ANALISIS MINAT BERBISNIS ONLINE PADA SISWA JURUSAN BISNIS DARING PEMASARAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN SWASTA (SMKS) KETINTANG SURABAYA

Naufal Febi Mahardika[1*], Septyan Budi Cahya[2]

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

*Coresponding Author: naufal.19039@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Meskipun jumlah penduduk Indonesia terus meningkat, lapangan pekerjaan yang tersedia masih belum mencukupi. Siswa SMK yang seharusnya disiapkan untuk dunia kerja ternyata masih menyumbang tingkat pengangguran terbuka yang tinggi di Indonesia. Adanya program studi Bisnis Daring Pemasaran dan perkembangan teknologi seharusnya menjadi faktor yang mendorong munculnya minat siswa dalam berbisnis dibidang non konvensional.Riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Kreativitas, dan Mental Berwirausaha terhadap Minat Berbisnis Online pada siswa SMK 1 Ketintang. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 94 siswa. Analisis yang digunakan yaiyu regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 25.0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial: 1) Mata Pelajaran Bisnis Online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berbisnis Online, 2) Kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berbisnis Online, 3) Mental Berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berbisnis Online. Begitu pula, secara simultan (bersama-sama), Mata Pelajaran Bisnis Online, Kreativitas, dan Mental Berwirausaha berpengaruh positif terhadap Minat Berbisnis Online.

Keywords: Kreativitas; Mata Pelajaran Bisnis Online; Mental Berwirausaha; Minat Berbisnis Online

Abstract

Even though Indonesia's population continues to increase, the available jobs are still not sufficient. SMK students who should be prepared for the world of work still contribute to the high open unemployment rate in Indonesia. The existence of the Marketing Online Business study program and technological developments should be factors that encourage students' interest in doing business online. The purpose of this study was to determine the effect of Online Business, Creativity, and Entrepreneurial Mental Subjects on Interest in Doing Business Online in SMK 1 Ketintang students. The sample in this study consisted of 94 students. The analysis used is multiple linear regression analysis using the SPSS 25.0 for Windows application. The test results show that partially: 1) Online Business Subjects have a positive and significant influence on Interest in Doing Online Business, 2) Creativity has a positive and significant influence on Interest in Doing Online Business, 3) Mental Entrepreneurship has a positive and significant influence on Interest in Doing Online Business. Likewise, simultaneously (together), Online Business Subjects, Creativity, and Entrepreneurial Mentality have a positive effect on Interest in Doing Business Online.

Keywords: Creativity; Enterpreneurial Mentality; Interest in Doing Bisnis Online; Online Business Subject

PENDAHULUAN

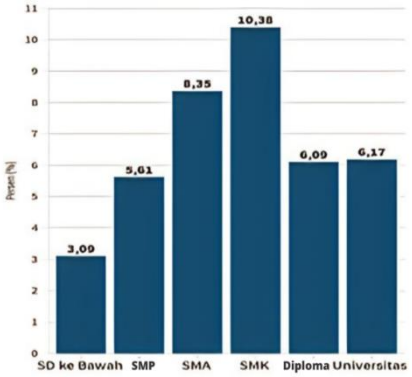
Jumlah penduduk Indonesia yang tinggi berbanding terbalik dengan kurangnya lapangan pekerjaan yang ada. Data oleh BPS tahun 2022 mencatat total jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa. Kondisi ini mendorong pemerintah untuk mendorong masyarakat untuk jangan mencari mengandalkan mencari kerja saja, tetapi juga sebagai pencipta lapangan pekerjaan. Masuk ke era 5.0 yang sedang berlangsung, tantangan dalam dunia kerja semakin banyak. Di era globalisasi saat ini, masyarakat Indonesia harus bersaing bukan hanya dengan sesama warga negara, tetapi juga dengan warga negara asing dalam mencari pekerjaan.

Kebijakan Masyarakat Ekonomi ASEAN telah meningkatkan persaingan di antara tenaga kerja, sehingga tingginya jumlah orang yang ingin bekerja tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan di Indonesia yang mencukupi. Tingginya tingkat persaingan dalam dunia kerja ini menyebabkan banyak calon orang yang belum mendapat pekerjaan di Indonesia. Dalam mengatasi pengangguran terdapat salah satu cara dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri melalui kewirausahaan (Rimadani & Murniawaty, 2019). Pendekatan ini dianggap efektif dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Wirausaha memiliki peran penting dalam mempengaruhi perkembangan ekonomi, karena mereka memiliki kebebasan untuk berinovasi dan mandiri (Elkarya Gulo et al., 2020).

