

Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Sosial untuk Membangun Jiwa Kewirausahaan Siswa SMK

Ima Heni Hanifah¹, Dian Hidayati², Achadi Budi Santoso³, Widodo⁴

^{1,2,3,4}Magister Manajemen Pendidikan, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia
Jl. Pramuka No.42. Pandeyan, Umbul Harjo, Yogyakarta

Email : 2207046018@webmail.uad.ac.id, dian.hidayati@mp.uad.ac.id, budi.santosa@mp.uad.ac.id, widodo@mp.uad.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial untuk menumbuhkan minat berwirausaha siswa kelas XI dan XII SMK Muhammadiyah 4 Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dimana 10 informan yang telah memiliki media sosial diwawancarai dengan menggunakan teknik sampling, observasi dan triangulasi yang tepat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa, media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan minat siswa untuk berwirausaha yaitu sebagai sarana promosi dan exit point penjualan online, dimana tidak harus bertemu langsung dengan konsumen. Dengan menggunakan jejaring sosial, siswa tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk menyewa toko atau outlet dan membuat brosur. Namun minat atau minat siswa dalam berwirausaha masih perlu ditingkatkan dan dilatih kembali. Karena siswa masih merasa kurang percaya diri, kurangnya kreatifitas, belum memiliki punya modal, dan takut mengambil resiko rugi dalam suatu usaha. Cara mengatasinya adalah dengan mengoptimalkan pengelolaan dan pemanfaatan media sosial mereka dengan maksimal. Jika siswa mempunyai banyak followers, maka produk yang akan dijual kemungkinan besar akan banyak pembeli. Sehingga media sosial dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan minat berwirausaha para siswa khususnya kelas XI dan kelas XII SMK Muhammadiyah 4 Yogyakarta.

Kata Kunci: Jiwa Kewirausahaan, Media Sosial, SMK

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the role of social media in fostering interest in entrepreneurship in class XI and XII students of SMK Muhammadiyah 4 Yogyakarta. The method used is a qualitative descriptive study where 10 informants who already have social media are interviewed using appropriate sampling and triangulation techniques. The results of the interviews show that social media has a very important role in increasing student interest in entrepreneurship, namely as a means of promotion and online sales exit points, where you do not have to meet directly with consumers. By using social networks, students do not need to spend a lot of money to rent an apartment and make flyers. However, students' interest or interest in entrepreneurship still needs to be improved and retrained. Because students feel less confident, less creative, do not have capital and do not dare to take the risk of loss in a company. The way to overcome this is to maximize their use of social media. If students have a lot of followers, then the products to be sold are likely to have many buyers. So that social media can increase student interest in entrepreneurship, especially classes XI and XII at SMK Muhammadiyah 4 Yogyakarta.

Keywords: Enterpreneurship, Social Media, Vocational School

1. PENDAHULUAN

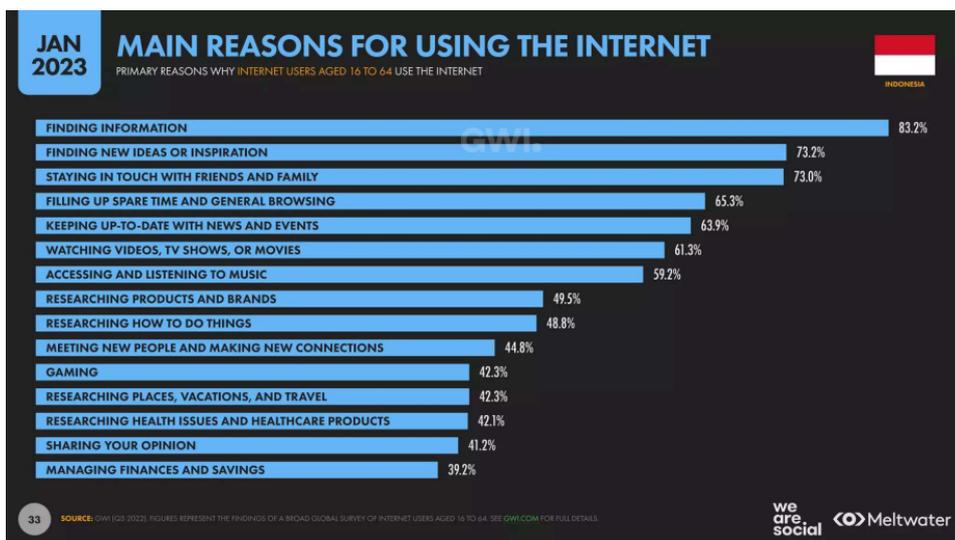
Perkembangan teknologi terjadi sangat pesat, dan pada saat ini telah memasuki era 4.0. era yang memaksa hamper semua lini kehidupan dilaksanakan secara online dengan memanfaatkan internet. Internet sebagai media pertukaran dan pencarian informasi yang sangat populer dan digemari oleh masyarakat saat ini, terutamanya adalah generasi milenial (Cania &

