

Faktor-faktor Eksternal Minat Berwirausaha

Silvia Siregar*¹, Herminarto Sofyan²

^{1,2,3} Pendidikan Teknologi Kejuruan, Universitas Negeri Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta

Correspondence: silviasiregar.2023@student.uny.ac.id

Received: 09 Mei 2025 | Revised: 04 Juni 2025 | Accepted: 15 Juni 2025

Keywords:

Digital Literacy;
Entrepreneurship
Interest;
Entrepreneurship
Learning; Social Media;
Vocational Skills

Abstract

This study aims to examine the level of influence of digital literacy, social media, entrepreneurship education, and vocational competency variables on the entrepreneurial interest of fashion design vocational high school students in Sleman Regency. This research is a quantitative study with an ex-postfacto design. Sampling was conducted using cluster sampling technique, followed by re-determining samples from each vocational school through proportionate random sampling, with a total sample of 161 grade XII students from Fashion Design Study Program. Data were collected using Google Form questionnaires whose validity and reliability had been tested, and data analysis was performed using regression analysis. The results of this study are as follows: (1) Digital literacy has a positive and significant effect on entrepreneurial interest; (2) Social media has a positive and significant effect on entrepreneurial interest; (3) Entrepreneurship education has a positive and significant effect on entrepreneurial interest; (4) Vocational competency has no effect on entrepreneurial interest; (5) Digital literacy, social media, entrepreneurship education, and vocational competency have a positive and significant effect on entrepreneurial interest. This study can serve as a recommendation in determining entrepreneurship education strategies to meet the demands and needs of the dynamic business and industrial world.

Kata Kunci:

Literasi Digital; Minat
Berwirausaha;
Pembelajaran
Kewirausahaan; Media
Sosial; Kecakapan
Vokasional

Abstract

Studi ini bertujuan untuk mengkaji tingkat pengaruh variabel literasi digital media sosial, pembelajaran kewirausahaan, dan kecakapan vokasional terhadap minat berwirausaha siswa SMK tata busana di Kabupaten Sleman. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain *ex-postfacto*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster sampling* yang selanjutnya dilakukan penentuan kembali sampel dari tiap-tiap SMK dengan *proportionate random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 161 siswa kelas XII SMK Program Studi Tata Busana. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner *google form* yang validitas dan reliabilitasnya telah diuji dan analisis data menggunakan analisis regresi. Hasil studi ini adalah sebagai berikut: (1) Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha; (2) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha; (3) Pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha; (4) Kecakapan vokasional tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha; (5) Literasi digital, media sosial, pembelajaran kewirausahaan dan kecakapan vokasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Studi ini dapat menjadi saran dalam penentuan strategi pembelajaran kewirausahaan dalam rangka memenuhi tuntutan dan kebutuhan dunia usaha dan industri yang dinamis.

PENDAHULUAN

Berdasarkan data statistik BPS 2020, Unit Usaha Menengah dan Besar (UMB) dari 129.137 unit di Indonesia, pemilik usaha atau wirausahawan lulusan SMA menempati urutan terbanyak yaitu 39%. Sementara proporsi wirausahawan lulusan SMK adalah (5,5%). Angka ini bahkan lebih kecil dibandingkan dengan lulusan SMP (10,8%), dan lulusan SD (6,9%). Sementara pada level kepemilikan usaha mikro dan kecil (UMK) menurut BPS tahun 2020, terdapat 4,21 juta UMK. Dari jumlah tersebut sebanyak 54,52% dijalankan oleh pengusaha yang berpendidikan SD dan yang berpendidikan dibawah SD. Sedangkan pemilik UMK yang berpendidikan SMA dan SMK sebanyak 21,04% (Badan Pusat Statistik, 2023). Siswa SMK memiliki keunggulan dibandingkan lulusan sekolah lainnya dalam aspek kompetensi produktif, dimana kompetensi produktif merupakan salah satu modal dan faktor pendukung keberhasilan usaha. Berdasarkan data Agustus 2023 Persentase Pengangguran Terbuka pada lulusan SMK sebesar 9,31%, dimana hal ini membuktikan bahwa SMK masih belum maksimal dalam penyerapannya (Badan Pusat Statistik, 2023). Hasil *tracer study* SMK jurusan Tata Busana di Kabupaten Sleman menunjukkan bahwa jumlah alumni jurusan tata busana tahun 2023 yang terjun ke dunia wirausaha masih tergolong rendah, yakni 2,43% meskipun mengalami peningkatan pada tahun 2024 menjadi 4,82% dari jumlah populasi. Namun, angka ini masih jauh dari standar ideal jumlah wirausahaan dalam suatu populasi, yang umumnya di negara maju ditetapkan sebesar 10-12% dari jumlah populasi (Ehub, 2023).