Siswa yang lulus dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) biasanya disiapkan untuk langsung memasuki dunia kerja karena pendekatan pembelajaran yang lebih praktis dan fokus pada jurusan yang dipilih. Namun, kenyataan dilapangan masih banyak siswa lulusan SMK yang tidak langsung mendapatkan pekerjaan. Banyak dari mereka harus menunggu.

Gambar 1. Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Pendidikan



Berdasarkan data di atas, TPT di Indonesia pada Februari 2022 sebanyak 5,83%. Jika dilihat berdasarkan tingkat pendidikan, TPT paling tinggi terdapat pada lulusan SMK sebesar 10,38%. Diikuti oleh lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan TPT sebesar 8,35%.

Melaui informasi diatas, maka dapat ditarik simpulkan bahwa pengangguran terbuka pada lulusan SMK menduduki peringkat teratas. Hal ini menanandakan bahwa salah satu penyumbang pengangguran di Indonesia dari lulusan SMK. Meskipun seharusnya tamatan SMK telah dipersiapkan untuk ke dunia kerja langsung, namun minimnya lapangan pekerjaan menjadi salah satu penyebab sulitnya lulusan SMK ini mendapatkan pekerjaan. Maka dari itu, siswa SMK perlu adanya kreativitas, mental, dan minat untuk menciptakan bisnis sendiri sebagai alternatif solusi, mengingat keterbatasan penawaran lapangan kerja saat ini.

Siswa SMK diharapkan menjadi wirausaha yang terdidik dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Namun, hingga saat ini sebagian besar lulusan SMK lebih memilih bekerja sebagai pegawai atau mencari pekerjaan daripada menjadi pencipta lapangan kerja. Oleh karena itu, penting bagi siswa SMK untuk mengembangkan minat berwirausaha mandiri sebagai persiapan untuk memasuki dunia kerja setelah lulus. Peran sekolah juga sangat penting dalam mengarahkan siswa untuk bersaing dan bahkan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan membangun bisnis atau menjadi wirausaha.

Adanya akses yang semakin mudah ke internet pada era saat ini seharusnya menjadi alternatif bagi siswa untuk memulai dan mengembangkan bisnis secara online. Siswa seharusnya dapat memanfaatkan kemudahan akses internet saat ini dalam membangun dan mengembangkan bisnis online, karena bisnis online menjanjikan jika diterapkan dengan benar. Pemasaran bisnis secara online dianggap efektif, efisien, dan lebih menguntungkan dibandingkan pemasaran konvensional. Jika siswa dapat mengembangkan bisnis online dengan baik, hal ini dapat memberikan kontribusi dalam menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia.Minat berbisnis menurut (Muhazir *et al*., 2021)mengandung banyak pengertian yakni, motivasi, niat dan intensi berwirausahan. Minat adalah kecenderungan atau ketertarikan seseorang terhadap suatu topik, aktivitas, atau objek tertentu. Definisi lain dari minat merupakan kecenderungan untuk melihat serta mencari obyek tertentu. Menurut Aini & Oktafani (2020) Minat kewirausahaan ini merupakan rasa ketertarikan individu dalam menciptakan bisnis, sehingga dapat kemudian mengatur, membawa dan mengembangkan bisnis yang diciptakannya. Hal itu menjelaskan minat berbisnis online adalah ketertarikan atau kecenderungan hati seseorang terhadap keinginan menciptakan bisnis dalam bentuk online. Dewi dalam (Primandaru, 2017) mengungkpkan terdapat 2 faktor yang mampu mempengaruhi minat berwirausaha yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik terdiri dari emosi, perasaan, pendapatan, cita-cita, motivasi, harga diri. faktor ekstrinsik yaitu bantuan lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang, dan pendidikan dan pengetahuan. Dari pendapat diatas penulis melihat bahwa salah satu faktor dalam menumbuhkan minat bersbisnis pada siswa dipengaruhi oleh pendidikan yang didapat siswa. Lebih tepatnya dalam hal ini adalah pendidikan mengenai bisnis online.