Heryani, 2020). Perubahan yang sangat signifikan ini mengakibatkan internet menjadi salah satu kebutuhan utama sehari-hari. Dan karena Indonesia adalah salah satu negara terpadat di dunia, pertumbuhan pengguna internet juga menjadi semakin penting. Datareportal.com memberikan informasi terkini mengenai jumlah dari pengguna internet di Indonesia yang tumbuh signifikan, dan diperkirakan mencapai 215 juta pengguna internet pada tahun 2023, dalam laporan “Digital 2023 Indonesia”. Menurut studi pengguna internet Indonesia hasil survei We Are Social Hootsuite yang diterbitkan pada Januari 2023 menunjukkan bahwa di Indonesia jumlah pengguna internet telah mencapai 212 juta atau 77 persen dari total penduduk Indonesia. Selain itu, hasil data riset Hootsuite We are Social menunjukkan ada 167 juta penduduk Indonesia yang aktif sebagai pengguna media sosial atau 60,4%. Di bawah ini kami sajikan data dari hasil survei We are Social Hootsuite :



Gambar 1 Pengguna Sosial Media di Indonesia
Sumber : andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023

Di Indonesia dengan prosentase pengguna media sosial yang begitu tinggi, namun banyak penduduk Indonesia yang memanfaatkan media sosial hanya sekedar untuk saling bertukar informasi dengan teman atau saudara, hanya sekedar mengisi di waktu luang bahkan ada yang memanfaatkan media sosial hanya sekedar untuk mengetahui apa yang sedang dibicarakan orang lain atau sedang menjadi trending topik. hal tersebut sesuai dengan hasil survei dari We are Social Hootsuite seperti dibawah ini:



Gambar 2 Pengguna Sosial Media di Indonesia

Dari sekian banyaknya pengguna media sosial ada juga yang menggunakan media sosial untuk mencari barang yang ingin mereka beli, oleh karena itu hal tersebut dapat dijadikan peluang untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan barang ataupun produk yang kita miliki. Dengan memanfaatkan media sosial diharapkan barang atau produk yang ditawarkan akan mempunyai nilai lebih pada saat di tampilkan pada akun media sosial yang digunakan oleh pengikutnya. Para influencer banyak yang memanfaatkan media sosial mereka untuk membantu mempromosikan barang ataupun produk mereka sendiri maupun produk orang lain. Sehingga akun media sosial dengan followers yang banyak memiliki peluang yang lebih banyak untuk menarik konsumen membeli barang atau produk yang mereka promosikan di media sosial. Sehingga semakin berjalanya waktu para wirausaha menyadari bahwa media sosial menjadi salah satu sarana yang dapat maksimalkan pemanfaatannya untuk membantu memasarkan produk-produknya dan dapat juga dimanfaatkan untuk menemukan peluang bisnis baru melalui media sosial tersebut.

(Ervina Indoworo, n.d.) menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan mengumpulkan dan meberdayakan segala sesuatu yang dimiliki. Dalam berbisnis, hendaknya terlebih dahulu mempunyai minat berbisnis, karena dengan memiliki minat, seseorang dapat melakukan sesuatu hal secara maksimal. Dengan adanya minat pada diri seseorang, maka orang tersebut akan melakukan perencanaan yang optimal usaha yang akan dia mulai dari awal pembukaan usaha sampai pada masa yang akan datang (Cania & Heryani, 2020). Pada saat akan memulai sebuah usaha seseorang perlu mulai merubah cara berpikir didalam menjalankan usaha yang akan dijalankan, yaitu dengan cara memanfaatkan peluang dan memanfaatkan teknologi untuk menjalankan usahanya.