Krisis global yang dialami tingkat Internasional yang berdampak pada ekonomi dan lapangan kerja, menjadikan kewirausahaan dalam organisasi sebagai salah satu alternatif untuk pengembangan dan keberlanjutan bisnis (Perlines et al, 2022). Persaingan di dunia kerja saat ini juga semakin tinggi, dimana lowongan pekerjaan lebih sedikit dibandingkan lulusan sekolah yang setiap tahunnya selalu ada. Kewirausahaan telah diakui secara luas di berbagai negara sebagai salah satu aspek pendorong utama pembangunan sosio-ekonomi oleh para peneliti dan praktisi kewirausahaan (Gu & Wang, 2022). Dunia industri juga tidak bisa terus menerus menjadi tumpuan bagi semua lulusan, sehingga mengharuskan pencarian dalam pemecahan masalahnya, salah satu yang dapat digunakan yaitu berwirausaha (Wibowo, 2023).

Usia siswa SMK saat ini masih termasuk dalam generasi Z dan dapat dikatakan bahwa mereka merupakan generasi gen Z terakhir yang masuk dalam kelahiran tahun 1996-2012. Generasi ini dikenal dengan istilah *Gen Techm Online Generation*, *Digital Natives* dan lain sebagainya. Generasi yang berkembang dalam era dominasi internet, perangkat pintar, dan platform media sosial, dimana generasi Z tidak hanya memanfaatkan teknologi sebagai medium komunikasi, tetapi juga menggunakannya sebagai instrumen eksplorasi identitas akuisisi informasi, serta pengembangan karir profesional (Laka, 2024). Menurut Twenge karakteristik khas generasi Z diantaranya; (1) kecenderungan untuk menggunakan teknologi secara berlebihan karena sudah terbiasa dan bertumbuh dengan teknologi di kesehariannya. Namun dengan memanfaatkan teknologi pada hal yang lebih bermanfaat, maka hal tersebut akan menjadi kelebihan sangat berguna; (2) kebutuhan pembelajaran, sering mencari kesempatan untuk belajar dan berkembang dan cenderung lebih tertarik pada pembelajaran yang praktis (Laka, 2024).

Seseorang yang mengakses layanan internet memiliki probabilitas yang superior untuk menginisiasi aktivitas kewirausahaan dibandingkan dengan individu yang tidak memanfaatkan teknologi internet memiliki dampak yang sangat positif dalam hal berwirausaha (Alimuddin, 2021). Dengan kata lain literasi digital siswa yang kuat lebih tertarik untuk berwirausaha daripada siswa dengan pemahaman literasi digital yang rendah (Ningsih & Wahyudi, 2023). Dalam hal ini, menjadi seorang wirausaha harus memiliki suatu kemampuan dan pengetahuan dalam menciptakan ide bisnis yang akan dijalankan salah satunya adalah kemampuan menguasai teknologi digital yang tentu saja berkaitan dengan bagaimana cara seseorang dapat memanfaatkan internet sebagai sumber informasi (Rahman, 2024). Seperti dikatakan oleh (Hisanan et al, 2024) bahwa semakin meningkatnya kemahiran siswa dalam menggunakan teknologi, minat berwirausaha seseorang juga dapat meningkat. SMK merupakan salah satu kegiatan formal yang

Salah satu bagian dari teknologi itu sendiri yaitu media sosial, dimana penggunaan media sosial dapat mempengaruhi minat berwirausaha (Budiarti et al., 2024). Menurut Freixanet et al, dengan adanya media sosial, sarana bagi pebisnis tersedia lebih luas dalam berkomunikasi dengan pengguna eksternal dan menghasilkan ide-ide baru (Wibowo et al, 2023). Media sosial juga dapat digunakan untuk eksplorasi pengetahuan, yang memungkinkan eksperimen dan penemuan ide-ide baru (Zhang & Zhu, 2022). Media sosial dapat memediasi hubungan antara intuisi kewirausahaan dan niat berwirausaha digital (Wibowo et al, 2023). Media sosial memungkinkan para pengguna untuk dapat dengan mudah berpartisipasi dengan pengguna lain, berbagi informasi atau berita yang sedang hangat diperbincangkan, selain itu kehadiran media sosial di dalam perekonomian membantu ekonomi kreatif yang saat ini mulai berkembang (Cecilia Azhara Ayuningtyas, 2023).