Kreativitas merupakan unsur penting dalam menjalankan bisnis. Menurut Sumara & Andarini (2019), seorang wirausaha perlu

memiliki ide-ide kreatif untuk bersaing dengan kompetitor dalam menghasilkan produk yang inovatif. Kreativitas, menurut Utami dalam Widjaja & Winarso (2019), yaitu hasil dari kolaborasi antara individu dan lingkungannya, di mana individu mampu menggabungkan data, informasi, atau elemen yang ada sebelumnya berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Dalam menciptakan inovasi, seorang pebisnis dapat berpikir, merenung, atau berkhayal untuk menghasilkan ide-ide baru yang dapat meningkatkan nilai dan manfaat suatu produk yang ditawarkan (Sumara & Andarini, 2019).

Siswa seharusnya memiliki sensitivitas terhadap lingkungan sekitar dan kemampuan untuk membuat perubahan dengan ide-ide baru. Semua ini merupakan bagian dari kreativitas. Dengan kata lain, tingkat kreativitas siswa dapat menjadi faktor penentu atau penghambat dalam menjalankan bisnis online. Semakin tinggi tingkat kreativitas yang dimiliki siswa, semakin besar pula peluang untuk membuka bisnis.

Mental berwirausahaan adalah kondisi pikiran atau sikap seseorang yang secara konsisten berupaya untuk menemukan, memanfaatkan, dan menciptakan peluang bisnis yang mampu memberikan keuntungan, baik dalam hal finansial maupun sosial, meskipun berpotensi menghadapi risiko kerugian.Dalam menjalankan bisnis, diperlukan keberanian dan perhitungan yang matang dengan rencana yang matang agar bisnis sesuai dengan harapan (Zulianti & Nawawi, 2022). Secara tidak langsung, semakin kuat mental berwirausaha yang dimiliki seseorang, semakin siap mereka dalam memulai bisnis sendiri. Dengan kata lain, minat untuk memulai bisnis juga akan semakin besar.

Berdasarkan latar belakang di atas, Mata Pelajaran Bisnis Online, Kreativitas, dan Mental Berwirausaha merupakan beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha di kalangan siswa. Penelitian ini akan melibatkan variabel Lingkungan Pendidikan, Kreativitas, dan Mental sebagai prediktor terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini akan berfokus pada siswa di jurusan Bisnis Daring Pemasaran di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 1 Ketintang Kota Surabaya. Tujuan riset saya adalah untuk mengetahui lebih dalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat berbisnis online dan menjadi pertimbangan dalam persiapan siswa untuk mengembangkan minat berbisnis online.

Dengan demikian, akan dilakukan penelitian dengan judul "Analisis Minat Berbisnis Online pada Siswa Jurusan Bisnis Daring Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 1 Ketintang Kota Surabaya".

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bisnis Online

Menurut Griffin & Ebert (2009) seperti yang dikutip oleh Ismai (2018:323), Bisnis adalah upaya yang dilakukan odari perseorangan atau kelompok dengan tujuan mencari keuntungan melalui pembuatan produk dan layanan yang bertujuan mencukupi kebutuhan khalayak Kegiatan bisnis yang dilakukan secara elektronik, dikenal juga sebagai e-business,mempermudah untuk produsen, penjual, pembeli, dan pelanggan. menurut Grandon & Pearson, 2004 dalam (Ismai, 2018:323)

Dari pemaparan tersebut, dapat ditarik benang merah bahwa bisnis berarti upaya yang bisa dijalankan perseorangan atau kelompok. Namun, seiring dengan perkembangan media digital, bisnis online melalui media digital menjadi alternatif yang bisa digunakan di zaman ini.

Mata Pelajaran Bisnis Online

Istilah "online" merujuk pada semua kegiatan dan melibatkan penggunaan internet di mana semua dapat berinteraksi atau terhubung dengan orang melalui virtual. Secara umum, suatu hal dikatakan "online" jika terhubung atau terkoneksi pada jaringan lebih luas. Bisnis online dapat didefinisikan sebagai kegiatan penjualan produk atau jasa untuk mencari keuntungan melalui media internet.

