



**HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
ONLINE FACEBOOK DENGAN MOTIVASI  
BERWIRAUSAHA SISWA SMK MATARAM-  
SEMARANG**

**SKRIPSI**

Disajikan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan  
Program Studi S1 Pendidikan Kesejahteraan Keluarga

Oleh  
**Drastian Enggar Aditya**  
**5401410167**

**JURUSAN PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2015**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Drastian Enggar Aditya  
NIM : 5401410167  
Program Studi : S1 Tata Boga  
Judul Skripsi : Hubungan Penggunaan Media Sosial Online Facebook  
Dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Mataram-  
Semarang

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian Skripsi Program Studi S1 Tata Boga, Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang.

Semarang, ~~2~~ Agustus 2015

Pembimbing



Pudji Astuti, S.Pd, M.Pd  
NIP. 197105031999032002

## Halaman Pengesahan

Telah dipertahankan dihadapan sidang Panitia ujian skripsi Fakultas Teknik  
Universitas Negeri Semarang.

Hari : Senin  
Tanggal : 24 Agustus 2015 .

Panitia Ujian

Ketua

Dra. Wahyuningsih, M.Pd  
NIP. 196008081986012001

Sekretaris

Muhammad Ansori, S.TP, M.Pd  
NIP. 196805281993032001

Penguji I

Dra. Hanna Lestari S, M.Si  
NIP. 195209101979032003

Penguji II

Dr. Hj. Asih Kuswardinah, M.Pd  
NIP. 195707191983032001

Pembimbing

Pudji Astuti, S.Pd, M.Pd  
NIP. 197105031999032002

Mengetahui

Dekan Fakultas Teknik

Ujir M. Harlanu, M.Pd  
NIP. 196602151991021001

## PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Hubungan Penggunaan Media Sosial Online *Facebook* Dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Mataram-Semarang” disusun berdasarkan hasil penelitian saya dengan arahan dosen pembimbing. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar dalam program sejenis di perguruan tinggi manapun.

Semarang, Agustus 2015

Peneliti



Drastian Enggar Aditya

5401410167

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

1. Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu  
(1 Petrus 5 : 7)
  
2. Jika anda orang yang biasa-biasa saja dan anda rendah hati, anda akan sukses  
(Pierre de beaumarchais)

### **Persembahan:**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Keluargaku, terutama kedua orang tua dan kakakku yang selalu mendukung dan terus memberikan motivasi,
2. Kekasihku Ayu Ratnaningtyas yang selalu mendukungku dengan cinta dan kasih sayang,
3. Sahabatku Irvan, Nia, Dian N, Ela K, Mita, dan teman-teman seperjuangan TJP Boga UNNES Angkatan 2010.
4. Keluarga besar Komisi Pemuda GKJ Mranggen yang telah memberikan semangat.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Penggunaan Media Sosial Online Facebook Dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Mataram – Semarang” dengan baik dan lancar.

Satu hal yang penulis sadari bahwa terselesainya skripsi ini adalah berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang ikut terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Harlanu, M.Pd., Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dra. Wahyuningsih, M.Pd., Ketua Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi yang telah memberikan ijin penelitian untuk penyusunan skripsi.
3. Pudji Astuti, S.Pd., M.Pd., Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, inspirasi dan motivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Sri Sugianto, S.Pd, M.Si, M. Kom., Kepala Sekolah SMK Mataram-Semarang dan Seluruh pihak Sekolah SMK Mataram-Semarang yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk mengadakan penelitian.
5. Seluruh staf pengajar Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman selama menempuh studi.

6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Semarang, Agustus 2015

Penulis

## ABSTRAK

**Aditya, Drastian E.**2015. *Hubungan Penggunaan Media Sosial Onlie Facebook Dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Matarm-Semarang*. Skripsi, S1 PKK Konsentrasi Tata Boga, Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Pudji Astuti, S.Pd, M.Pd.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial Online *Facebook*, Motivasi Berwirausaha Siswa

*Facebook* tidak hanya digunakan sebagai sumber belajar tetapi juga dapat digunakan siswa untuk melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan nilai ekonomi. *Facebook* memiliki pengaruh positif dan negatif bagi pelajar, peneliti mengambil penelitian tentang hubungan penggunaan *facebook* terhadap motivasi berwirausaha siswa.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan *facebook* dan variabel terikatnya yaitu motivasi berwirausaha. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X Jasa Boga SMK Mataram – Semarang tahun ajaran 2014/2015. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampel jenuh yang menghasilkan 45 sampel. Alat analisis untuk menguji hipotesis adalah *product moment* dengan *software* SPSS versi 20. Metode analisis data penelitian ini adalah analisis korelasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan, (1) terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan *facebook* terhadap motivasi berwirausaha, (2) tingkat penggunaan *facebook* pada siswa masuk pada kategori sering (3) tingkat motivasi berwirausaha siswa SMK Mataram – Semarang pada kategori tinggi.

Kata Kunci: Berwirausaha, *Facebook*, Motivasi



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Penegasan Istilah .....	9
1.5.1 Media sosial online <i>Facebook</i> .....	9
1.5.2 Motivasi .....	10
1.5.3 Berwirausaha .....	10
1.5.4 Siswa SMK Mataram.....	11

1.6	Sistematika Skripsi .....	11
1.6.1	Bagian Pendahuluan .....	11
1.6.2	Bagian Isi Yang Terdiri dari Lima Bab .....	11
1.6.3	Bagian Akhir.....	12
BAB 2	.....	13
LANDASAN TEORI	.....	13
2.1	Media Sosial <i>Online</i> .....	13
2.1.1	Media Cetak .....	13
2.1.2	Media Sosial / <i>Social media</i> .....	14
2.1.3	Jejaring Sosial/ <i>Social Network</i> .....	14
2.2	Tinjauan Tentang <i>Facebook</i> .....	15
2.2.1	Penggunaan Media Sosial <i>Facebook</i> .....	16
2.2.2	Kegiatan dan Tampilan Menggunakan <i>Facebook</i> .....	16
2.2.3.	Penggunaan <i>Facebook</i> yang Benar dan Tidak Benar .....	21
2.2.4	Kelebihan dan Kekurangan <i>Facebook</i> .....	22
2.3	Motivasi Berwirausaha.....	27
2.3.1	Motivasi .....	27
2.3.2	Proses Motivasi .....	30
2.3.3	Ciri-Ciri Motivasi .....	31
2.3.4	Jenis- Jenis Motivasi.....	33
2.3.5	Fungsi Motivasi .....	33
2.4	Wirausaha.....	34
2.4.1	Ciri-Ciri Wirausaha.....	35
2.4.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha.....	38
2.5	Sekolah Menengah Kejuruan Mataram Semarang .....	42

2.5.1 SMK Mataram Semarang .....	42
2.5.2 Visi, Misi dan Tujuan SMK Mataram Semarang .....	43
2.6 Kerangka Berpikir .....	43
2.7 Hipotesis .....	45
BAB 3 .....	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	46
3.1.1 Populasi.....	46
3.1.2 Sampel Penelitian .....	47
3.2 Variabel Penelitian .....	48
3.2.1 Variabel Bebas .....	48
3.2.2 Variabel Terikat .....	48
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.3.1 Metode Observasi .....	49
3.3.2 Metode Wawancara .....	49
3.3.3 Metode Angket ( <i>Questionnaire</i> ).....	49
3.4 Instrumen Penelitian.....	50
Tabel 3.2 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian (Y).....	51
Tabel 3.4 Interval Kecenderungan Penggunaan <i>Facebook</i> .....	54
Tabel 3.5 Interval Tingkatan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa .....	54
3.5 Uji Coba Instrumen .....	54
3.5.1 Validitas .....	55
3.5.2 Reliabilitas .....	56
3.6 Uji Prasyarat Analisis Data .....	57
3.6.1 Uji Normalitas.....	57

3.6.2 Uji Linieritas .....	58
3.7 Analisis Data .....	59
3.7.1 Perhitungan Koefisien Korelasi .....	59
3.8 Gambaran Data Penggunaan <i>Facebook</i> dan Motivasi Berwirausaha.....	60
3.8.1 Menentukan Kelas Interval .....	60
3.8.2 Menentukan Rentang Data.....	61
3.8.3 Menentukan Panjang Kelas .....	61
BAB 4 .....	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	62
4.1 Hasil Penelitian.....	62
4.1.1 Deskripsi Umum Lokasi Penelitian .....	62
4.1.2. Deskripsi Penggunaan Media Sosial Online <i>Facebook</i> dan Motivasi Berwirausaha .....	63
Tabel 4.1. Deskriptif Statistik Penggunaan <i>Facebook</i> dan Motivasi Berwirausaha .....	64
4.1.3. Deskripsi Tingkat Kecenderungan Penggunaan Media Sosial Online <i>Facebook</i> .....	64
Tabel 4.2 Frekuensi Siswa Pada Tingkatan Kecenderungan Penggunaan Facebook .....	65
4.1.4. Deskripsi Tingkat Motivasi Berwirausaha.....	66
Tabel 4.3 Frekuensi Siswa Pada Tingkatan Motivasi Berwirausaha .....	66
4.1.5. Hasil Uji Prasyarat Analisis Data .....	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Facebook.....	68
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Motivasi Berwirausaha .....	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas.....	70
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis.....	71

Tabel 4.7 Hasil Uji Korelasi.....	71
4.2. Pembahasan .....	72
BAB 5 .....	82
SIMPULAN DAN SARAN .....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran .....	83
DAFTAR LAMPIRAN .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian (X) .....	51
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian (Y) .....	51
Tabel 3.4 Interval Kecenderungan Penggunaan Facebook .....	54
Tabel 3.5 Interval Tingkatan Motivasi Berwirausaha .....	54
Tabel 4.1 Deskriptif Statistika Penggunaan Facebook Dan Motivasi Berwirausaha.....	63
Tabel 4.2 Frekuensi Siswa Pada Tingkatan Kecenderungan Penggunaan Facebook .....	64
Tabel 4.3 Frekuensi Siswa Pda Tingkatan Motivasi Berwirausaha.....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Motivasi Berwirausaha .....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas .....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Korelasi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data statistik pengguna facebook.....	15
Gambar 2.2 Hierarki kebutuhan Maslow .....	28
Gambar 4.1 Grafik Histogram <i>Facebook</i> .....	64
Gambar 4.2 Grafik Histogram motivasi .....	66
Gambar 4.3 P-Plot pada penggunaan facebook .....	68
Gambar 4.4 P-Plot pada motivasi berwirausaha .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penggunaan Facebook .....	86
Lampiran 2 Instrumen Motivasi Berwirausaha .....	90
Lampiran 3 Data Penelitian Penggunaan Facebook .....	93
Lampiran 4 Data Penelitian Motivasi Berwirausaha.....	94
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Penggunaan Facebook 1 .....	95
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Penggunaan Facebook 2.....	98
Lampiran 7Uji Validitas dan Reliabilitas Motivasi Berwirausaha 1 .....	100
Lampiran 8 Uji Validitas dan Reliabilitas Motivasi Berwirausaha 2 .....	103
Lampiran 9 Hasil uji normalitas data penggunaan <i>Facebook</i> .....	105
Lampiran 10 Hasi uji normalitas data motivasi berwirausaha siswa .....	106
Lampiran 11 Hasil uji linieritas.....	107
Lampiran 12 Hasil uji korelasi .....	109
Lampiran 13 Hasil Wawancara.....	110
Lampiran 14 SK Melakukan Penelitian .....	115
Lampiran 15 Foto Dokumentasi.....	116



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia pendidikan merupakan salah satu ujung tombak dalam menciptakan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Salah satu tujuan pendidikan sekolah menengah kejuruan ini adalah memperbaiki kualitas siswa sehingga menjadi manusia yang terampil. Mengacu pada isi Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 pasal 3 mengenai tujuan pendidikan nasional dan penjelasan pasal 15 yang menyebutkan bahwa pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja di bidang tertentu. Diharapkan pendidikan kejuruan mencetak peserta didik yang produktif, mampu bekerja mandiri, mengisi lowongan pekerjaan yang dibutuhkan di dunia kerja sesuai dengan kompetensi dalam program keahlian yang dipilihnya.