(Muladi & Staf Pengajar, 2011) menjelaskan bahwa wirausaha adalah mereka yang mampu melaksanakan aktualisasi dari sisi potensial yang dimiliki secara terarah dan berkelanjutan. Kewirausahaan merupakan semangat, sikap dan perilaku seseorang yang mampu mengelola usahanya atau kegiatan yang mengarah pada upaya menemukan cara, teknologi, benda dan produk yang baru dengan meningkatkan efisiensi pelayanan yang lebih baik dan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

Berdasarkan observasi awal siswa di SMK tempat penelitian, mereka adalah pengguna aktif berbagai media sosial. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti menemukan bahwa minat berbisnis pada siswa masih rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurang percaya diri, belum memiliki modal, kurangnya kreatifitas, dan kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan.

Oleh karena itu, peneliti memandang dari beberapa penelitian terdahulu adalah fokus pada pemanfaatan media sosial untuk berpromosi. Disini peneliti mencoba mengambil sudut pandang yang berbeda yaitu pengelolaan dan pemanfaatan sosial media untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini berjumlah 10 siswa kelas XI dan XII. Subjek penelitian ini adalah media sosial siswa berupa Instagram, Whatsap, dan Tiktok. Item ini dipilih karena siswa banyak yang memanfaatkan media sosial tersebut. Guru dan siswa SMK Muhammadiyah 4 Yogyakarta menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk yang dihasilkan siswa. Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan teknik wawancara.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti melakukan observasi terhadap subjek penelitian. Penulis melakukan observasi pada akun media sosial siswa yang akan digunakan

sebagai bahan diskusi dalam wawancara siswa sebagai narasumber. Wawancara yang dilakukan dengan tanya jawab, yaitu terjadi percakapan diantara peneliti dengan objek yang akan diteliti (narasumber). Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini adalah siswa yang sudah memanfaatkan media sosial untuk pengembangan potensi jiwa kewirausahaan. Wawancara dilakukan dan kemudian didokumentasikan baik melalui catatan, di rekam maupun gambar. Penulis mendokumentasikan berupa foto dan video produk kewirausahaan yang diunggah ke akun media sosial.

Untuk menjawab pertanyaan dari penelitian digunakan Teknik analisis data dengan menggunakan

- a. Reduksi data, yaitu pengumpulan data, memilih data, menentukan hal yang penting, mencari tema dan polanya, dan menghilangkan data yang tidak dibutuhkan.
- b. Penyajian data, yaitu data disajikan dengan bentuk uraian atau gambaran yang jelas dan sederhana, serta menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di SMK Muhammadiyah 4 Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi untuk beberapa informan yang berkaitan langsung dengan masalah minat kewirausahaan siswa SMK. Terdapat 10 Narasumber yang berhasil diwawancarai oleh peneliti, yaitu siswa kelas XI dan XII. Data informan yang berhasil diwawancarai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar Informan

No	Inisial Nama	Jenis Sosial Media	Kelas
1	FLW	Instagram, Whatsap	XI
2	UH	Instagram, Whatsap	XI
3	AHAR	Instagram, Whatsap, Tiktok	XI
4	IJK	Instagram	XI
5	CAN	Instagram, Tiktok, Whatsap	XI
6	DY	Instagram, Whatsap	XII
7	AFW	Instagram, Whatsap	XII
8	VFY	Instagram, Tiktok, Whatsap	XII
9	NIN	Instagram, Tiktok, Whatsap	XII
10	KIN	Whatsap	XII

Setelah dilaksanakan proses wawancara kepada para informan maka semua data hasil penelitian diuraikan dengan focus pertanyaan sebagai berikut :

Minat Berwirausaha

Dari jawaban para informan dapat disimpulkan bahwa dalam memulai sebuah usaha atau berwirausaha yang pertama kali dibutuhkan adalah memiliki minat terlebih dahulu, karena minat tidak dapat dipaksakan dan dapat timbul sendiri. Minat tersebut yang pada akhirnya dapat menjadi motivasi siswa untuk melakukan sesuatu yang diminatinya. Sedangkan jika tidak ada minat maka usaha yang dilaksanakan tidak bisa berjalan secara optimal dan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang lama dalam menjalankan usahanya.