Penelitian ini secara spesifik difokuskan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. SMK merupakan satuan pendidikan yang secara eksplisit menyiapkan peserta didik untuk langsung terjun ke dunia kerja. Langkah awal dalam menyiapkan calon wirausaha yaitu bagaimana menanamkan minat berwirausaha melalui pendidikan (Saputro et al., 2022). Edukasi merupakan salah satu komponen fundamental dalam optimalisasi kualitas dari sumber daya manusia dalam perkembangan ekonomi suatu negara (Frederich et al, 2023). Pembelajaran kewirausahaan dianggap sebagai cara efektif untuk merangsang keterampilan terkait kewirausahaan dan mengembangkan niat berwirausaha (Fan et al., 2024; Feola et al., 2024; Martínez-Gregorio et al., 2021). Dengan meningkatnya jumlah individu yang memiliki niat berwirausaha melalui pembelajaran kewirausahaan, peluang kerja akan lebih tinggi (Wardana et al, 2020). Namun mengubah pola pikir masyarakat menuju kewirausahaan merupakan tantangan bagi hampir semua negara (Shah et al, 2020). Salah satu model pendidikan yang relevan dalam mengantisipasi era Society 5.0 adalah pendidikan kecakapan vokasional, yang berkontribusi dalam memfasilitasi peserta didik mengembangkan potensi kejurumannya untuk mengintensifkan spirit *entrepreneurial* dan kemandirian dalam menghadapi serta memperoleh kesempatan kerja (Masnu'ah et al., 2023). Kecakapan vokasional merupakan salah satu bentuk kecakapan atau kompetensi yang berkorelasi dengan domain pekerjaan spesifik yang eksis dalam konteks masyarakat (Suriswo, 2023). Siswa yang

mempunyai kompetensi kecakapan vokasional yang mumpuni dapat memanfaatkan kesempatan dan mengembangkan minat di industri wirausaha. Jika hal ini dapat tercapai, ketergantungan pada pencarian lapangan pekerjaan dapat mereduksi angka pengangguran, sehingga berkontribusi pada peningkatan produktivitas nasional secara gradual (Fitriah et al, 2021).

Studi ini tidak hanya memeriksa satu atau dua faktor, tetapi menggabungkan faktor teknologi (literasi digital dan media sosial), pendidikan (pembelajaran kewirausahaan), serta keterampilan praktis (kecakapan vokasional) dalam satu model analisis menyeluruh. Selain itu penelitian ini mengambil subjek pada jurusan tata busana, yang merupakan bidang keahlian yang memiliki potensi besar dalam ekonomi kreatif terutama dalam konteks lokal di Kabupaten Sleman. Dengan menyoroti karakteristik khas Generasi Z sebagai digital *natives*, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana generasi muda saat ini merespon peluang kewirausahaan berbasis teknologi yang menjadi dasar penting dalam merancang strategi pendidikan vokasional masa depan. Selain itu studi ini dapat berkontribusi pada pengembangan model pembelajaran dan kebijakan pendidikan yang lebih adaptif terhadap tantangan era digital dan kebutuhan dunia kerja, khususnya dalam mendukung transformasi lulusan SMK dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja.

Berdasarkan elaborasi tersebut, studi ini akan memfokuskan pada determinan-determinan yang mempengaruhi minat berwirausaha peserta didik SMK Tata Busana Kelas XII di Kabupaten Sleman. Terdapat berbagai faktor yang berperan dalam mempengaruhi minat berwirausaha seseorang, dan studi ini akan berfokus pada beberapa faktor yaitu literasi digital, sosial media, pembelajaran kewirausahaan, dan kecakapan vokasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan *ex-post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menyebarkan instrumen kuesioner kepada responden. Angket berbentuk *google form* serta angket cetak dan dilanjutkan dengan meminta responden menanggapi secara persepsional yang bertujuan mendapatkan informasi yang sesuai dengan masalah studi yang dikaji. Studi ini menggunakan angket tertutup dan terbuka yang isinya merupakan pernyataan dan pada angket tertutup menggunakan skala likert yang menyediakan 4 (empat) pilihan jawaban. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik *cluster sampling*, dimana masing-masing kecamatan di Kabupaten Sleman diwakili 1 SMK Tata Busana. Selanjutnya penentuan sampel dengan *proportionate random sampling*, sampel dipilih secara acak dan besar sampling ditetapkan menggunakan rumus Slovin sehingga didapatkan 161 sampel.