Sesuai dengan tujuan tersebut, maka siswa lulusan SMK khususnya yang menamatkan pilihan pada kompetensi tata boga dapat bekerja pada bidang-bidang tertentu yang sesuai, misalnya di bagian pengolahan makanan di restoran, rumah sakit umum, atau hotel. Di samping itu, dengan kemampuan yang mereka miliki ada kemungkinan mereka dapat memanfaatkan peluang untuk menciptakan lapangan kerja; yang kelak bermanfaat bukan hanya bagi mereka sendiri, melainkan juga bagi orang banyak.

Disisi lain para pencari kerja bukan hanya berasal dari lulusan Sekolah Menengah Kejuruan, ataupun Sekolah Menengah Atas, melainkan juga ada yang berasal dari lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan sekolah dasar (SD), bahkan berasal dari alumni Perguruan Tinggi. Mereka harus bersaing untuk mendapatkan pekerjaan sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan.

Data yang dikutip dari korankaltim.co.id yang diakses tanggal 24 April 2012 memaparkan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) secara terperinci. Berdasarkan sumber tersebut dituliskan bahwa lulusan SMK menempati tingkat pengangguran paling tinggi, yaitu 17,3%, disusul kemudian dengan lulusan SMA di urutan kedua mencapai 13,78%. Lulusan Perguruan Tinggi dan Diploma menempati tingkat pengangguran di urutan ke tiga dan keempat, masing-masing 11,9% dan 11,62%. Sedangkan lulusan SMP tingkat pengangguran menempati 9,22%, dan terakhir 6,09% untuk lulusan SD.

Sementara itu data yang dilansir oleh BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2012, disebutkan terdapat 7,39 juta pengangguran, 814.000 orang atau sekitar 11,19% di antaranya adalah pengangguran tamatan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Disusul kemudian oleh lulusan sekolah menengah atas (SMA), dengan persentase 9,74% dari total angka pengangguran. Selanjutnya, lulusan sekolah menengah pertama (SMP) sekitar 7,6%, Diploma I/II/III mencapai 6,01%, dan Universitas sekitar 5,5%. Adapun untuk lulusan SD ke bawahnya tercatat sekitar 3,51%.

Berdasarkan sumber data di atas, terlihat bahwa pengangguran tertinggi berasal dari lulusan SMK. Sekolah yang justru menghasilkan lulusan

berketampilan, malah kalah bersaing untuk mendapatkan pekerjaan dengan lulusan SMA. Agar peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan lebih luas, siswa SMK perlu dibekali semangat kewirausahaan secara berkesinambungan. Selain itu, pola pikir lulusan SMK harus segera diubah, bukan semata-mata mencari pekerjaan setelah mereka lulus, namun juga dapat membuka lapangan pekerjaan. Hal ini sejalan dengan salah satu tujuan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan, berdasarkan Kurikulum 2013, yaitu menyiapkan peserta didik agar menjadi manusia produktif dan mampu bekerja mandiri.

Bagi siswa SMK Mataram, terutama yang mengambil Jurusan Tata Boga, setelah lulus nanti diharapkan mampu memotivasi diri dengan membuka lapangan pekerjaan seperti menjual makanan contohnya. Peran media sosial yang kini sedang merajai teknologi komunikasi, seperti facebook dapat digunakan sebagai perantara dalam menjajakan hasil produksinya. Dalam proses Kegiatan Belajar Mengajar, SMK Mataram juga sudah menyediakan fasilitas wifi bagi guru ataupun siswanya.

Menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*) adalah alternatif yang bijaksana. Selain dapat menciptakan lapangan kerja, juga dapat memperkecil angka pengangguran. Jika suatu saat, usahanya dapat berkembang, maka dapat menyerap tenaga kerja.

Pemerintah sudah banyak berupaya mendorong masyarakat untuk berwirausaha, bahkan jauh sebelum Kurikulum 2013 diterapkan. Beberapa di antaranya adalah keluarnya Instruksi Presiden No 4 tahun 1995, tentang Gerakan Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan. Disusul dengan

keputusan bersama dua menteri, yaitu Menteri Negara Koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah dengan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia, yang menerbitkan SK Bersama No.02/SKB/MENEG/VI/2000 dan No.4/U/SKB/2000, tanggal 29 Juni 2000.

Baik Inpres ataupun SK Bersama memang sasarannya lebih ke masyarakat luas, berbeda dengan Kurikulumn 2013, yang langsung menunjuk kepada satuan lembaga pendidikan, dalam hal ini SMK. Pengelola sekolah langsung bertanggung jawab atas kurikulum yang dijalankannya, begitu juga siswa, tanggung jawab melakukannya dapat langsung diawasi oleh lembaga penyelenggara dalam hal ini sekolah yang bersangkutan.

Pendidikan kewirausahaan yang terdapat di Sekolah Menengah Kejuruan merupakan faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa dan perilaku siswa untuk berwirausaha. Siswa tertantang agar supaya ilmu yang diperolehnya semasa pendidikan dapat diterapkan untuk membangun suatu usaha yang baru.

SMK merupakan sekolah yang berupaya mengembangkan lulusannya memiliki jiwa kewirausahaan. Ini dibuktikan dengan masuknya mata pelajaran kewirausahaan untuk siswaKelas X sampai Kelas XII. Materi yang disampaikan kepada siswa, disesuaikan dengan tingkat kelas yang ada.

Sekolah juga memberi ruang dan peluang bagi para siswanya untuk berlatih mengembangkan jiwa kewirausahaannya.Kompetensijasaboga sesudah praktik, sekolah menciptakan suasana kewirausahaan, yaitu hasil produksi makanan yang diolah, diajakan kepada teman satu sekolah, atau bahkan ke sejumlah guru.

Tidak hanya sampai di situ, para siswa SMK juga mendapat pelatihan mengurus kantin milik sekolah. Pada event-event penting, seperti Hari Lebaran, siswa dilatih untuk mencari konsumen dan membuat sejumlah makanan seperti kue kering. Siswa diberikan target batas minimal yang harus dipenuhi. Praktik-praktik di atas untuk selanjutnya dievaluasi oleh guru, dan diwujudkan dalam bentuk penilaian rapor siswa. Bagi siswa, evaluasi ini sangat bermanfaat, yaitu untuk memantau sejauh mana mereka mampu menjual barang, apakah hasil akhir yang diperoleh sesuai target yang ditentukan atau tidak. Selain itu penilaian ini dapat dijadikan acuan bagi siswa untuk merangsang dan menumbuhkan minat berwirausaha.

Siswa SMK diharapkan memiliki motivasi yang tinggi terhadap pembukaan unit usaha yang baru. Motivasi merupakan faktor pendorong yang menjadikan seseorang lebih giat bekerja dan memanfaatkan setiap peluang yang ada dengan mengoptimalkan potensi yang tersedia. Motivasi tidak muncul begitu saja tetapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Walgito, 2003:220).

Sementara itu minat seseorang untuk berwirausaha menurut Alma (2007) dipengaruhi oleh beberapa faktor; yaitu keinginan bebas usaha sendiri, keinginan memperoleh uang, membuka usaha baru untuk kesenangan, hobby, tantangan, kepuasan pribadi dan melakukan kreatifitas. Memanfaatkan facebook sebagai sarana berwirausaha termasuk melakukan kreatifitas.

Media sosial atau *social media*, adalah sebuah media dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial

dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Pada perkembangan di era globalisasi ini media sosial sebagai sarana percakapan yang terjadi diinternet dimana seseorang dapat menuangkan segala sesuatu yang ada dipikiran baik itu untuk berbagi informasi, berbagi pengalaman suka maupun duka, berbagi informasi promosi, berbagi informasi kegiatan dan lain sebagainya.

FB (*facebook*) merupakan salah satu jejaring sosial *mikroblogging* yang dipergunakan sebagai media komunikasi dan penyampaian informasi yang didalamnya memungkinkan terjadi pertukaran informasi. Facebook sendiri sudah menjadi suatu *trend* tersendiri di masyarakat, terutama di kalangan pelajar. Melalui facebook, semua orang dapat menggunakan facebook untuk mencari informasi dengan mudah dan cepat, menjalin relasi dengan teman sebaya, komunikasi jarak jauh dan mengekspresikan diri contohnya mengunggah foto pribadi dan meng “update” status tentang kegiatan, perasaan hati, bahkan untuk mempromosikan produk bagi mereka yang berkecimpung dalam jual beli online.

Dengan adanya facebook, siswa diharapkan tergerak untuk berwirausaha melalui fasilitas tersebut dan menjadikan hal tersebut menjadi peluang baru.

SMK Mataram yang memiliki masing-masing dua kelas parallel untuk Jurusan jasa Boga menjadi kekuatan sekaligus peluang bagi siswa didikannya untuk melakukan wirausaha. Apalagi usaha kuliner dewasa ini sedang berkembang pesat.