Pengetahuan Bisnis Online merujuk pada kemampuan siswa dalam memahami dan mengakses informasi mengenai bisnis digital melalui berbagai metode, yang pada gilirannya memungkinkan mereka menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam berbisnis.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Mapel Bisnis Online bertujuan untuk memberikan siswa kemampuan berbisnis dan pemahaman tentang teknologi yang diperlukan untuk meningkatkan kesuksesan bisnis yang dilakukan secara online.

Kreativitas

Menurut Al Khalili sebagaimana yang dikutip oleh Yohanna et al. (2016), kreativitas dapat dianggap sebagai hasil dari pemikiran yang kreatif. Sementara itu, bakat kreatif merujuk pada proses rasionalisasi atau sebagai produk dari akal budi sebagai bakat alami yang diciptakan secara khusus oleh Allah SWT.

Menurut Yohanna et al. (2016), kreativitas merupakan sebuah runtutan yang dapat dikembangkan. Meskipun keahlian ini berbeda tiap individu dengan yang lain, dasarnya adalah kemampuan dan bakat. Namun, pengetahuan yang diperoleh dari lingkungan juga dapat mempengaruhi tingkat kreativitas seseorang.

Menurut Suryana sebagaimana yang dikutip oleh Wardani & Dewi (2020), kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk mencari jalan keluar dari masalah yang ada dengan mengembangkan atau menemukan ide-ide baru.

Menurut Suryana sebagaimana yang dikutip oleh Murniati et al. (2017), kreativitas dapat dimaknakan sebagai keahlian untuk mengembangkan gagasan dan mencari pendekatan baru dalam memecahkan masalah dan menghadapi peluang.

Mental Berwirausaha

Mental, menurut Budiati et al. (2012), merujuk pada aspek-aspek yang saling terhubung dengan pikiran. Sederhananya mental bisa diartikan hal-hal yang terkait dengan batin,atau karakter seseorang yang tidak mengarah kefisik.

Mental berwirausaha merujuk pada kemampuan berpikir seorang pengusaha dalam mengatur perilaku dan memiliki tanggung jawab yang besar, serta menjaga disiplin yang tinggi.

Mental, sebagaimana dijelaskan oleh Ariyanti (2018), merujuk pada aspek-aspek yang terkait dengan pemikiran. Mental tidak dapat dilihat langsung secara fisik dan kaitanya dengan individu. Menurut Fadiati & Purwana sebagaimana yang dikutip oleh Zulianti & Nawawi (2022), mental berwirausaha mengacu pada keadaan kejiwaan seseorang yang senantiasa mengupayakan untuk menciptakan peluang usaha.

Kesempatan usaha memiliki potensi keuntungan secara finansial maupun sosial, tetapi juga mengandung risiko kerugian yang harus dihadapi. Dalam menjalankan usaha, tidak ada kata rugi selama individu melakukannya dengan keberanian dan perhitungan yang matang. Individu yang memiliki mental wirausaha memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain memiliki tekad yang kuat, individu yang mengadopsi sikap mental wirausaha juga memiliki keyakinan yang kuat terhadap potensi yang dimiliki dalam dirinya (Wibowo et al., 2022)..

Minat Berbisnis Online

Menurut Silvia sebagaimana yang dikutip oleh Willy (2018), minat merujuk pada rasa untuk mencari dan terlibat, dengan memperoleh informasi baru dan pembelajaran baru melalui interaksi dengan individu atau objek guna memicu minat tersebut.

Menurut Tarigan et al. (2022), minat merujuk pada kecenderungan untuk lebih menyukai dan tertarik pada sesuatu atau kegiatan tanpa ada tekanan eksternal. Perasaan tertarik ini tidak disebabkan oleh keterpaksaan, tetapi merupakan hasil dari kesadaran yang tinggi. Seseorang memiliki keinginan kuat untuk mencapai tujuan tersebut.Minat muncul dari dalam diri seseorang karena adanya motivasi atau dorongan, dan dapat pula muncul karena ada sesuatu yang diminati dan memberikan manfaat yang dirasakan dan dialami secara nyata, yang juga mendorong individu menuju arah tersebut.