Studi ini menggunakan data primer yang bersumber dari skor total angket mengenai persepsi siswa tentang literasi digital, media sosial, pembelajaran kewirausahaan, kecakapan vokasional, dan minat berwirausaha. Proses dalam mengumpulkan data mengimplementasikan instrumen kuesioner yang telah melalui uji validitas serta reliabilitas, yaitu: angket literasi digital, media sosial, pembelajaran kewirausahaan, kecakapan vokasional, dan minat berwirausaha yang diberikan kepada siswa tata busana di Kabupaten Sleman. Analisis statistik menggunakan teknik regresi linier berganda, diawali dengan pengujian prasyarat yakni uji

normalitas, linearitas, dan multikolinieritas. Perangkat lunak SPSS versi 26 digunakan sebagai alat untuk menganalisis data statistik.

HASIL PENELITIAN

Temuan penelitian mencakup uji prasyarat analisis serta pengujian terhadap hipotesis.

Uji prasyarat

1. Uji Normalitas

Tujuan pengujian normalitas yaitu mencari tahu data sampel berdistribusi normal atau tidak. Normalitas variabel dapat diketahui dari nilai signifikansi hasil uji. Ketika nilai signifikan $< \alpha (0,05)$ sehingga data tidak terdistribusi normal, namun jika nilai signifikan $> \alpha (0,05)$ maka data tersebut terdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		161
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.05192116
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.047
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, nilai signifikan sebesar 0,200 dimana lebih besar dari nilai 0,05, dapat dinyatakan bahwa distribusi data memenuhi kriteria normalitas, sehingga asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

2. Uji Linearitas

Pengujian linieritas bertujuan untuk menganalisis keterkaitan linear antara variabel terikat dan variabel bebas melalui evaluasi tingkat signifikansi. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi pada deviasi dari linearitas (*Deviation from Linearity*) memperlihatkan $p > 0,05$ demikian dapat dinyatakan berkualifikasi linearitas.

Tabel 2. Rangkuman hasil analisis pengujian linearitas

No	Variabel	<i>Sig. Deviation from Linearity</i>	Taraf Signifikansi	Kesimpulan
1	X1 - Y	0,08	0,05	Linier
2	X2 - Y	0,218	0,05	Linier
3	X3 - Y	0,579	0,05	Linier
4	X4 - Y	0,180	0,05	Linier

Data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara literasi digital terhadap minat berwirausaha, media sosial terhadap minat berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, dan kecakapan vokasional terhadap minat berwirausaha memiliki nilai signifikansi melebihi 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa terdapat korelasi linier antara variabel prediktor dan variabel dependen.

3. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan dalam mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel prediktor dalam model regresi berganda. Deteksi multikolinieritas dilakukan menggunakan uji *Variance Inflating Factor* (VIF). Kriteria yang digunakan adalah nilai toleransi harus lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF harus kurang dari 10 untuk mengindikasikan tidak adanya gejala multikolinieritas. Hasil pengujian tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3. Hasil uji multikolinearitas

Pasangan regresi		Toleransi	VIF
Variabel Prediktor	Variabel Terikat		
X1	Y	0,344	2,906
X2	Y	0,294	3,401
X3	Y	0,628	1,592
X4	Y	0,969	1,032

Uji multikolinieritas diatas mengindikasikan bahwa seluruh nilai toleransi berada diatas 0,1 serta nilai VIF berada dibawah 10. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak ditemukan adanya multikolonieritas antarvariabel bebas.