Minat berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 4 Yogyakarta

Berdasarkan jawaban dari informan, mayoritas siswa memiliki minat berwirausaha yang cukup tinggi, sehingga mereka memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada seperti

berjualan didalam kelas, berjualan dilingkungan sekolah, berjualan dilingkungan tempat tinggal, bahkan beberapa sudah memasarkan produknya secara luas menggunakan sosial media yang mereka miliki.

Penyebab kurangnya minat berwirausaha siswa SMK.

Berdasarkan jawaban dari informan, disimpulkan penyebab dari masih kurang minat siswa untuk berwirausaha adalah kurang percaya diri, belum memiliki modal, kurangnya kreatifitas, serta kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan.

Minat berwirausaha informan

Dari data yang dikumpulkan 10 informan yang berhasil diwawancarai, 9 siswa memiliki minat berwirausaha. Hal tersebut tentunya dapat menjadi gambaran bahwa tidak akan sulit bagi siswa untuk memulai sebuah usaha karena telah memiliki minat.

Alasan informan berminat untuk berwirausaha

Hasil dari wawancara kepada informan, dapat disimpulkan bahwa, mereka menganggap dengan berwirausaha mereka akan menjadi pribadi yang mandiri, berkembang dan menciptakan peluang untuk menjadi orang yang sukses.

Keberanian siswa untuk berwirausaha.

Setelah tumbuhnya minat dalam diri siswa, kemudian harus wujudkan dengan meberanikan membuka usaha sendiri. Keberanian menjadi kunci utama untuk dapat melangkah dan memulai sebuah usaha, Dari wawancara yang dilakuakn dapat disimpulkan bahwa 7 siswa dari 10 siswa sudah berani untuk memulai membuka usahanya sendiri.

Alasan siswa berani atau tidak untuk berwirausaha.

Berdasarkan informasi yang didapatkan setelah proses wawancara, didapatkan kesimpulan bahwa mereka yang sudah berani membuka usahanya sendiri mencoba mempraktikan dengan berjualan baju muslim, hijab, pernak Pernik remaja, makanan ringan, makanan kekenian dan mempromosikan serta memasarkan secara online melalui media sosial, sehingga siswa sudah terbiasa berwirausaha. Sedangkan siswa yang belum berani memulai berwirausaha menyatakan masih kurang percaya diri, tidak memiliki modal dan adanya ketakutan bahwa produknya tidak ada yang membeli. Kurangnya koneksi atau jaringan juga menjadi kendala dalam memasarkan produk mereka, sehingga mereka takut usaha tidak dapat berjalan dan tidak berkelanjutan.

Media sosial yang digunakan

Setelah melakukan proses wawancara, media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh siswa dalam mempromosikan dan memasarkan produk siswa adalah melalui media sosial instagram dan whatsapp. Menurut para informan 2 media sosial tersebut yang paling mudah digunakan dan jaringanya cukup luas.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari (Andrie Wijaya et al., 2022) yang menyatakan bahwa ada dampak dari pemanfaatan media sosial dalam pelajaran kewirausahaan terhadap minat wirausaha siswa. Sama halnya dengan hasil penelitian dari (Nurfauzi et al., n.d.) yang juga menyatakan bahwa media sosial utamanya isntgram memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK.

Berdasarkan data hasil lapangan yang dikumpulkan melalui wawancara terkait dengan pemanfaatan media sosial untuk menumbuhkan jiwa keirausahaan. Ditemukan bahwa hampir semua siswa SMK sudah memiliki media sosial, dan bahkan beberapa siswa sudah memiliki akun media sosial kusus yang digunakan untuk memasarkan produk yang mereka miliki. Hal itu dapat membuktikan bahwa minat dan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK sudah mulai

tumbuh, hanya saja masih banyak siswa yang belum tahu bagaimana memulai sebuah usaha baru. Beberapa siswa menyampaikan bahwa mereka memiliki keinginan yang besar untuk berwirausaha, hanya saja masih banyak yang tidak berani memulai usaha mereka dengan beberapa alasan seperti tidak memiliki modal, takut tidak laku, tidak tahu cara mempromosikan dan memasarkan dan kurangnya pengetahuan tentang bagaimana berwirausaha.