Minat dalam menjalankan bisnis online juga mencakup keinginan individu untuk menggunakan teknologi internet dengan mengakses platform e-commerce atau media sosial untuk melakukan transaksi jual-beli secara online. Penggunaan hipotesis dilakukan dalam artikel ilmiah yang menggunakan metode penelitian kuantitatif.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, mengunakan pendekatan kuantitatif.Hal dilakukan dengan tujuan untuk secara empiris mengukur dan menguji pengaruh antara variabel-variabel (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang terdiri dari 39 pernyataan yang didasarkan pada tinjauan literatur tentang minat berbisnis online, mata pelajaran bisnis online, kreativitas, dan mental berwirausaha

Indikator yang digunakan dalam variabel mata pelajaran bisnis online didasarkan pada

penelitian Chabib & Sulistiyowati (2021), yang mencakup pendidikan yang didapat murid, pemahaman bisnis, fasilitas, dan hasil belajar. Sedangkan dalam variabel kreativitas, indikator yang digunakan mengacu pada penelitian Gundry et al. (2014), yang meliputi kemampuan kreatif, kenyamanan individu dalam menghasilkan ide-ide baru, dan kemampuan untuk mencari perspektif yang berbeda dari orang lain. Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel mental berwirausaha didasarkan pada penelitian Wulandari (2016), yang mencakup kreatif dan inovatif, optimis, tegar, ulet, bekerja keras, kemampuan multi-tasking, dan keberanian dalam mengambil risiko. Sedangkan indikator digunakan untuk mengukur minat berbisnis online merujuk pada penelitian Vody & Florea (2019), yang meliputi prediksi diri dan niat murni. Populasi penelitian ini terdiri dari siswa kelas 11 dan 12 di SMKS 1 Ketintang dengan jurusan Bisnis Daring Pemasaran, dengan jumlah total sebanyak 123 siswa.

Tabel 1. Jumlah Populasi

Keterangan	**Frekuensi**	**%**
Kelas 11 BDP	65	52,84
Kelas 12 BDP	58	47,16
Total	123	100

Sampel penelitian diambil menggunakan metode random sampling dengan menggunakan rumus dari slovin, sehingga didapatkan sebanyak 94 responden. Teknik analisis data dalam riset ini adalah regresi linier berganda & uji asumsi klasik. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Sebelum pengujian hipotesis, maka dilakukanlah uji instrumen penelitian untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan validitas instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil tersebut dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	Sig	Ket
Mata Pelajaran Bisnis Online	0,004	Valid
Kreativitas	0,010	Valid
Mental Berwirausaha	0,012	Valid

(sumber: Data diolah, 2023)

Berdasarkan hasil penghitungan dengan tingkat signifikansi 5%, menujukan bahwa uji validitas dari setiap variabel lebih kecil dari signifikan yaitu 0,050 di katakan valid.

Untuk memperoleh hasil uji reliabilitas, dapat dilihat melalui nilai *Cronbach's alpha*. Berikut tabel yang menampilkan uji reliabilitas:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability	
Cronbach's Alpha	*Cronbach's Alpha*
.906	39

(sumber: Data diolah, 2023)

Dalam Tabel 3, terlihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,906, lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner telah menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan arah hubungan tiap variabel dependen dan variabel independen.Hasil dari analisis regresi linier berganda ditunjukan dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	S*td. Error*
1(Constant)	4.427	3.417
X1	.205	.145
X2	.220	.151
X3	.153	.078
a. Dependent Variable: Y		

Berdasarkan tabel yang terlampir, ditemukan hasil dari model regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = 4,427 + 0,205X1 + 0,220X2 + 0,153X3

Dari hasil model tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Konstanta yang ditemukan dalam penelitian ini adalah 4,427, yang mengindikasikan bahwa jika variabel mata pelajaran bisnis online, kreativitas, dan mental berwirausaha diasumsikan bernilai 0, maka minat dalam berbisnis online akan memiliki nilai sebesar 4,427.
- Koefisien regresi untuk variabel mata pelajaran bisnis online bernilai positif sebesar 0,205, yang berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel mata pelajaran bisnis online, maka minat dalam berbisnis online akan meningkat sebesar 0,205.
- Koefisien regresi untuk variabel kreativitas memiliki nilai positif sebesar 0,220, yang mengindikasikan bahwa peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel kreativitas akan meningkatkan minat berbisnis online sebesar 0,220.
- Koefisien regresi untuk variabel mental berwirausaha memiliki nilai positif sebesar 0,153, yang berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel mental berwirausaha, maka minat dalam berbisnis online akan meningkat sebesar 0,153.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Pada uji t dilakukan untuk menilai apakah varaibel independen memiliki pengaruh terhadap varaiabel dependen secara terpisah. Berikut merupakan hasil uji t:

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (t)

variabel	nilai t	sig	ket
X1	1.415	.016	Parsial
X2	1.461	.015	Parsial
X3	2005	.048	Parsial

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen, yaitu mata pelajaran bisnis online (X1), kreativitas (X2), dan mental berwirausaha (X3), memiliki pengaruh terhadap minat berbisnis online (Y). karena nilai t lebih besar dari t tabel (1.775 > 1.661) dan nilai sig lebih kecil dari 0,050

Uji Simultan (F)

Tujuan dari uji F adalah untuk mengevaluasi apakah variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji F:

Tabel 6. Hasil Uji Silmultan

Nilai F	Ketentuan	Ket
13.565	2,71	Simultan

Hasil pengujian F yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, semua variabel independen, yaitu mata pelajaran bisnis online (X1), kreativitas (X2), dan mental berwirausaha (X3), memiliki pengaruh terhadap minat berbisnis online (Y). karena nilai sign 0,000 (<0,05) dan Fhitung 13.565 lebih besar dari Ftabel yang bernilai 2,71.

Koefisien determinasi (R2) pada dasarnya mengindikasikan sejauh mana kemampuan model variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen (kepercayaan). Berikut adalah hasil dari Koefisien Determinasi (R2):

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinas (R^2)

R	R-Square	Adjusted R Square
.558	.311	.488

Dari analisis data menggunakan aplikasi SPSS yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa nilai R-Square dalam penelitian ini adalah 0,311. Ini

menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel mata pelajaran bisnis online, kreativitas, dan mental berwirausaha berkontribusi sebesar 31,1% terhadap minat berbisnis online. Sementara itu, sisanya sebesar 69,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Ket
.100[c]	0,05	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS yang telah dilakukan, diperoleh nilai Assymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,100 > 0,05. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF	Ketentuan
X1	.567	1.764	0,10
X2	.416	2.402	0,10
X3	.423	2.364	0,10

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel mata pelajaran bisnis online (X1), kreativitas (X2), dan mental berwirausaha (X3) memiliki nilai collinearity statistic Tolerance sebesar 0,567, 0,416, dan 0,423 > 0,10, serta nilai VIF sebesar 1,764, 2,402, dan 2,364 < 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas atau asumsi multikolinieritas terpenuhi dalam model penelitian ini. Dengan kata lain, variabel independen dalam penelitian ini tidak memiliki hubungan linier yang sempurna.

Uji Heteroskedasitas

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedasitas

variabel	sig	Ketentuan
X1	.620	0,05
X2	.080	0,05
X3	.077	0,05

Dari tabel yang disajikan, dapat diamati bahwa variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Mata pelajaran bisnis online (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,620, kreativitas (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,080, dan mental berwirausaha (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,770. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedasitas atau asumsi uji heteroskedasitas terpenuhi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online terhadap Minat Berbisnis Online

Dari tabel yang telah disajikan, terlihat bahwa variabel independen menunjukkan nilai signifikansi yang melebihi 0,05. Mata pelajaran bisnis online (X1) memiliki nilai sig 0,620, kreativitas (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,080, dan mental berwirausaha (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,770.Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa tidak terjadi indikasi adanya heteroskedasitas atau bahwa asumsi uji heteroskedasitas telah terpenuhi. Penelitian ini juga mendapatkan dukungan dari penelitian yang dilakukan oleh Kusumajanto *et al,.* (2015) yang menyatakan bahwa mengikuti perkembangan bisnis yang menggunakan internet dapat mendorong mahasiswa jurusan pemasaran untuk belajar tidak hanya bisnis offline, tetapi juga bisnis online. Pernyataan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Spiller dan Tuten (2015), yang menunjukkan bahwa dengan adanya program bisnis online, mahasiswa dapat berpartisipasi dalam menghadapi tantangan dan hambatan dalam bisnis online.

Keadaan tersebut didukung oleh data dari hasil kuisioner yang telah disebarkan oleh peneliti, di mana rata-rata skor jawaban adalah 4. Skor

tersebut menunjukkan bahwa siswa-siswa telah memiliki kesiapan yang baik dalam menjalankan bisnis online itu sendiri.

Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berbisnis Online

Melalui pengujian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berbisnis online. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (sig) sebesar 0,15 (<0,05) dan nilai t hitung yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,761 > 1,661). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas memiliki pengaruh parsial terhadap minat berbisnis online, sehingga hipotesis H2 dapat diterima.

Riset ini dukungan dari penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Dewi (2020), yang menyimpulkan bahwa variabel kreativitas secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Menurut penelitian tersebut, tingkat kreativitas yang tinggi atau rendah akan mempengaruhi tingkat minat berwirausaha. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rimadani & Murniawaty (2019), yang menemukan bahwa kreativitas memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha siswa. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviasari et al. (2018) menyimpulkan sebaliknya, yaitu tidak ada pengaruh signifikan antara kreativitas dan minat berwirausaha.

Pengaruh Mental Berwirausaha terhadap Minat Berbisnis Online

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan variabel mental berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berbisnis online. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (sig) sebesar 0,48 (<0,05) dan nilai t hitung yang lebih besar daripada nilai t tabel (2,005 > 1,661). Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel mental berwirausaha memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat berbisnis online, sehingga hipotesis H3 dapat diterima.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ariyanti (2018), yang menyebutkan bahwa mental berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin kuat mental berwirausaha seseorang, semakin besar pula minatnya dalam berbisnis.

Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Kreativitas, Dan Mental Berwirausaha Secara Simultan terhadap Minat Berbisnis Online

Berdasarkan analisis data menggunakan aplikasi SPSS yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel mata pelajaran bisnis online, kreativitas, dan mental berwirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berbisnis online. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) dan nilai Fhitung sebesar 13,565 yang lebih besar dari nilai Ftabel (2,71). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan minat dalam membuka usaha sendiri dan pada akhirnya mampu menciptakan lapangan kerja sendiri. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa hipotesis H4 dapat diterima, dengan alasan bahwa variabel mata pelajaran bisnis online, kreativitas, dan mental berwirausaha memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat berbisnis.

KESIMPULAN

Dari analisis dan pembahasan pada penelitian, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara Mata Pelajaran Bisnis Online, Kreativitas, serta Mental Berwirausaha terhadap Minat Berbisnis Online pada siswa Jurusan Bisnis Daring Pemasaran SMKS Ketintang Surabaya. Secara parsial, Mata Pelajaran Bisnis Online memberikan pengaruh terhadap minat berbisnis online. Begitu pula, variabel kreativitas juga memiliki pengaruh terhadap minat berbisnis online secara parsial. Selain itu, terdapat pengaruh dari variabel mental berwirausaha terhadap minat berbisnis online.

Untuk memperbaiki hasil penelitian ini, diperlukan tindakan lanjutan yang dapat mendukung implementasi temuan tersebut. Beberapa saran yang dapat diberikan adalah meningkatkan proses pembelajaran mata pelajaran bisnis online di dalam kelas dengan mengoptimalkan praktik penggunaan berbagai alat dan aplikasi bisnis online. Hal ini dapat diikuti dengan upaya meningkatkan kreativitas siswa dalam bidang bisnis online. Sekolah sebagai lembaga pendidikan dapat memberikan wadah bagi pengembangan kreativitas ini melalui kegiatan pembelajaran di kelas, seperti memberikan proyek-proyek untuk menciptakan

produk atau melakukan pemasaran produk, serta melalui kegiatan seremonial di sekolah. Tidak hanya itu, keikutsertaan dalam jurusan bisnis daring pemasaran tidak menjamin bahwa siswa telah memiliki mental berwirausaha yang kuat.Oleh karena itu, penting untuk memberikan pengalaman nyata dalam kegiatan berbisnis online yang didampingi oleh tenaga ahli seperti guru atau mentor. Hal ini akan memastikan bahwa ketika siswa menghadapi kesulitan, mereka memiliki seseorang yang dapat memberikan saran dan masukan yang tepat

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain keterbatasan dalam wilayah sampel yang terbatas dan waktu penelitian yang terbatas. Oleh karena itu, melalui keterbatasan tersebut, peneliti dapat memberikan saran untuk penelitian masa depan yang relevan dengan penelitian ini. Salah satunya adalah dengan memperluas cakupan populasi, seperti melibatkan semua SMK yang memiliki jurusan bisnis daring pemasaran di Kota Surabaya. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperpanjang waktu penelitian agar dapat menginnovasi model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

ariyanti, A. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, *20*(2), 95. Https://Doi.Org/10.33370/Jpw.V20i2.199

Budiati, Y., Yani, T. E., & Universari, N. (2012). Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang). *J. Dinamika Sosbud*, *14*(1), 89–101.

Chabib, S., & Sulistiyowati, R. (2021). *Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Penggunaan Smartphone, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Bdp Di Smk Negeri 1 Surabaya*. *9*(2), 1209–1215.

Elkarya Gulo, Dina Arfianti, & Yonson Pane. (2020). Analisis Pengelolaan Keuangan Desa. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Akuntansi*, *6*(1), 1–14. Https://Doi.Org/10.47663/Abep.V6i1.55

Ismai. (2018). Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan). *Ajie - Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, *3*(3), 319–335.

Muhazir, A., Syah, A. Z., Siagian, Y., & ... (2021). Motivasi Penerapan E-Commerce Dalam Membangun Minat Berwirausaha Siswa Di Smk Negeri 6 Tanjung Balai. *Journal Of Social …*, *1*(3), 70–77. Https://Ejurnal.Seminar-Id.Com/Index.Php/Jrespro/Article/View/708

Murniati, M., Sulistyo, & Yudiono, U. (2017). Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, *4*, 1–6.

Noviasari, D., Haryono, A. T., & Azis, F. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pembelajaran Kewirausahaan, Kreativitas Inovasi, Dan Modal Sosial Terhadap Minat Wirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening*. *D*, 1–11.

Rimadani, F., & Murniawaty, I. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Business Center Dan Kreativitas Siswa Terhadap Jiwa Berwirausaha Siswa. *Economic Education Analysis Journal*, *7*(3), 976–991. Https://Doi.Org/10.15294/Eeaj.V7i3.28333

Ryan, Cooper, & Tauer. (2016). Implementasi Sistem Pre Order Pada Online Shop Vie_Die Production Di Kecamatan Semen Kabupaten Kediri Perspektif Ekonomi Syariah. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, *November 2016*, 12–26.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sumara, N. N. T., & Andarini, S. (2019).

Kreativitas Dan Motivasi Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha (Stufi Kasus Kelompok Pkk Desa Socah). *Jurnal Bisnis Indonesia*, *10*(1), 21–22.

Tarigan, N. M., Doringin, F., & Budiana, M. W. (2022). Effect Of Entrepreneurship Education And Entrepreneurial Motivation On Aro Gapopin's Student Interest In Entrepreneurship. *The Winners*, *23*(1), 73–79. Https://Doi.Org/10.21512/Tw.V23i1.7275

Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2020). *Pengaruh Motivasi , Kreativitas , Inovasi Dan Modal Usaha Terhadap Minat Berwirausaha*. *2018*.

Wibowo, Y. G., Izzuddin, A., & Rahayu, J. (2022). Analisa Komparasi Mental Berwirausaha Mahasiswa Kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *08*(02), 285–292.

Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif Dan Inovasi*. 117. Http://Repository.Ubharajaya.Ac.Id/2949/1/Buku Kreatifitas Dan Inovasi %282%29.Pdf

Willy, Y. . . (2018). Analisis Determinan Minat Berbisnis Online (E-Business) Di Kalangan Mahasiswa. *Kumpulan Penelitian …*, *Nidn 0124128005*. Http://Publikasiilmiah.Umsu.Ac.Id/Index.Php/Publikasi-Ilmiah/Article/View/181%0ahttp://Publikasiilmiah.Umsu.Ac.Id/Index.Php/Publikasi-Ilmiah/Article/Download/181/139

Yohanna, L., Harsoyo, D., & Wijono, D. (2016). *Intensi Berwirausaha Ditinjau Dari Kreativitas Dan Kecerdasan Emosional*. *8*(1). Www.Harianterbit.Com

Yulianto, A., & Khafid, M. (2016). Pengaruh Praktik Pengalaman Lapangan (Ppl), Minat Menjadi Guru, Dan Prestasi Belajar Terhadap Kesiapan Mahasiswa Menjadi Guru Yang Profesional. *Economic Education Analysis Journal*, *5*(1), 100–114.

Zulianti, D., & Nawawi, Z. M. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Mental Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Manajemen Untuk Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 1–7.