Uji Hipotesis Penelitian

Analisis data memerlukan serangkaian pengujian hipotesis untuk mengevaluasi hubungan antara literasi digital, media sosial, pembelajaran kewirausahaan, serta kecakapan vokasional pada minat berwirausaha siswa. Uji hipotesis pertama sampai keempat

mengaplikasikan pendekatan analisis regresi sederhana, namun untuk uji hipotesis kelima mengaplikasikan analisis regresi berganda. Hasil analisis dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 4. Analisis regresi sederhana

Variabel	Koef Reg	R	R ²	t hitung	t tabel	sig
Konstanta	17,777					
X1	0,653	0,667	0,444	11,277	1,65449	0,000
X2	0,603	0,672	0,452	11,445	1,65449	0,000
X3	0,456	0,426	0,181	5,934	1,65449	0,000
X4	0,058	0,054	0,003	0,679	1,65449	0,498

PEMBAHASAN

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi digital siswa (X1) memiliki kontribusi positif dan bermakna terhadap minat berwirausaha siswa (Y). kesimpulan ini didasarkan pada perbandingan nilai t hitung sebesar 11,277 yang melampaui t tabel (1,65449), serta tingkat signifikansi yang berada di bawah 0,05, mengindikasikan adanya hubungan yang bermakna antara literasi digital dan minat berwirausaha pada siswa SMK Tata Busana.

Temuan ini mendukung hasil studi sebelumnya oleh Haliza (2022) dan Ningsih & Wahyudi (2023), menegaskan peran literasi digital dalam menumbuhkan minat berwirausaha siswa. Pengaruh positif yang dihasilkan oleh literasi digital menggambarkan bahwa peningkatan kemampuan literasi digital siswa berbanding lurus dengan tingginya minat berwirausaha mereka. Seiring dengan semakin terdigitalisasinya dunia, kemampuan mengakses, memahami, dan memanfaatkan teknologi digital menjadi penting bagi individu dan masyarakat untuk berpartisipasi penuh dalam kehidupan ekonomi (Manzoor & Vimarlund, 2018). Dengan memiliki literasi digital yang baik, siswa dapat lebih mudah mencari referensi usaha, memahami strategi pemasaran berbasis digital, serta mengembangkan inovasi bisnis yang didukung dengan perkembangan teknologi. Hal ini mengindikasikan bahwa keterampilan digital bukan hanya mempermudah dalam menjalankan usaha, tetapi juga menjadi faktor penting dalam menumbuhkan ketertarikan dan motivasi seseorang untuk memulai usaha.

2. Hasil analisis statistik membuktikan bahwa variabel media sosial (X2) memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha siswa (Y). Bukti empiris memperlihatkan bahwa nilai t hitung 11,445 melebihi nilai t tabel (1,65449), dimana tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, menandakan adanya korelasi yang bermakna antara variabel media sosial terhadap minat berwirausaha siswa SMK tata busana.

Banyak siswa menggunakan sosial media untuk mencari informasi, baik itu terkait pembelajaran, motivasi, referensi atau inspirasi dan hiburan. Konten-konten pendek atau panjang terkait wirausaha, pembelajaran busana, dan tren terkini merupakan salah satu hal dari media sosial yang dapat menjadi inspirasi bagi siswa sebagai motivasi dalam menumbuhkan minat berwirausaha mereka. Sejalan dengan pernyataan (Afiyati et al, 2022), dimana dinyatakan bahwa adanya media sosial dipercaya dapat mendukung seseorang menjadi wirausahawan karena penyebaran informasi dianggap cepat dan mudah.

Dalam era digital saat ini, banyak calon wirausahawan menggunakan media sosial sebagai sarana utama dalam *self branding*, komunikasi, membangun *brand*, memasarkan produk, dan menjangkau pelanggan potensial. Seiring berjalannya waktu, daya tarik konten-konten pengguna sosial media mengumpulkan banyak pengikut dan menciptakan peluang kewirausahaan (Ashman et al., 2018). Pengguna media sosial lebih memiliki kecenderungan untuk berwirausaha karena lebih cepat mengetahui peluang bisnis yang sedang berkembang. Dengan berbagai fitur, media sosial memberikan kesempatan kepada seseorang untuk mengawali usaha dengan modal yang lebih terjangkau dan resiko yang lebih rendah, hal ini semakin memperkuat peran media sosial dalam meningkatkan minat siswa untuk berwirausaha.