Potensi media sosial yang sangat diminati oleh masyarakat khususnya adalah para generasi muda, hal ini ditangkap menjadi sebuah peluang yang sangat bagus oleh para siswa untuk memanfaatkan sosial media dalam memulai usaha mereka. Langkah awal memulai sebuah usaha melalui media sosial tentunya dengan mengenali dan memastikan target pasar dengan baik. Oleh karena itu media sosial dapat dioptimalkan pemanfaatannya untuk membantu usaha yang sedang dijalankan dalam hal :

1. Meningkatkan citra baik produk, sebuah produk yang diunggah di media sosial, apalagi oleh akun yang diikuti oleh banyak orang akan semakin dikenal keberadaannya.
2. Mempelajari strategi kompetitor, dengan aktif di media sosial kita bisa mengetahui, strategi apa yang dijalankan oleh kompetitor.
3. Mendapatkan feedback, melalui media sosial bisa terlibat langsung bagaimana calon konsumen menanggapi produk-produk yang di unggah di media sosial. Misalnya dengan memberikan like atau memfollow akun media sosial oleh konsumen.
4. Menciptakan konten yang menarik, dengan dibuatnya konten yang menarik konsumen akan tertarik dan kemudian tergerak untuk membeli.
5. Menjadwalkan waktu penting, dalam sosial media juga dapat mengatur waktu yang pas untuk mengenalkan produk atau memposting produk dengan melihat kapan orang-orang aktif di media sosial.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan, pengolahan, interpretasi data, peneliti menyimpulkan bahwa minat wirausahaan siswa masih perlu ditingkatkan dan dilatih. Hal itu disebabkan oleh siswa yang merasa kurang percaya diri, kurang kreatifitasnya, belum meliki modal, tidak berani untuk mengambil resiko kerugian dari sebuah usaha, serta kurangnya pengetahuan tentang berwirausaha. Namun hal ini dapat dibantu dengan memanfaatkan sosial media yang dimiliki oleh para siswa. Apabila siswa memiliki akun media sosial yang sudah diikuti oleh banyak followers maka kemungkinan besar, produk yang ditawarkan atau dijual akan semakin banyak yang peminat dan pemembelinya. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat baik dalam meningkatkan minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrie Wijaya, S., Neviyani, N., & Masari, E. N. (2022). Dampak Pembelajaran Kewirausahaan, Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Trunojoyo Jember. *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan*, 13(2), 36–41. [https://doi.org/10.25299/perspektif.2022.vol13\(2\).10443](https://doi.org/10.25299/perspektif.2022.vol13(2).10443)
- Anwar, Muhammad.(2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori Dan Aplikasi*. Cet. Pertama. Jakarta : Kencana.
- Ardella, A. M. P. (2015) *Pemanfaatan Media Sosial Oleh Senyum Community Sebagai Persuasi Cyber Social Enterprise*. *Journal UMS*.
- Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di Smk Plus Pelita Nusantara. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 91. <https://doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7562>
- Daryanto. (2012). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta : Gava Media.

- Djaali. (2013). Psikologi Pendidikan. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hartanti. 2008. Manajemen Pengembangan Kewirausahaan (Entrepreneurship) Siswa SMK 4 Yogyakarta. Tesis Magister Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hendro, M.M (2011). Dasar-Dasar Kewirausahaan : Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis. Jakarta : Erlangga.
- Indoworo, Hawik. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. Jurnal Informatika UPGRIS. Vol 2 No. 1 (2016).
- Koranti, Kosmi. (2013). Analisa Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha. Jurnal Psikologi Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil Bandung. ISSN 1858-2559 Vol. 5.
- Nasution, A.H., dkk. (2007). Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswi Purwakarta. Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 7(2), 87-94.
- Prasetyani, Yekti. yekti(2008). Pengaruh Kreativitas Kemandirian Siswa Dan Lingkungan Tempat Tinggal Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMK Muhammadiyah 2 Wonogiri. Laporan Penelitian UNY.
- Puntoadi, Danis. (2011). Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rahmadi, Afif Nur dan Budi Heryanto. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
- Siswadi, Yudi. (2013). Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. Jurnal Manajemen & Bisnis. ISSN 1693- 7619. Vol. 13 No. 01
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Suryana. 2006. Kewirausahaan. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat