingkat kepercayaan diri (kekuatan) dan tidak berminat membuka wirausaha sebanyak 8 bayi (11,2%).

Berdasarkan hasil uji *chi-square* Hubungan Efikasi diri terhadap minat berwirausaha di Tahun 2024 dengan derajat kemaknaan (α) = 0,05 dan $df = 1$ diperoleh hasil perhitungan yaitu sig (2-taited) $0,034 < (\alpha) = 0,05$

diperoleh hasil perhitungan yaitu sig (2-tailed) $0,034 < (\alpha) = 0,05$.

Pembahasan

Media social adalah suatu sarana bagi setiap orang guna meningkatkan kemampuan, penggunaanya khusus bagi para pelaku usaha untuk berbagi teks, gambar, audio, dan video guna untuk memasarkan berbagai jenis produknya dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Hasil pengujian secara persial menunjukkan bahwa variable media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti hubungan yang searah antara media social dengan minat berwirausaha mahasiswa, dalam arti jika terjadi peningkatan dan penggunaan media social maka juga minat berwirausaha mahasiswa semakin meningkat. Dengan meningkatnya pengetahuan mengenai media social akan memudahkan dalam komunikasi, berdiskusi pada pihak luar serta memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen dan menghasilkan keunggulan dalam membangun personal branding pengaruh signifikan yang ditunjukkan variable media social sangat ditentukan oleh besarnya indicator-indikator yang membentuknya, yakni : (a). teman-teman saya di Smk adalah orang-orang produktif yang dapat mencari peluang usaha. (b). Murid Smk ingin mencari tren terbaru yang sedang diperbincangkan dalam instagram dan tiktok. (c). murid Smk mendapatkan tanggapan terhadap ide gagas dari sesama pengguna instagram. (d). murid Smk meminta bantuan kepada group instagram dan tiktok untuk memecahkan masalah.

Kesimpulan

Penyuluhan yang telah diberikan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat khususnya untuk para siswa di SMK, bahwa media sosial berperan penting dalam perkembangan suatu usaha, memudahkan dalam berbagi informasi yang berkaitan dengan usaha yang sedang ditekuni dan memperluas jangkauan pemasaran.

Referensi

- Aidha, Zuhrina. 2017. "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara." *JUMANTIK (Jurnal Ilmiah Penelitian Kesehatan)* 1.1: 42–59.
- Aini, Qurratul, and Farah Oktafani. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 17.2.
- Aje, Ariswan Usman, Lely Suryani, and Kristianus Jago Tute. 2019. "Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Tahun Akademik 2018/2019 Universitas Flores Ende, NTT: Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan Kewirausahawan." *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam* 8.1: 1–6.



Aji, Achmad Drajat. 2019. “*The Effect of Self-Efficacy, Creativity, and Motivation on Entrepreneurship Interest in FBM Students of Widyatama University, Indonesia.*” *Global Business & Management Research* 11(1).

Amellia, Rissa. 2018. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Kelas X Di SMA Pasundan 3 Bandung.” Universitas Pasundan.

Amiruddin, Armansyah. 2021. “Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang Angkatan Tahun 2020-2021 (Studi Kelas Pagi 1 Dan Pagi 2).” *Jurnal Kemunting* 2.02.

Badan Pusat Stastitika Provinsi Jawa Barat. 2021. “Keadaan Ketengakerjaan.” <https://www.bps.go.id/BRSbrsInd-20210505131820>.

Dahlan, Intan Agustini. 2017. “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berprestasi Terhadap Self Efficacy Yang Berimplikasi Pada Minat Berwirausaha Peserta Didik SMK Multi Vocational Platform ARS Internasional Bandung (Studi Pada Kelas XI Jurusan Rekayasa Perangkat