3. Pembelajaran kewirausahaan (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa (Y). Evidensi statistik menunjukkan bahwa nilai t hitung (5,934) melampaui nilai t tabel (1,65449) dengan nilai signifikansi di bawah 0,05, mengkonfirmasi adanya korelasi yang bermakna antara pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

(Sofwan et al, 2024) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh melalui pengalaman langsung maupun tidak langsung. Pembelajaran kewirausahaan yang mencakup teori bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan, serta pengalaman langsung dalam menjalankan usaha daln lain sebagainya memberikan wawasan yang lebih luas dan meningkatkan kepercayaan diri siswa untuk berwirausaha. Dengan demikian, semakin banyak siswa yang memperoleh pemahaman dan keterampilan kewirausahaan yang baik, semakin besar pula ketertarikan mereka untuk menekuni bidang usaha setelah siswa menyelesaikan pendidikan. Metode pembelajaran kewirausahaan yang berbasis pengalaman, seperti pameran, proyek bisnis sekolah, dan simulasi usaha memiliki dampak positif dalam mengembangkan minat siswa untuk membangun usaha. Dimana siswa berkesempatan untuk merasakan langsung bagaimana menjalankan bisnis akan lebih termotivasi dan memahami potensi yang bisa mereka kembangkan dan dunia usaha. Oleh karena itu, pendekatan pembelajaran yang lebih aplikatif menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa.

4. Kecakapan vokasional (X4) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Temuan ini didasarkan pada nilai t hitung (0,679) berada di bawah t tabel (1,65449) dengan tingkat signifikansi melebihi 0,05, mengindikasikan tidak adanya hubungan yang bermakna antara kecakapan vokasional dan minat berwirausaha siswa

SMK tata busana. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun siswa telah mendapatkan banyak materi praktik maupun teori dalam bidang tata busana, hal tersebut belum cukup membangun keinginan untuk terjun langsung menjadi wirausahawan. Salah satu penyebabnya adalah rasa lelah dan kejenuhan akibat padatnya aktivitas praktik yang terkadang justru menguras tenaga dan pikiran. Bagi sebagian siswa, semakin banyak belajar dan berlatih, justru semakin membuat mereka menyadari tantangan dan kesulitan yang ada, sehingga minat untuk berwirausaha perlahan memudar. Selain itu, faktor psikologis seperti rasa takut gagal, kurangnya ilmu bisnis, dan minimnya pengalaman praktik turut memperlemah motivasi siswa. Siswa cenderung merasa tidak percaya diri dengan hasil keterampilan yang dihasilkan dan merasa belum mahir atau sempurna dalam menghasilkan produk busana yang layak jual, apalagi jika bersaing di pasar nyata. Keadaan ini mengakibatkan keraguan untuk memulai usaha, apalagi jika disertai dengan keterbatasan dana yang membuat semakin pesimis. Ketakutan akan risiko yang gagal menyebabkan siswa cenderung memilih jalan aman untuk bekerja kepada orang lain dibandingkan membangun usaha sendiri.

Faktor lain yang mempengaruhi adalah pola pembelajaran yang masih didominasi teori daripada praktik nyata. Meskipun pembelajaran vokasional menekankan ketrampilan, jika belum dibarengi dengan pengalaman nyata misalnya menjual produk, siswa kesulitan membangun kepercayaan diri dan mental wirausaha. Beberapa siswa menyatakan ketertarikan berwirausaha, tetapi masih belum yakin apakah bisnis di bidang tata busana akan menjadi pilihan yang aman dan menjanjikan di masa yang akan datang.

Hasil studi ini berlawanan dengan beberapa studi yang menyatakan bahwa kecakapan vokasional berdampak langsung terhadap minat berwirausaha siswa. sehingga, sekolah perlu melakukan inovasi pembelajaran yang lebih banyak yang menekankan pada simulasi bisnis, pameran hasil karya, dan praktik menjual secara langsung agar siswa tidak hanya mahir secara teknis, tetapi juga siap secara mental. Dengan demikian, di masa depan kecakapan vokasional yang dimiliki siswa tidak hanya menjadi keterampilan pasif, tetapi juga mampu mendorong lahirnya minat kuat untuk berwirausaha.

Tabel 5. Hasil analisis regresi berganda

	Koef Reg	R	R²	F hitung	F tabel	sig
Konstanta	13,305	0,705	0,496	38,447	2,43	0,000
X1	0,346					
X2	0,331					
X3	0,031					
X4	0,023					

5. Secara simultan, variabel literasi digital (X1), media sosial (X2), pembelajaran kewirausahaan (X3), dan kecakapan vokasional (X4) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Nilai F hitung yaitu sebesar 38,447 melampaui F tabel (2,43) dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, membuktikan adanya pengaruh simultan yang bermakna dari keempat variabel bebas tersebut terhadap minat berwirausaha siswa SMK tata busana.

Literasi digital dan media sosial terbukti menjadi aspek penting dalam mendukung tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan siswa. Akses terhadap informasi yang luas, kemampuan dalam menggunakan teknologi digital secara produktif, serta paparan terhadap konten inspiratif dari pelaku usaha di media sosial, secara tidak langsung membentuk pola pikir dan motivasi kewirausahaan yang lebih progresif. Pemanfaatan media sosial tidak hanya mendorong kreativitas, tetapi juga memberi peluang nyata dalam mengenal dunia bisnis secara lebih dekat dan personal. Selain itu, pembelajaran kewirausahaan yang terintegrasi dalam kurikulum serta kecakapan vokasional yang diperoleh selama proses pendidikan turut memperkuat kesiapan siswa dalam menghadapi dunia usaha. Peserta didik bukan hanya dibekali ilmu teoritis, namun juga kompetensi praktis yang sesuai dengan bidang keahlian mereka. Kombinasi dari pemahaman konseptual, keterampilan teknis, serta pemanfaatan media digital menjadi jalan untuk menumbuhkan minat dan potensi berwirausaha siswa.

KESIMPULAN

Studi ini menganalisis 4 variabel prediktor dan satu variabel terpengaruh. Variabel prediktor meliputi literasi digital, media sosial, pembelajaran kewirausahaan, dan kecakapan vokasional sedangkan variabel terikatnya adalah minat berwirausaha siswa SMK tata busana. Kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh keempat variabel bebas terhadap minat berwirausaha dapat diuraikan sebagai berikut: (1) Literasi digital menunjukkan pengaruh signifikan pada minat berwirausaha, dimana variabel literasi digital mampu menjelaskan varians minat berwirausaha sebesar 44,4%. (2) Media sosial menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dimana variabel media sosial berkontribusi dalam menjelaskan varians minat berwirausaha sebesar 45,2%. (3) Pembelajaran kewirausahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dimana variabel pembelajaran kewirausahaan dapat menjelaskan varians minat berwirausaha sebesar 18,1%. (4) kecakapan vokasional tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, yang mana variabel kecakapan vokasional hanya mampu menjelaskan varians minat berwirausaha sebesar 0,3%. (5) Secara simultan, keempat variabel prediktor menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dimana variabel prediktor mampu menjelaskan varians minat berwirausaha sebesar 49,6%. Diharapkan, studi lanjutan dapat memperluas atau menambahkan variabel lain yang lebih beragam berupa variabel internal dan variabel eksternal lainnya dan dapat menggali secara mendalam berbagai faktor yang mempengaruhi kecakapan vokasional siswa serta menghubungkannya dengan aspek minat berwirausaha, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keterkaitan antara kompetensi vokasional dan kecenderungan siswa untuk terjun ke dunia wirausaha.

DAFTAR RUJUKAN

- Afiyati, L. S., Jarot Tri, W., & Santoso. (2022). Self Efficacy Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Teaching Factory, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Lintang. *Business and Accounting Education Journal*, 3(3), 347–363. <https://doi.org/10.15294/baej.v3i3.57080>
- Alimuddin, A. (2021). Penggunaan Internet Dan Peluang Berwirausaha Di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 26(2), 112. <https://doi.org/10.20961/jkb.v26i2.50913>
- Ashman, R., Patterson, A., & Brown, S. (2018). ‘Don’t forget to like, share and subscribe’: Digital autopreneurs in a neoliberal world. *Journal of Business Research*, 92(January 2017), 474–483. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.055>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Berita Resmi Statistik: Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2023. *Badan Pusat Statistik*, 11(84), 1–28.
- Budiarti, K. W., Maslichah, & Rudiningtyas, D. A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Family Environment, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *E. Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(02), 330–338.
- Cecilia Azhara Ayuningtiyas. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Ekonomi Kreatif Untuk Menciptakan Ide Bisnis Bagi Para Wirausahawan Muda. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(1), 215–224. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i1.176>
- Ehub, A. (2023). *Kemenkop UKM Ingin Lahirkan Wirausaha Andal Lewat Entrepreneur Hub*. Kemenkop UKM. <https://ehub.kemenkopukm.go.id/news/kemenkop-ukm-ingin-lahirkan-wirausaha-andal-lewat-entrepreneur-hub>
- Fan, J., Hu, J., & Wang, J. (2024). Heliyon How entrepreneurship education affects college students ’ entrepreneurial intention : Samples from China. *Heliyon*, 10(10), e30776. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30776>
- Feola, R., Crudele, C., & Celenta, R. (2024). Developing cross-cultural competence in entrepreneurship education: What is the role of the university. *International Journal of Management Education*, 22(3), 101055. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101055>
- Fitriah, H., Darmawan, D., Faturohman, N., Non, P., Fakultas, F., Dan, K., Pendidikan, I., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2021). Hubungan Kecakapan Vokasional Khusus Dengan Kesiapan Kerja Peserta Pelatihan Tata Boga. *Jurnal Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah*, 6(1), 63–71.
- Frederich, R., Nurhayati, & Purba, S. F. (2023). Peranan Pendidikan Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(1), 123–136. <https://doi.org/10.35760/eb.2023.v28i1.7227>
- Gu, W., & Wang, J. (2022). Research on index construction of sustainable entrepreneurship and its impact on economic growth. *Journal of Business Research*, 142(May 2021), 266–276. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.060>
- Haliza, N. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2017. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(2), 172–186. <http://ijebef.esc-id.org/index.php/home/article/view/68%0Ahttp://ijebef.esc-id.org/index.php/home/article/download/68/48>
- Hisanan, H., Mahmuddin, M., & Wati, F. W. (2024). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 721–728.
- Laka, L., Darmansyah, R., Judijanto, L., Foera-era Lase, J., Haluti, F., Kuswanti, F., & Kalip.

- (2024). *Pendidikan Karakter Gen Z di Era Digital*. 132. https://books.google.co.id/books/about/Pendidikan_Karakter_Gen_Z_di_Era_Digital.html?id=seH8EAAAQBAJ&redir_esc=y
- Manzoor, M., & Vimarlund, V. (2018). Digital technologies for social inclusion of individuals with disabilities. *Health and Technology*, 8(5), 377–390. <https://doi.org/10.1007/s12553-018-0239-1>
- Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a meta-analysis. *International Journal of Management Education*, 19(3), 100545. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100545>
- Masnu'ah, S., Idi, A., & Wigati, I. (2023). Strategi Program Vocational Skill untuk Mengembangkan Kewirausahaan Santri. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 207–219. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i2.406>
- Ningsih, R. S., & Wahyudi, H. D. (2023). Pengaruh Karakter Entrepreneur, Literasi Digital, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Pawyatan Daha 1 Kediri. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 69–84. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v8n1.p69-84>
- Perlines, F. H., Ariza-Montes, A., & Blanco-González-Tejero, C. (2022). Intrapreneurship research: A comprehensive literature review. *Journal of Business Research*, 153(September 2022), 428–444. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.08.015>
- Rahman, R. (2024). Pengaruh Literasi Digital, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Kompetensi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis Digital. *Edunomics Journal*, 5(1), 126–138. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/14643%0Ahttps://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/download/14643/6076>
- Saputro, W. E., Adi, B. W., & Totalia, S. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Need for Achievement, Dan Internal Locus of Control Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 1 Sukoharjo. *Oikos : Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 11–29. <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i1.6229>
- Shah, I. A., Amjed, S., & Jaboo, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40008-020-00195-4>
- Sofwan, M., Sholeh, M., Romadhona, U., Damayanti, G., Putra, R. A., & Adi, H. K. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Guru dan Sekolah Dasar Univeritas Jambi*. 12(2), 761–778.
- Suriswo. (2023). Pengembangan Model Pembelajaran Kecakapan Hidup (Life Skill). In *Badan Penerbit Universitas Pancasakti Tegal*. http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR._PEND._BHS._DAN_SASTRA_INDONESIA/196407071989012-ISAH_CAHYANI/16._ABSTRAK_MALAYSIA.pdf
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, Sebayang, K. D. A., Mukhtar, S., & Shafiai, M. H. M. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences and Humanities Open*, 8(1), 100681. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681>
- Zhang, F., & Zhu, L. (2022). Promoting business model innovation through social media strategic capability: A moderated mediation model. *European Management Journal*, 40(1), 56–66. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.02.003>