Sedangkan, bagi peneliti, perkembangan teknologi komunikasi, dalam hal ini facebook dan kuliner berjalan beriringan. Keduanya akan memberikan kekuatan jika dapat dijalankan bersama-sama.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, akhirnya peneliti tertarik untuk mengangkatnya dalam bentuk skripsi dengan judul **“Hubungan Penggunaan Media Sosial Online Facebook Dengan Motivasi Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Mataram-Semarang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, adapun permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Apakah ada hubungan penggunaan media sosial online *facebook* dengan motivasi berwirausaha siswa SMK Mataram-Semarang?
- 1.2.2 Bagaimana tingkat penggunaan media sosial online *facebook* pada siswa SMK Mataram-Semarang?
- 1.2.3 Bagaimana tingkat motivasi berwirausaha pada siswa SMK Mataram-Semarang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang penulis kemukakan tersebut, maka tujuan dari penelitian adalah :

- 1.3.1 Mengetahui hubungan penggunaan media sosial online *facebook* dengan motivasi berwirausaha pada siswa SMK-Mataram Semarang.
- 1.3.2 Mengetahui tingkat penggunaan media sosial online *facebook* pada siswa SMK Mataram-Semarang.

1.3.3 Mengetahui tingkat motivasi berwirausaha siswa SMK Mataram-Semarang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil pelaksanaan penelitian ini memberi manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

### **1.4.1 Manfaat Secara Teoritis**

Sebagai bahan kajian atau informasi tentang berwirausaha dengan menggunakan fasilitas sosial media online untuk memancing daya tarik seseorang memulai usaha baru.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi Peserta Didik

Peserta didik dapat memperoleh peluang lebih luas dalam berwirausaha melalui sosial media online yang tidak membutuhkan biaya promosi yang mahal.

#### 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan mengenai penggunaan media sosial online *facebook* sebagai wadah memotivasi berwirausaha.

#### 3. Bagi Sekolah

Menambah referensi peran media sosial online *facebook* kepada sekolah, terutama tenaga pengajar dalam rangka menumbuhkan minat berwirausaha.



#### 4. Bagi Jurusan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan menambah referensi perpustakaan.

### **1.5 Penegasan Istilah**

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam mengartikan judul, dan membatasi cakupan penelitian ini, maka perlu diberikan batasan pada istilah-istilah berikut: antara lain penggunaan media sosial online *facebook*, motivasi berwirausaha, dan siswa SMK Mataram Semarang.

#### **1.5.1 Media sosial online *Facebook***

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (<http://id.wikipedia.org/wiki/mediasosial>).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, Media sosial adalah seperangkat aplikasi yang berjalan dalam jaringan internet dan memiliki tujuan dasar ideologi serta penggunaan teknologi yang berfungsi untuk saling tukar menukar konten (<http://www.bimbingan.org/pengertian-media-sosial-menurut-ahli.html>).

Media sosial online *facebook* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu wadah yang digunakan oleh siswa untuk mencari informasi dengan mudah dan cepat, menjalin relasi dengan teman sebaya, komunikasi jarak jauh dan mengekspresikan diri contohnya mengunggah foto pribadi dan meng "update" status tentang kegiatan, perasaan hati, bahkan untuk mempromosikan produk bagi mereka yang berkecimpung dalam jual beli lewat online.

### **1.5.2 Motivasi**

Motivasi adalah kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat (Hamzah, 2014 : 3).

Menurut Suryana(2003:69), motivasi adalah suatu proses dalam rangka mempengaruhi orang untuk melakukan sesuatu yang telah ditetapkan yang telah melahirkan kekuatan untuk menggerakkan seseorang berbuat dan bertindak mencapai tujuan. Motivasi intrinsik yaitu motivasi yang timbul dari dalam diri, tanpa ada paksaan dari luar untuk mencapai tujuan, sedangkan motivasi ekstrinsik yaitu motivasi yang timbul dari luar individu biasanya dari lingkungan.

Berkembangnya media sosial online dewasa ini, terutama facebook menjadi titik penting dalam memotivasi individu, baik intrinsik ataupun ekstrinsik. Ini didasarkan atas begitu mudah dan menariknya facebook tampil sebagai media sosial.

### **5.3 Berwirausaha**

Wirausaha adalah seseorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup(Tarsis Tarmudji, 1996:2). Wirausaha adalah pejuang yang menjadi teladan dalam bidang usaha (anoraga, 2002:137).

Jadi wirausaha adalah seseorang yang mempunyai nilai ketrampilan, jiwa pantang menyerah dan ulet dalam menjalankan bahkan mengelola suatu usaha.

Setelah mempelajari kegunaan media sosial online, diharapkan pengguna, dalam hal ini siswa SMK Mataram mampu memotivasi diri sendiri untuk menjadi seorang wirausaha di bidang makanan.

#### **1.5.4 Siswa SMK Mataram**

Siswa SMK Mataram Semarang adalah anak-anak yang secara administratif terdaftar sebagai siswa di SMK Mataram Semarang untuk tahun ajaran 2014/2015. Pada penelitian ini siswa SMK Mataram Semarang yang dijadikan obyek penelitian ada sejumlah 45 siswa yang kesemuanya duduk di Kelas X kompetensi Jasa Boga. Penelitian dititik beratkan pada sejauh mana para siswa SMK Mataram yang sudah mengenal dan sering menggunakan facebook,termotivasi untuk memanfaatkan media sosial tersebut sebagai sarana untuk berwira usaha.

### **1.6 Sistematika Skripsi**

Memberikan gambaran tentang keseluruhan isi skripsi, maka perlu diuraikan sistematikanya. Skripsi ini dapat dilihat terdiri dari tiga bagian dan lima bab.

#### **1.6.1 Bagian Pendahuluan**

Terdiri dari halaman judul skripsi, abstrak, halaman pengesahan,halaman motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

#### **1.6.2 Bagian Isi Yang Terdiri dari Lima Bab**

1. Bab 1: Pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.
2. Bab 2: Tinjauan Pustaka, Pada bab ini memaparkan tentang landasan teori yang digunakan sebagai landasan berpikir dan sebagai pegangan dalam melaksanakan penelitian. Landasan teori yang akan diuraikan

meliputi tinjauan tentang *Facebook* dan motivasi berwirausaha. Pada bab ini juga berisi kerangka berpikir dan hipotesis.

3. Bab 3: Metode Penelitian, berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, instrument penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reabilitas, dan metode analisis data.
4. Bab 4: Hasil Penelitian Dan Pembahasan, berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan.
5. Bab 5: Penutup, berisi simpulan dan saran.

### **1.6.3 Bagian Akhir**

Pada bagian akhir penelitian memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

1. Daftar pustaka memaparkan tentang daftar buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.
2. Lampiran berisi tentang kelengkapan penelitian dan perhitungan analisis data.

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Media Sosial *Online***

##### **2.1.1 Media Cetak**

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) seperti yang disadur oleh Apriadi Tamburaka dalam buku Literasi Media(2013:7), media dapat diartikan sebagai alat atau sarana komunikasi. Sedangkan menurut Nur'aini (2008:79), media diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim pesan ke penerima pesan. Syaiful Bahri Djamarah dan Aswar Zain (2006:120), berpendapat lebih luas perihal definisi media. Menurut beliau berdua, media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan.

Media yang sering digunakan oleh pengguna antara lain majalah, radio, televisi, film poster, dan spanduk. Selain sebagai sarana komunikasi, media juga dapat dikatakan alat pendukung sebagai sarana bertukar, pengantar maupun pengirim pesan guna mencapai tujuan. Keberadaan media yang disebutkan di atas kini memperoleh teman baru, yaitu munculnya media *online* seperti *website*, *blog*, forum dan jejaring sosial. Dikatakan teman baru, karena kedua jenis media di atas memiliki segmen pasar yang berbeda, jadi keduanya dapat saling melengkapi. Namun di sisi lain media tersebut juga bersaing dalam merebut pasar karena keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

### **2.1.2 Media Sosial / *Social media***

Media sosial atau *social media* merupakan sarana percakapan yang terjadi di internet yang ditopang oleh alat berupa aplikasi atau *software*. Media sosial diakses tidak hanya untuk mencari informasi tetapi juga untuk berkomunikasi. Awalnya komunikasi yang difasilitasi oleh seperti internet cenderung searah, sementara komunikasi di media sosial kini bersifat interaktif, terbuka dan memungkinkan setiap orang untuk ikut berpartisipasi di dalamnya. Beberapa situs media sosial yang tersedia sekarang ini yaitu: *Blog, Twitter, Facebook, Wikipedia, dan YouTube*.

### **2.1.3 Jejaring Sosial/ *Social Network***

Jejaring sosial (*social network*) adalah bentuk struktur sosial yang terdiri dari simpul-simpul yang saling terkait dan terikat oleh satu tipe atau lebih dalam hubungan yang spesifik. Menurut Apriadi (2013:78) jejaring sosial merupakan sebuah media yang digunakan untuk aktivitas sosial di dunia maya.

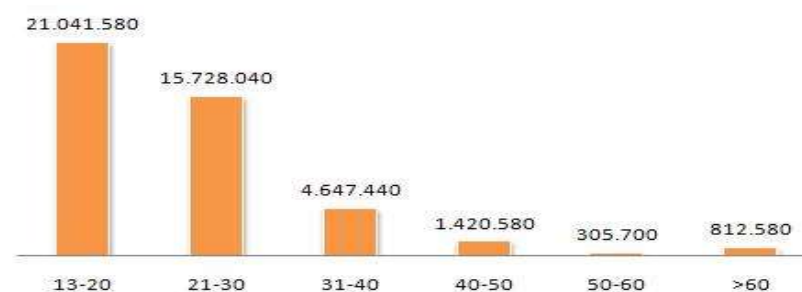
Antarpengguna yang bertemu dalam *facebook* berawal dari kepemilikan akun dari masing-masing individu. Pertemuan kedua dan seterusnya sangat ditentukan oleh masing-masing pengguna yaitu tergantung pada faktor pemenuhan kebutuhan. Apakah relasi yang mereka jalin lewat *facebook* bermanfaat atau tidak. Begitu mereka merasa mampu memberi dan menerima informasi sesuai dengan kebutuhannya, selain informasi menjadi bertambah dan berkembang, frekuensi pertemuan mereka, juga semakin sering terjalin. Pada gilirannya terjadilah relasi *give and take*, saling memberi dan menerima informasi.

Kebutuhan yang mengikat masing-masing individu akan terus berkembang. Informasi yang dibutuhkan dan diperoleh pun dapat semakin meningkat

jumlahnya. Komunikasi lewat *facebook* yang awalnya sekedar saling mengenal, menjadi saling membutuhkan, termasuk hal-hal yang mereka miliki. Berkaitan kebutuhan yang terus meningkat, sementara pemenuhan terbatas, pihak pengguna *facebook* akan terus berusaha mencari pemenuhan lewat jalinan komunikasi dengan pengguna *facebook* lainnya. Yang terjadi, para pengguna *facebook* akan mengikatkan diri dalam satu komunitas, organisasi.

## 2.2 Tinjauan Tentang Facebook

*Facebook* merupakan situs media sosial yang pernah populer di Indonesia. Pada April 2010, menurut *The New York Times* yang dikutip oleh buku *literasi media* (2013:80), merilis laporan berita bahwa beberapa negara yang memiliki pengguna *facebook* terbanyak antara lain, Amerika Serikat, Inggris dan Indonesia. Pengguna FB di Indonesia tahun tersebut, 2010 mencapai 10% dari total penduduk Indonesia dengan jumlah sekitar 24 juta pengguna. Berdasarkan data yang diperoleh dari Statistik pengguna *facebook* berdasarkan umur dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber : data statistik pengguna *facebook* 2012 di Indonesia

**Gambar 2.1.** Pengguna *facebook* Berdasarkan Umur

Gambar diatas menunjukkan bahwa sebagian besar penggunaan jejaring sosial jenis *facebook* adalah kalangan yang berusia 13-20 tahun. Pada usia 13-20 tahun di Indonesia merupakan usia seseorang sebagai peserta didik, baik pelajar tingkat menengah atas maupun mahasiswa. Hal ini dikarenakan awal berdirinya *facebook* dikhususkan untuk menghubungkan jalinan pertemanan.

### **2.2.1 Penggunaan Media Sosial Facebook**

Perkembangan teknologi yang semakin maju memberi kemudahan seseorang untuk menggunakan jaringan sosial yaitu *facebook*. Mengakses *facebook* dapat menggunakan sarana media seperti *handphone*, komputer dan laptop yang dihubungkan dengan jaringan internet. *Handphone* memiliki bentuk yang kecil sehingga mudah untuk dibawa bepergian. Mengakses *facebook* dengan menggunakan *handphone* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, misalnya di sekolah, di *mall* ataupun di tempat lain. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Rahmi Ariyanti (2011) yaitu *handphone* dapat menyimpan suatu data dan mudah dibawa kemana-mana, sebab *handphone* memiliki bentuk yang kecil dan dapat dibawa di dalam kelas sehingga memungkinkan siswa untuk mengakses *Facebook* di kelas. Sekarang *handphone* sebagai alternatif sarana media yang banyak digemari oleh masyarakat khususnya kalangan peserta didik untuk mengakses *facebook* disbanding dengan media komputer dan laptop, karena *handphone* lebih mudah dibawa.

### **2.2.2 Kegiatan dan Tampilan Menggunakan Facebook**

Pada penggunaan *facebook*, pengunjung harus terlebih dulu melewati tahap akses sehingga ditemukannya akun *facebook*. Menurut kamus bahasa Indonesia



“mengakses” berasal dari kata “akses” yang artinya jalan masuk. Sehingga dapat didefinisikan “mengakses situs *facebook* yaitu membuat akses atau membuka situs *Facebook* dan memanfaatkannya untuk kehidupan pribadi atau bermasyarakat”.

Situs tersebut secara luas dapat dimanfaatkan sebagai wadah berwirausaha, seperti mengunggah, mendapatkan informasi. Seperti kegiatan mengakses facebook yang diungkapkan oleh Rudy Hakim (2012:9), yang antara lain meliputi

1. Mengisi profil / informasi jati diri dan mengisi foto diri pada profil
2. Menambah teman (*add friend*)
3. Informasi dan konfirmasi pertemanan
4. Membuat status
5. Memberikan komentar
6. Mengunggah (*upload*) foto dan *video*
7. Memberi tanda (*tag*)
8. Membuat acara
9. Membuat grup
10. Membuat catatan pada *Facebook*
11. Membuat taut pada *Facebook*
12. *Facebook chatting*

Berikut merupakan penjelasan mengenai kegiatan mengakses *Facebook* yaitu :

1. Mengisi informasi jati diri dan mengisi foto diri pada profil.

Profil atau data diri merupakan halaman yang akan dilihat oleh orang lain. Halaman ini akan menunjukkan kepada pengguna lain terkait seluruh info dan daftar riwayat pemilik akun *facebook*. Oleh karena itu, sebaiknya mengisi profil secara lengkap dan menyisipkan foto.

2. Menambah teman (*add friend*)

Mendapat banyak teman dalam waktu singkat, Sebuah hal yang menguntungkan. Semua tahu bahwa *facebook* mempermudah menemukan identitas teman yang dikenal maupun yang ingin mempunyai kenalan teman baru. Untuk mencari dan menambah teman dalam *facebook* kita dapat menggunakan kotak pencarian yang ada dalam menu *facebook* dengan menuliskan nama orang yang kita cari, atau kita juga dapat menemukan orang yang kita kenal secara otomatis di beranda FB dalam tampilan “Temukan orang yang anda kenal”. Selain itu kita dapat memanfaatkan menu “Hubungkan diri anda dengan lebih banyak teman” dalam *facebook*, menu ini kita dapat mengirimkan banyak undangan kepada teman yang terdaftar dalam kotak layanan e-mail ( Gmail, Yahoo, dll ).

3. Informasi dan konfirmasi pertemanan

Setelah menambahkan teman akan terlihat informasi permintaan pertemanan dari pengguna untuk mengajak berteman di pengguna *facebook* lain. Langkah yang dilakukan yaitu mengkonfirmasi pertemanan. Tampilan

informasi dan konfirmasi pertemanan di *facebook* akan muncul pilihan “konfirmasi” atau “lain kali”. Apabila pengguna *facebook* ingin menerima pertemanan pilih “konfirmasi” sedangkan pilihan “lain kali” diartikan pengguna *facebook* tidak ingin atau tidak menerima permintaan pertemanan.

#### 4. Membuat status

Pemilik akun *facebook* dapat mengirimkan status yang sedang dikerjakan pada saat akan di *share* kepada orang lain (*public*).

#### 5. Memberikan komentar

Pemberian komentar di *facebook* dapat dilakukan setelah memperoleh teman dalam *facebook*, maka pemilik akun *facebook* dapat memberikan komentar pada salah satu teman yang dipilih tersebut. Isi komentar dapat berupa salam, testimonial, status tentang perasaan yang dirasakan dan kegiatan yang sedang dilakukan atau kejadian yang di alami pengguna *facebook*. Dan pengguna *facebook* dapat memberikan komentar pada gambar atau foto yang terdapat pada pengguna *facebook* yang lain.

#### 6. Mengunggah (*upload*) foto dan video

Pengguna *facebook* dapat mengunggah foto dan video yang nantinya dapat dikomentari oleh teman pemilik *facebook*. Pengunggahan foto dan video di *facebook* tidak ada batasannya sehingga pengguna *facebook* dapat menjadikan foto-foto yang berkesan dalam 1 album. Bagi orang yang memiliki jiwa wirausaha dapat menempatkan media tersebut sebagai peluang menarik untuk menjajakan barang dagangannya.

#### 7. Memberi tanda (*tag*)

Setelah pemilik akun *facebook* menyisipkan atau membuat status atau album foto tersebut dapat diberi keterangan (tanda) sehingga pemilik akun dapat mudah dikenal. Pemberian tanda tersebut, biasanya pada status atau foto yang berisi beberapa orang dan pemilik akun *facebook* salah satu dari bagian status atau foto tersebut.

#### 8. Membuat acara

Pemilik akun *facebook* juga dapat membuat acara yang berfungsi mengundang temannya untuk hadir pada acara tersebut contohnya seperti acara kumpul bersama.

#### 9. Membuat grup

Pemilik akun *facebook* dapat membuat grup contohnya seperti grup jual beli *hanphoned* daerah Semarang sehingga munculnya interaksi penjual ke pembeli seperti jugagrup alumni sekolah yang dulu sehingga bisa berkomunikasi dengan teman-temannya yang bergabung dengan grup tersebut.

#### 10. Membuat catatan pada *Facebook*

Pemilik akun *Facebook* dapat menambahkan catatan dalam *Facebook* yang dikelola. Catatan tersebut dapat dikomentari orang lain, sehingga akan lebih mengakrabkan diantara pengguna *Facebook*.

#### 11. Membuat tautan pada *Facebook*

Tautan atau *link* merupakan salah satu cara untuk memperlihatkan alamat *website* tertentu dan dapat dikunjungi oleh teman-teman di *facebook*. Tautan sering digunakan seseorang yang dipunyai dalam dirinya dengan

contoh mempromosikan bisnis *online*-nya atau pun memberikan materi yang mendidik melalui blog pribadinya yang didapat unggah secara langsung melalui *facebook*.

## 12. *Facebook chatting*

Salah satu fasilitas dalam *facebook* adalah berkomunikasi dengan orang lain sesama pengguna *facebook* yang sedang *online*, diantaranya adalah *chatting*. *Chatting* merupakan percakapan dengan pengguna lainnya (teman, saudara, kerabat baik) tetapi hanya bisa di jaringan yang sama atau sesama pengguna *facebook*.

### 2.2.3. Penggunaan *Facebook* yang Benar dan Tidak Benar

Penjelasan tentang kegiatan mengakes *facebook*, sangat mudah untuk dipahami dan digunakan oleh siapa saja. Penggunaan *facebook* perlu diperhatikan yang benar dan tidaknya, pada penggunaan *facebook* yang tidak benar akan berdampak negatif pada diri sendiri ataupun orang lain. Menurut Adytia (2011) diakses pada tanggal 03 Oktober 2013 terdapat beberapa penggunaan *facebook* yang benar, sebagai berikut:

1. Memiilih teman yang dikenal dan sebelumnya lihat profil lengkapnya karena teman menentukan karakter seorang.
2. Memberikan status yang bermanfaat dan mempunyai sifat membanggun semangat untuk diri sendiri dan orang lain yang membaca, bukan dengan menulis komentar yang tidak sopan, menghujat, makian, cacian dan berbau sara. Hal ini menghindari ketidak simpatikan dari pengguna lain saat

membaca. Sebaiknya berhati-hati dengan penulisan status yang mungkin menyinggung orang lain baik atasan/kantor, apabila terpaksa sampaikan dengan bijak.

3. Apabila berbisnis/pembuat ide buatlah *page/grup* yang baik dan tidak memaksa. Bergabung dengan *page/groups* yang bermanfaat. Tidak mengandung unsur teroris, kejahatan, seksual, dan lain-lainnyayang berdampak negatif.
4. Memantau perkembangan *facebook* secara periodik, di mungkinkan ada hal yang mencurigakan atau merusak nama baik. Hal ini bertujuan tidak terjadi kesalahpahaman dalam percakapan di *facebook* antara pengguna lain karena banyak pengguna *facebook* yang menggunakan identitas palsu.

Pada penyalahgunaan facebook menurut Apriadi (2013:227) dikarenakan pemilik akun *facebook* itu sendiri yang sengaja bebas mengolah dan mengubah karakternya sesuai yang diinginkanya meskipun itu tidak sesuai dengan kenyataan semisal foto profil belum tentu miliknya, nama-nama yang aneh, unik dan lucu, sedangkan pengguna lain hanya dapat melihat panggung depan (*front stage*) tetapi tidak dapat mengetahui perubahan yang terjadi di panggung belakang (*back stage*).

#### **2.2.4 Kelebihan dan Kekurangan Facebook**

*Facebook* memiliki kelebihan dan juga memiliki kekurangan. Pada segi kelebihan *facebook* dapat dimanfaatkan untuk kegiatan sampingan, sedangkan kekurangannya yang menjadikan dampak negatif sehingga menjadikan pedoman

untuk patut tidak diaksesnya *facebook* tersebut. Menurut Reza Fahlepi (2012) diakses pada tanggal 10 Juni 2013 keberadaan *facebook* memiliki beberapa kelebihan sebagai berikut:

1. Penggunaan *facebook* lebih mudah dibanding dengan jejaring sosial lainnya.
2. Pemakaiannya gratis dan tanpa batasan dengan membuka alamat situs [www.facebook.com](http://www.facebook.com), sehingga memudahkan untuk berinteraksi antar pengguna *Facebook*.
3. *Facebook* dapat digunakan sebagai tempat bisnis, dan membangun komunitas.
4. *Facebook* dapat diakses dimanapun, kapanpun, dan dalam keadaan apapun.
5. *Facebook* memiliki aplikasi yang unik dan beragam, seperti Tes IQ sehingga aplikasi ini membuat pengguna lebih lama menggunakan *Facebook* yang bermanfaat.
6. Mengetahui apakah ada teman sedang *online* di *facebook* atau tidak melalui chat yang tersedia.

Sedangkan kekurangan dari keberadaan *facebook* mempunyaipoin-poin yang sangat penting dan berdampak negatif pada pengguna. Kekurangan keberadaan *facebook* sebagai berikut:

1. *Facebook* lebih digemari sehingga banyak orang yang melakukan plagiat contohnya banyak pemilik akun yang tidak mengisi identitas yang sebenarnya, bahkan memakai identitas yang sama dengan pengguna lain..

2. Lebih dari 60% pelajar di Indonesia adalah pengguna *Facebook* dan 75% per harinya mereka akan membuka situs ini, sehingga nantinya akan mengganggu kegiatan belajar.
3. *Facebook* dapat menjadi tempat permasalahan, diantaranya melakukan pelecehan melalui status, menghina lewat komentar.

Menurut Mia Purwanti (2010) yang diakses tanggal 3 Maret 2013, menyatakan bahwa *Facebook* memiliki kelebihan dan kekurangan terhadap siswa. Kelebihan *Facebook* antara lain:

1. Siswa dapat melakukan silaturahmi dan saling berbagi pengetahuan.
2. Sebagai pelepas penat dengan kita mengupdate status yang merupakan buku harian eletronik yang bisa dibaca siapapun
3. Sebagai memperpendek jarak antar pengguna dibelahan dunia manapun
4. Sebagai motivasi dari kita ke teman lain atau teman lain ke kita
5. Sebagai wadah iklan atau promosi barang atau jasa
6. Sebagai tempat dikusi tentang pelajaran atau organisasi tertentu yang menunjang nilai disekolah

Dampak negatif yang diakibatkan oleh penggunaan *Facebook* bagi para siswa diantaranya:

1. Siswa menjadi malas karena memanfaatkan alpikasi *chatting* di *facebook*.
2. Siswa bisa saja akan mengikuti apa saja diperintahkan oleh teman *facebook*-nya, tak peduli apakah yang diperintahkan itu hal baik atau buruk, benar atau salah. Terkadang pertemanan lewat *facebook* tanpa mengandalkan filter atau



pertimbangan. Apa yang dituangkan di *facebook*, itulah yang harus dilakukan atau ditiru.

3. Siswa menjadi boros dikarenakan uang saku yang diberikan oleh orang tuanya digunakan untuk membayar internet di warung internet atau mengisi ulang pulsa pada ponselnya.
4. Pada pemakaian lama dan dalam jangka waktu yang panjang akan berdampak secara langsung pada fisiknya seperti iritasi mata, sakit pada tulang belakang karena terlalu lama duduk yang menyebabkan tegang pada tulang belakang dan yang lebih membahayakan radiasi radio aktifnya yang dapat menyebabkan kanker karena sel-sel tubuh menjadi rusak dan tidak berkembang dengan baik.

Para ahli diatas telah menjelaskan banyak hal mengenai kelebihan dan kekurangan menggunakan *facebook*.Maka dapat dikatakan bahwa kelebihan penggunaan *facebook* bagi siswa yaitu siswayaitu mereka dimudahkan untuk bersilaturahmi, saling berbagi informasi tentang kegiatan sekolah, mempermudah bertukar pikiran mengenai materi pelajaran yang akan memerlukan jangkauan wawasan siswa. Bagi siswa yang berkeinginan meniti profesi sebagai wirausaha, atau berbisnis, mereka dapat dengan mudah mempergunakan sarana *Facebook*.Selainbeayanya lebih murah, untuk mendapatkan peluang dan mempromosikan suatu barang, para penggunanya dapat melihat semua itu lewat *facebook* yang tergabung dalam *page/group*.

Selain kelebihan-kelebihan diatas, facebook juga memiliki sejumlah kekurangan. Salah satu di antaranya adalah membuat siswa boros, yaitu tatkala ia

membuka aplikasi *Facebook*.. Karena keasikan menggunakan fitur-fitur di dalam *facebook*, dapat juga membuat siswa malas belajar. Kekurangan yang lain, yaitu pengaruh pada mata dan tulang belakang terhadap penggunaannya. Menikmati fasilitas *facebook* terlalu lama dan dalam jangka waktu yang panjang dapat menyebabkan iritasi mata dan sakit pada tulang belakang.

Jenis kegiatan yang dapat dilakukan oleh para pengguna *facebook* pada dasarnya adalah menyampaikan dan mencari informasi. Dengan fasilitas *facebook*, pengguna dapat menentukan apa yang ingin dilakukan dengan memilih fasilitas yang sudah tersedia. Pengguna dapat mengunggah foto pribadi, atau foto orang lain agar sehingga membuat pengguna berkesan. Pengguna *facebook* dapat juga bertukar informasi atau opini lewat “*chatting*”, mengirimkan komentar pada status atau foto pengguna *facebook* lain. Rincian data pribadi yang dirasa kurang lengkap seperti penambahan pekerjaan, status hubungan dan sebagainya dapat diperbaharui menggunakan fasilitas *boxes*. Fasilitas kotak pencarian memberikan peluang bagi pengguna *facebook* yang ingin mencari teman maupun menambah kenalan baru. Andaikan pengguna *facebook* menginginkan agar informasinya lekas terbaca, pesan dapat dikirim dengan memanfaatkan halaman muka profil. Selain kegiatan tersebut ada juga pengguna yang memanfaatkan *facebook* sebagai media penjualan melalui group yang telah diikutinya guna mendapatkan barang yang sesuai diinginkan atau menjual barang yang menurutnya bermanfaat dan menghasilkan.

## **2.3 Motivasi Berwirausaha**

### **2.3.1 Motivasi**

Motivasi adalah kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat (Hamzah, 2014:3). Motivasi adalah karakteristik psikologi manusia yang memberi kontribusi pada tingkat komitmen seseorang (Stoner, Dkk,1996:134). Menurut Sardiman (2007:73) motivasi adalah daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Yudrik Jahja, (2011:64) mendefinisikan motivasi sebagai dorongan yang datang dari dalam untuk berbuat. Motivasi adalah suatu konstruk teoritis mengenai terjadinya perilaku (Irawanto, 2002:193).

Motivasi juga dapat dikatakan sebagai kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar diri seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, atau dengan kata lain motivasi dapat diartikan proses mempengaruhi orang lain atau orang-orang disekitar agar melakukan pekerjaan yang diinginkan, sesuai dengan tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya

Motivasi dapat digunakan sebagai faktor yang mendasari seseorang dalam berbuat sesuatu, teori yang digunakan salah satunya adalah teori motivasi yaitu teori Hierarki Kebutuhan oleh Abraham Maslow. Teori ini menjelaskan tentang kebutuhan-kebutuhan dasar bagi kelangsungan hidup seseorang. Terdapat lima kebutuhan yang diungkapkan oleh Abraham Maslow dikutip oleh (Suryana, 2011:53) yaitu kebutuhan fisiologi berupa kebutuhan makan dan minum, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial seperti kebutuhan yang dicintai dan

diperhatikan, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri untuk memperjelas dapat dilihat pada gambar teori hierarki Abraham Maslow.



**Gambar 2.2** Teori hierarki Abraham Maslow

Adapun keterangan serta penjabaran dari gambar 2.2 di atas adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan fisiologis

Kebutuhan yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup seseorang seperti makan, minum, udara, perumahan. Kebutuhan fisiologis sering disebut sebagai kebutuhan primer atau utama. Kebutuhan tersebut kebutuhan nyata yang tidak pernah berhenti pada titik tertentu. Jenis kebutuhan fisiologis ini merupakan kebutuhan yang paling mendasar dari semua kebutuhan manusia.

2. Kebutuhan akan keamanan.

Setiap orang yang hidup di suatu tempat selalu mendambakan suasana yang nyaman dan damai, tak peduli tempat seperti apa yang dicita-citakan atau dihuni. Tempat itu harus menjanjikan kehidupan yang terbebas dari

gangguan atau ancaman, baik oleh alam ataupun lingkungan masyarakat. Pemenuhan kebutuhan akan keamanan, memberikan dorongan terhadap setiap orang dapat melakukan kegiatan dengan leluasa dan senang hati, sehingga kehidupannya dapat tumbuh dan berkembang. Maka logis jika pada waktu seseorang memiliki pendapatan yang cukup atau berlebih, mereka menjamin keamanan dirinya, baik pribadi atau harta bendanya ke dalam bentuk asuransi. Jika suatu ketika ketidak amanan melanda, ada fihak lain, yaitu asuransi, yang akan mengambil alih resikonya.

### 3. Kebutuhan Sosial

Tingkat hierarki Maslow yang ketiga meliputi berbagai kebutuhan sosial seperti cinta, kasih sayang, pemilikan, dan penerimaan. Sebagai makhluk sosial, manusia didorong untuk bersosialisasi/hidup dalam sebuah ikatan. Dengan dikarunianya cipta, karsa dan rasa, manusia terus berupaya membentuk kebersamaan dan berusaha menyamakan perbedaan agar tercapai keseimbangan sosial; baik dalam keluarga, ataupun lingkungan luar keluarga.

### 4. Kebutuhan Harga Diri

Jika berbagai kebutuhan sosial sedikit banyaknya sudah terpenuhi, tingkat hierarki Maslow yang keempat menjadi berlaku. Tingkat ini berhubungan dengan kebutuhan akan kepentingan diri sendiri. Kebutuhan ini dapat berorientasi kedalam maupun keluar diri, atau kedua-duanya. Kebutuhan Ego yang terarah kedalam dirimencerminkan kebutuhan individu akan penerimaan diri, harga diri, kesuksesan, kemandirian, kepuasan pribadi atas pekerjaan yang dilaksanakan dengan baik. Kebutuhan ego yang terarah

keluar dirimeliputi kebutuhan akan martabat, nama baik, status, dan pengakuan dari orang lain.

#### 5. Kebutuhan akan Aktualisasi Diri

Menurut Maslow, mayoritas seseorang tidak puas akan kebutuhan egonya jika tidak bergerak ke tingkat yang kelima, yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri (pemuhan diri). Kebutuhan aktualisasi diri mengacu pada keinginan individu untuk melengkapi kemampuannya supaya tujuan yang diinginkan tercapai. Maslow mengatakan, "Orang harus melakukan dengan kemampuan yang maksimal supaya keinginannya yang dituju tercapai". Maslow memperhatikan bahwa kebutuhan mengaktualisasi diri tidak perlu merupakan keinginan yang kreatif mungkin sekali berbentuk demikian pada orang yang mempunyai kemampuan untuk berkreatifitas.

Teori Abraham Maslow ini mengungkapkan sejumlah kebutuhan manusia secara mendasar yang harus dipenuhi. Kemunculan media sosial dengan situs facebook dapat dijadikan sebagai alat atau sarana bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

#### **2.3.2 Proses Motivasi**

Manusia sebagai makhluk sosial berusaha sosial untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi. Setiap kebutuhan, keinginan yang dimiliki oleh seseorang akan memberikan dorongan, kekuatan untuk melakukan suatu tindakan sesuai dengan tujuan yang dikehendaki. Menimbulkan adanya tindakan atau perilaku untuk memenuhi kebutuhan tersebut dan terjadi umpan balik dari

kebutuhan dan keinginan yang mendesak menghasilkan kepuasan setelah kebutuhannya tercapai.

Guna memenuhi kebutuhan ataupun keinginan, seseorang memerlukan pihak lain sebagai fasilitasnya. Dengan bekerja sama yang saling menguntungkan, baik pihak yang mengejar keinginan atau kebutuhan dengan orang yang memenuhi keinginan atau kebutuhan, keduanya harus mendapatkan hak yang seimbang, karena pada dasarnya pihak yang memenuhi kebutuhan dan keinginan juga mengejar kebutuhan atau keinginan, hanya saja bentuknya yang berbeda-beda.

Ini membuktikan bahwa motivasi menumbuhkan proses interaktif. Masing-masing yang terlibat memiliki kesamaan atau kesesuaian dalam hal pemenuhan kebutuhan, keinginan dan harapan.

### **2.3.3 Ciri-Ciri Motivasi**

Motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan mendesak dan tidak terpenuhi, sehingga seseorang akan mengalami tekanan (Schiffman dan Kanuk, 2000). Pada saat kebutuhan belum terpenuhi, maka seseorang mengalami ketidakseimbangan. Sebagai jalan keluarnya, seseorang perlu melakukan usaha atau upaya guna memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga muncul keseimbangan pada diri seseorang. Tingginya motivasi seseorang menunjukkan adanya perbedaan kecenderungan seseorang dalam berusaha untuk meraih suatu prestasi dan pemenuhan kebutuhan secara optimal.

Motivasi dan berwirausaha merupakan dua hal yang saling mempengaruhi. Berwirausaha merupakan suatu kegiatan atau usaha yang

selalu bergerak menciptakan peluang dan kesempatan dengan ketrampilan dan kemandirian yang dimiliki.

Motivasi berwirausaha dapat timbul karena faktor dalam individu atau intrinsik berupa minat yaitu suatu keinginan yang timbul dari dalam diri seseorang individu tanpa adanya paksaan atau tekanan dari luar individu.

Sedangkan faktor lainnya yaitu faktor ekstrinsik atau yang disebut faktor motivasi yang timbul dari luar individu seperti kebutuhan keuangan guna memenuhi kebutuhan utama yaitu sandang, pangan, papan, serta kebutuhan sosial yang mampu memberikan rasa keterikatan dan kasih sayang antar individu secara mendalam untuk saling bergaul dan bersosialisasi dengan sesama individu. Motivasi merupakan hal yang sangat penting dalam berwirausaha, karena dengan motivasi yang tinggi mampu meningkatkan prestasi juga, hal terpenting mampu memenuhi kebutuhan yang akan dicapai.

Motivasi intrinsik lebih dominan untuk mempengaruhi individu berwirausaha. Karena, tanpa minat dari dalam individu, mustahil seseorang berkeinginan untuk melakukan wirausaha.

Ciri-ciri wirausaha yang memiliki motivasi tinggi (Suryana 2011:53) adalah sebagai berikut:

1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan yang timbul pada dirinya.
2. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan
3. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi



4. Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan
5. Menyukai dan melihat tantangan secara seimbang

#### **2.3.4 Jenis- Jenis Motivasi**

Setiap orang memiliki motivasi yang berbeda-beda dan besar keinginan untuk termotivasi pun berbeda. Motivasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu motivasi intrinsik (dalam) dan motivasi ekstrinsik (luar) (Hamzah, 2014:4).

Motivasi intrinsik adalah motivasi yang timbulnya tidak memerlukan rangsangan dari luar karena memang telah ada dalam diri individu sendiri. Pada hubungan ini seseorang akan bertindak atau melakukan tanpa ada paksaan maupun pengaruh sekitar. Termasuk dalam motivasi instrinsik adalah kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri.

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang datang dari pengaruh luar yang mendorong seseorang melakukan sesuatu. Menurut A.H Maslow motivasi ekstrinsik (*Satisfied Eksternally*) terdiri dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan dan kebutuhan sosial.

#### **2.3.5 Fungsi Motivasi**

Motivasi sangat penting artinya dalam mengawal seseorang meraih cita-cita, karena ia berperan sekali dalam mengendalikan keseimbangan pikiran dan perasaan. Apapun jenis kegiatannya kegiatan apapun jenisnya, terkadang seseorang berhenti di tengah jalan, atau bahkan sama sekali tak melakukan apapun karena kurang konsentrasi atau kurang mantap karena motivasinya tak terjaga dengan stabil.

Menurut Sardiman (2007:85) terdapat tiga fungsi motivasi, yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi sebagai pendorong

Timbulnya untuk berbuat jadi suatu perbuatan tidak akan timbul tanpa adanya motivasi yang jelas sehingga mampu mendorong seseorang untuk bertindak.

2. Motivasi sebagai Penentuan arah perbuatan

Motivasi dapat mengarahkan suatu perbuatan seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Akan tetapi apa yang harus dilakukan, harus didasari motivasi yang jelas agar tujuan yang dicita-citakan tercapai.

3. Motivasi sebagai Menyeleksi perbuatan

Motivasi ikut berperan dalam menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan, yang serasi guna mencapai tujuan dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat untuk kepentingan tujuan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi sangat besar peranannya terhadap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, dengan adanya motivasi maka seseorang akan terdorong untuk melakukan suatu tindakan, upaya atau usaha dimana tindakan yang diinginkan akan tercapai dengan hasil yang memuaskan.

## **2.4 Wirausaha**

Wirausaha berasal dari kata wira dan usaha, kata wira berarti teladan atau patut dicontoh sedangkan usaha berarti berkemauan keras, memperoleh

manfaat. Jadi wirausaha adalah seseorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup. kewirausaha adalah sebuah proses disiplin dan sistematis dalam menerapkan kreativitas terhadap kebutuhan, problem, dan peluang pasar (Franky, 2014:17).

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumberdaya untuk mencari peluang menuju sukses (Suryana, 2011:2). Kewirausahaan adalah sebuah proses dinamis dalam menciptakan tambahan kekayaan (Robert, 2006:9).

#### **2.4.1 Ciri-Ciri Wirausaha**

Ciri-ciri wirausahamerupakan karakter kepribadian yang selayaknya dimiliki oleh seorang wirausaha. Secara umum dapat dikatakan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang memiliki keberanian, dan potensi untuk berprestasi. Ia senantiasa memiliki motivasi yang besar untuk berprestasi. Orang yang memiliki prestasi tinggi biasanya memiliki kepuassan tinggi apabila berhasil menyelesaikan pekerjaan yang menantang dan melakukan segala sesuatu secara optimal. Ciri-ciri orang wirausaha selayaknya memiliki jiwa wirausaha sebagai berikut (Anoraga, 2002:142):

1. Memiliki cita-cita dan kemudian berusaha mewujudkan cita-cita tersebut
2. Berani menanggung resiko
3. Mau dan suka bekerja keras
4. Memiliki semangat kerja yang tinggi dan tidak mudah putus asa
5. Memiliki rasa percaya diri yang kuat

6. Memiliki keterampilan untuk memimpin orang lain
7. Memiliki daya kreativitas yang tinggi

Sedangkan menurut Geogffery Meredith,(anoraga, 2002:147) berpendapat bahwa terdapat enam ciri-ciri wirausaha:

1. Percaya diri, ada keyakinan , dan optimisme
2. Berorientasi pada tugas
3. Berani mengambil resiko
4. Mempunyai jiwa kepemimpinan
5. Keorisinilan
6. Berorientasi pada masa depan

Sedangkan menurut(Franky, 2013:3), wirausaha yang berhasil adalah merekayang mampu meningkatkan prestasi kerjanya, yaitu pertumbuhan usaha dari hari kehari. Ciri-ciri atau karakter wirausaha yang berhasil menurut beliau adalah :

1. Memiliki hasrat untuk menanggung tanggungjawab. Seorang wirausaha tidak akan melihat sebuah tanggungjawab sebagai beban, namun merupakan sebuah proses yang terjadi dengan sendirinya dalam mencapai tujuannya
2. Mengambil risiko menengah. Setiap risiko yang diambil dilakukan dengan penuh perhitungan, perencanaan, berdasarkan pengetahuan yang dimilikinya. Meskipun suka mengambil risiko namun seorang wirausaha akan menyukai jenis risiko tingkat menengah

3. Percaya diri. Seorang wirausaha memiliki rasa percaya diri yang tinggi dan optimis untuk mencapai kesuksesan. Sebuah pola pikir positif selalu ada dalam benaknya sehingga setiap langkah dan keputusan yang diambilnya cenderung berhasil.
4. Berhasrat untuk mengetahui umpan balik secepatnya, rasa penasaran dari hasil setiap keputusan yang diambilnya ingin cepat diketahui, sehingga jika wirausaha salah mengambil keputusan maka dengan cepat dapat diperbaiki.
5. Energic, sifat natural dari wirausaha. Sifat ini dibutuhkan secara konsisten dalam mendirikan perusahaan.
6. Berorientasi pada masa depan. Seorang wirausaha memiliki indra untuk melihat peluang, oleh sebab itu sifat ini mendorong wirausaha tidak berkepat pada masalah, melainkan memiliki banyak pemikiran pada situasi masa depan dan berusaha untuk memanfaatkan peluang yang baru untuk mencapai keuntungan.
7. Keterampilan berorganisasi. Ini adalah sebuah kemampuan untuk mengatur sebuah organisasi, yang dibutuhkan bagi seorang wirausaha. Pada dasarnya mengelola sebuah usaha akan selalu berhubungan dengan manusia sehingga manajemen organisasi sangat diperlukan.
8. Menilai prestasi lebih tinggi dari pada uang. Layaknya perbandingan yang memerlukan perhitungan skor untuk menentukan pemenang demikian pula halnya dengan seorang wirausaha. Orientasi seorang

wirausaha adalah pada kebanggaan dan hasrat dalam meraih kesuksesan dan uang adalah sebuah *scoring* untuk mengukur kesuksesan.

#### **2.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha**

Motivasi berwirausaha menumbuhkan keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Hal ini seringkali disamakan dengan kebutuhan akan menguasai orang lain. Kecenderungan individu yang mempunyai motivasi berwirausaha yang kuat, biasanya lebih menyukai peran kepemimpinan daripada peran sebagai bawahan. Mereka ingin terus menunjukkan kemampuan untuk memikul tanggung jawab. Seseorang dengan motivasi kepemimpinan yang tinggi lebih banyak berfikir mengenai cara menguasai banyak orang, daripada mempengaruhi.

Dalam *Entrepreneur's Handbook* yang dikutip oleh Yuyun Wirasmita (Suryana, 2011:55), dikemukakan beberapa alasan seseorang menjadi wirausaha, yaitu :

1. **Kebutuhan Keuangan**

Keuangan adalah salah satu kebutuhan manusia dalam mencari nafkah atau uang, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebagai jaminan stabilitas keuangan.

2. **Kebutuhan sosial**

Sosial adalah bersosialisasi, bergaul, berkumpul untuk memenuhi bertemu dengan oranglain bahkan bertemu dengan banyak orang. Manusia tidak dapat hidup tanpa bersosialisasi, selain untuk bergaul, mampu membuka jaringan luas pada rekan rekan kerja.

### 3. Pelayanan

Pelayanan untuk memberikan pekerjaan pada masyarakat, untuk membantu ekonomi masyarakat, untuk masa depan anak-anak dan keluarga, untuk mensejahterakan masyarakat sekitar.

### 4. Pemenuhan Diri

Pemenuhan diri yaitu menjadi atasan atau mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan untuk menghindari ketergantungan pada orang lain, menjadi produktif dengan kemampuan pribadi.

Menurut Kasmir (2006:37-38), Ia menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha dilandasi oleh lima faktor, anataralain:

#### 1. Keluarga Pengusaha

Seorang memulai usaha karena keluarga memiliki usaha sebelumnya. Dengan demikian mulai dari modal, suplai bahan-bahan hingga manajemen, pengusaha pemula mengikuti sesuatu yang sudah ada.

#### 2. Ingin menjadi pengusaha

Seseorang yang dengan sengaja terjun menjadi pengusaha, merintis usaha dari awal dengan belajar dari kesuksesan usaha orang lain untuk optimal dalam menjalankan usaha tersebut.

#### 3. Sebagai Kerja Sampingan

Seseorang yang sebelumnya mempunyai pekerjaan pokok dan sudah berjalan lancar, kemudian ia memulai pekerjaan baru dengan skala kecil.

Agar pekerjaan pokok dan sampingan dapat berjalan kedua-duanya, dipilihlah bisnis online untuk pekerjaan sampingan.

#### 4. Sengaja Mencoba

Pada mulanya seseorang yang belum memiliki pengalaman ataupun cita-cita menjadi wirausaha, berawal dari mencoba untuk berani membuka usaha tak jarang yang mampu sukses menjadi seorang wirausaha.

#### 5. Keterpaksaan

Seseorang termotivasi menjadi seorang wirausaha adalah karena adanya tekanan atau keterpaksaan. Keterpaksaan ini dapat muncul dari lingkungan sekitar maupun dari dalam diri individu.

Beberapa teori yang ada, maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha, dibagi menjadi dua kelompok tersebut yaitu faktor intrinsik dan ekstrinsik yaitu:

##### 1. Faktor Intrinsik

Faktor intrinsik merupakan faktor yang berasal dari dalam diri pribadi individu yang memiliki motivasi dalam berwirausaha yaitu:

###### a. Minat

Minat adalah keinginan yang sudah ada dan dapat timbul dari dalam diri seseorang. Artinya ketertarikan pada suatu bidang sudah tertanam dalam dirinya. Minat dapat tumbuh setelah dipelajari berbagai cara (Kasmir, 2006:37).

###### b. Aktualisasi diri



Kebutuhan untuk aktualisasi diri yaitu kebutuhan yang menggunakan kecakapan, kemampuan, keterampilan, dan potensi optimal untuk mencapai prestasi kerja yang sangat memuaskan atau luar biasa yang sulit dicapai oranglain.

## 2. Faktor Ekstrinsik

Faktor Ekstrinsik merupakan faktor yang berasal dari luar individu, yaitu :

### a. Kebutuhan Keuangan

Kebutuhan keuangan adalah salah satu kebutuhan manusia dalam mencari nafkah atau uang, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebagai jaminan stabilitas keuangan.

### b. Kebutuhan Sosial

Sosial adalah bersosialisasi, bergaul, berkumpul untuk memenuhi bertemu dengan oranglain bahkan bertemu dengan banyak orang. Manusia tidak dapat hidup tanpa bersosialisasi, selain untuk bergaul, mampu membuka jaringan luas pada rekan rekan kerja.

Ada empat faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha yaitu minat, aktualisasi diri, kebutuhan keuangan, dan kebutuhan sosial. Diantara keempat faktor diatas, terdapat tingkat dominan yang berbeda-beda. Apabila terjadi keseimbangan ke empat faktor tersebut diatas, dimungkinkan seseorang mampu memiliki faktor pendorong untuk berwirausaha sangat kuat.

## 2.5 Sekolah Menengah Kejuruan Mataram Semarang

### 2.5.1 SMK Mataram Semarang

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Mataram terletak di Jalan MT. Haryono No.403-405 Semarang, Provinsi Jawa Tengah. SMK Mataram merupakan salah satu SMK terkemuka berbasis *culinary* dengan dukungan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang memberikan kemudahan bagi siswa untuk beraktifitas. SMK Mataram Semarang dikenal di tingkat nasional sebagai SMK yang berkualitas dan dalam mendidik siswa dengan didukung oleh tenaga pengajar Master dan Sarjana yang kompeten di bidangnya.

SMK Mataram Semarang memiliki empat kompetensi keahlian, yaitu: 1) kompetensi Tata Boga, 2) kompetensi Tata Busana, 3) kompetensi teknik otomotif/teknik kendaraan ringan dan 4) kompetensi Perhotelan. Pada setiap kompetensi memiliki 3 tingkatan kelas yaitu: 1) kelas X, 2) kelas XI, 3) kelas XII, terkecuali untuk kompetensi perhotel dimana kompetensi ini baru muncul pada ajaran tahun 2014/2015. SMK Mataram memiliki kelas 19 dari keseluruhan tingkatan kelas. Kelas X sebanyak 7 kelas, kelas XI terdapat 6 kelas, dan kelas XII 6 kelas.

Mengingat begitu pentingnya internet, menjadikannya sebuah kebutuhan di bidang pendidikan. SMK Mataram adalah salah satu sekolah yang menyediakan *Wireless Fidelity* (wifi). Menurut *National Geographic Indonesia* (2013) bahwa pemerintah telah melakukan program “internet masuk desa” sehingga seluruh sekolah yang berada di pedesaan sudah diwajibkan mempergunakan *Wifi* internet untuk mengenal teknologi canggih. Keberadaan sarana wifi dimanfaatkan SMK

Mataram-Semarang untuk menunjang kegiatan pendidikan. Meskipun tidak menutup kemungkinan, peserta didik dapat juga memanfaatkannya bukan saja untuk kepentingan pendidikan, melainkan juga untuk mengakses facebook semisal; mencari informasi tentang bisnis dan mengaktualisasikan dirinya, baik pada saat istirahat, bahkan ketika mereka mengikuti kegiatan belajar mengajar.

### **2.5.2 Visi, Misi dan Tujuan SMK Mataram Semarang**

Visi SMK Mataram Semarang adalah Menjadi lembaga pendidikan di Indonesia yang unggul dan bermanfaat serta memiliki wawasan kedepan yang luas dibidang IPTEK yang dijiwai oleh nilai-nilai budaya karakter bangsa Indonesia yang tercermin dalam Pancasila. Misi SMK Mataram Semarang antara lain:

1. Mendidik siswa sebagai calon tenaga terampil yang berkarakter.
2. Mendidik siswa menjadi insan yang mandiri.
3. Membangun jiwa wirausaha yang handal dan berbudi luhur.
4. Membangun jejaring kerja sama dengan dunia usaha, industri dalam bentuk layanan praktik kerja Industri dan penyerapan tamatan.

## **2.6 Kerangka Berpikir**

Perkembangan jaman di era globalisasi ini, media sosial memiliki peran penting sebagai sarana percakapan yang terjadi di internet, dimana seseorang dapat menuangkan segala sesuatu yang ada dipikiran; baik itu untuk berbagi informasi, berbagi pengalaman suka maupun duka, berbagi informasi promosi, berbagi informasi kegiatan. Seiring dengan perkembangan yang pesat ini, pengguna dapat

terpengaruh dan tertarik, dan akhirnya menjatuhkan pilihan yang tepat. Peserta didik yang mampu mengambil manfaat positif dari fasilitas ini akan menjadikan internet sebagai sumber motivasi. Baik bagi peserta didik yang mulanya sudah bercita-cita ingin berwirausaha, ataupun mereka yang sama sekali belum berfikir untuk berwirausaha.

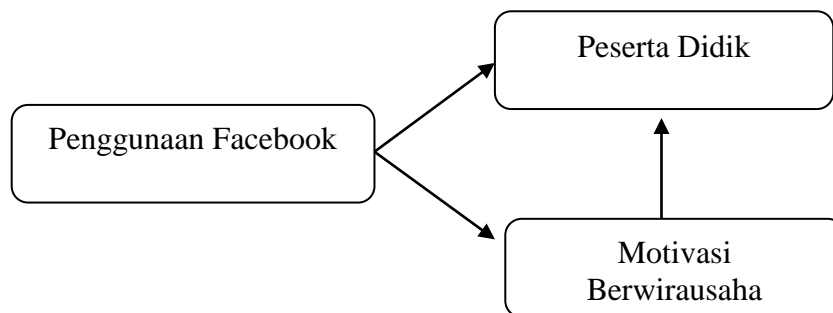
Internet kini sudah menjamur di mana-mana, mudah dijumpai dan menjadi sebuah kebutuhan, internet digunakan dalam bidang pemerintahan, pendidikan, perusahaan, wirausaha maupun masyarakat umum.

*Facebook* merupakan pengaksesan Internet yang sangat banyak digunakan. Salah satu pengguna facebook yaitu golongan pelajar. *Facebook* lebih mudah diakses dibandingkan dengan jejaring sosial lainnya, karena jejaring sosial *facebook* mampu merangkum banyak informasi; baik informasi yang sudah lama maupun yang baru. Tampilannya pun lebih singkat dan jelas karena disertai dengan gambar dalam proses penggunaannya.

Jejaring sosial media online yang paling banyak dimanfaatkan saat ini adalah *facebook*. Penggunaannya sebagian besar berkisar antara umur 13 – 20 tahun, yang sebagian besar peserta didik. Mulai dari pelajar tingkat menengah, atas, maupun pendidikan tinggi.

Agar penggunaan facebook bukan hanya untuk kesenangan seperti mencari teman, mengobrol, mengunggah profil, para siswa perlu diarahkan kepada hal-hal yang lebih bermanfaat, seperti menjajakan produknya. Apalagi SMK Mataram sudah difasilitasi dengan jaringan internet dan mata pelajaran kewirausahaan. Ini sangat memotivasi mereka.

Kita tahu bahwa, peranan motivasi bagi kesuksesan seseorang berwirausaha sangat erat hubungannya dengan sosial media *online*. Dari keempat faktor yang menjadi motivasi seseorang berwirausaha, seperti yang dijelaskan sebelumnya; faktor yang dijelaskan ini sesuai dengan golongannya, termasuk kedalam faktor intrinsik. Faktor yang timbul atau muncul dari diri dalam individu itu sendiri. Untuk mengetahui lebih jelas dan secara terperinci tentang kerangka berfikir di atas dapat dilihat pada skema kerangka berfikir sebagai berikut:



## 2.7 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada penelitian. Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir, pada penelitian ini diajukan hipotesis penelitian dengan rumusan bahwa:

### 1. Hipotesis nihil ( $H_0$ )

Tidak ada hubungan penggunaan media sosial online *facebook* terhadap motivasi berwirausaha siswa kelas X SMK Mataram Semarang.

### 2. Hipotesis kerja ( $H_a$ )

Ada hubungan penggunaan media sosial online *facebook* terhadap motivasi berwirausaha siswa kelas X SMK Mataram Semarang.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan syarat dalam penelitian ilmiah. Keakuratan atau ketepatan penelitian dapat dipantau lewat sejumlah metode yang digunakan. Dengan memilih metode yang tepat, maka objek yang jadi sasaran ditemukan. Bahkan tidak menutup kemungkinan, penelitian akan lebih berkembang. Untuk mengukur tingkat keakuratan terhadap hasil penelitian tersebut, dapat dilakukan pengujian lewat cara-cara ilmiah, termasuk statistik. Dengan demikian hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan, baik untuk menjawab permasalahan yang diajukan ataupun tanggungjawab keilmiahannya.

.Metode penelitian menguraikan tentang populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, uji coba instrumen, uji prasyarat analisis data, analisis data, dan gambaran data penggunaan *Facebook*.

#### **3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.1.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas atau kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk di pelajari atau diselidiki dan kemudian doitarik kesimpulannya (Kurnniawan, Beni, 2012:59). Menurut Sugiyono (2009:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh siswa kelas X kompetensi Jasa Boga SMK Mataram Semarang.

### **3.1.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan kareteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut(Sugiyono2009:118). Menurut Beni Kurniawan(2009:59), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi yang akan kita teliti. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi,misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu *sampel jenuh*. Pengambilan sampel dengan teknik *sampling jenuh* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan apabila populasi memiliki jumlah relative kecil atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. (Sugiyono,2009:124).

Siswa SMK Mataram yang dijadikan obyek penelitian adalah siswa Kelas X Kompetensi Tata Boga. Seluruh siswa jumlahnya 45 orang terdapat di dua kelas paralel.

## 3.2 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai objek (Kurniawan, Beni, 2012:52). Menurut Sugiyono (2009:60) variabel sebagai atribut dari seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara orang dengan lain atau obyek dengan yang lain. Variabel pada penelitian ini meliputi variabel bebas (*Independent Variabel / X*) dan variabel terikat (*Dependent Variabel / Y*).

### 3.2.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (*Independent Variabel / X*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah penggunaan sosial media online *facebook*.

### 3.2.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*Dependent Variabel / Y*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2009:61). Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah motivasi berwirausaha siswa.

## 3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah penting dalam proses penelitian. Proses pengumpulan data ini akan berpengaruh pada langkah selanjutnya yaitu pada tahap penarikan kesimpulan. Agar data yang dikumpulkan dapat diperoleh secara akurat, relevan, dan dapat dipercaya maka diperlukan teknik yang benar. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan yaitu metode observasi, metode wawancara, dan metode angket.



### **3.3.1 Metode Observasi**

Menurut Kurniawan Beni(2012:25) observasi atau pengamatan merupakan suatu proses dari berbagai proses pengamatan dan ingatan. Metode Pengamatan digunakan untuk mendapatkan data tentang aktivitas siswa seperti saat dan setelah melakukan praktik pengolahan makanan dan kegiatan siswa saat mengakses facebook.

### **3.3.2 Metode Wawancara**

Wawancara atau interview adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam(Sugiono 2009:194). Teknik wawancara dilakukan dengan wawancara terbuka terhadap siswa dengan menggunakan pedoman-pedoman tertentu yang dilakukan untuk memperoleh data tambahan dari objek penelitian yaitu peserta didik.Data tambahan itu disampaikan secara lisan berupa pengakuan dari siswa terkait dengan pokok permasalahan, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan facebook. Selanjutnya hasil pengakuan tersebut sekaligus dapat dijadikan penguat dalam pembahasan.

### **3.3.3Metode Angket (*Questionnaire*)**

Angket atau kuesioner (*questionnaire*) merupakan teknik pengumpulan data yang berupa seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab(Sugiono2009:199). Dengan metode angket ini diharapkan dapat memperoleh data dari variabel penggunaan sosial media online *facebook*danvariabel motivasi berwirausaha. Pelaksanaannya dilakukan dengan cara menyebarkan angket secara langsung kepada siswa sebagai responden.

Pada penelitian ini angket yang digunakan dalam bentuk angket tertutup, yaitu angket yang sudah disediakan jawabannya. Pada angket tertutup, pertanyaan atau pernyataan telah memiliki alternatif jawaban (*option*) meliputi: sangat tinggi, tinggi, cukup, dan rendah sehingga responden tidak memberikan jawaban atau respon lain. Instrumen angket atau kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data informasi dari responden tentang motivasi berwirausaha dalam penggunaan sosial media online *facebook*.

### **3.4 Instrumen Penelitian**

Instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih hemat, lengkap, dan sistematis, sehingga mudah diolah (Suharsimi Arikunto, 2010:203). Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2009:148).

Sesuai variabel yang digunakan, terdapat dua jenis instrumen yang dipilih, antara lain observasi dan angket. Instrumen ini dipakai untuk mengukur intensitas kegiatan mengakses *facebook* sebagai variabel bebas. Sedangkan sebagai variabel terikat digunakan motivasi berwirausaha. Agar lebih mudah untuk menyusun instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrument.

**Tabel 3.1 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian (X)**

Variabel	Indikator	Sub. Indikator	No. Butir Soal		$\Sigma$
			Fav	Unfav	
Penggunaan Facebook	Tempat dan Waktu	- Tempat akses internet	1 dan 13	21 dan 25	10
		- Waktu mengakses facebook	5, 9, 17	29, 33, 37	
	Lamanya	- Lamanya menggunakan facebook	22, 26, 30, 34, 38	3, 6, 10, 14, 18	10
	Sarana Media	- Sarana media penggunaan facebook	3, 7, 11, 15, 19	23, 27, 31, 35, 39	10
	Fungsi Facebook	- Tempat diskusi	24 dan 28	4 dan 8	10
- Tempat curahan hati			12		
- Media berbisnis		32, 36, 40	16 dan 20		

**Tabel 3.2 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian (Y)**

Variabel	Indikator	Sub.Indikator	No. Butir Soal		$\Sigma$
			Fav	Unfav	
Motivasi berwirausaha	Jiwa Kewirausahaan	Memiliki rasa percaya diri	1, 7, 13	19, 25, 31	6
		Berorientasi tugas	20, 26, 32	2, 8, 14	6
		Berani mengambil resiko	3, 9, 15	21, 27, 33	6
		jiwa kepemimpinan	22, 28, 34	4, 10, 16	6
		Berorientasi padamasa depan	5, 11, 17	23, 29, 35	6
		Keorininan	24, 30, 36	6, 12, 18	6

Kisi-kisi Instrumen penelitian digunakan untuk mengungkap fakta mengenai variable yang diteliti, yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara media sosial dengan motivasi berwirausaha. Sedangkan menurut Azwar, (1997:91-92), tujuan untuk mengetahui (*goal of knowing*) yaitu harus dicapai dengan menggunakan metode atau cara-cara yang efisien dan akurat. Alat pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala.

Penelitian ini menggunakan skala jenis *likert*. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk memutuskan pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu obyek atau fenomena tertentu (Syofian, 2014:50). Pada metode ini mengukur skala motivasi berwirausaha responden, dengan memodifikasi alternatif jawaban menjadi empat skor yang dibentuk menjadi dua pernyataan yang terdiri dari pernyataan yang *favorable* (mendukung) dan *infavorble* (tidak mendukung) terhadap objek sikap. Modifikasi alternatif respon dengan tidak menggunakan alternatif respon netral (N), dilakukan berdasarkan alasan (Ancok, 1987:25) yaitu:

1. Kategori netral memiliki arti ganda, sehingga tidak dapat diartikan sebagai Setuju, Sesuai, Sering, atau Tidak Setuju, Tidak Sesuai, Tidak Pernah.
2. Tersedianya jawaban tengah dapat menimbulkan kecenderungan memilih jawaban tersebut (*central tendency effect*) bagi subject yang ragu – ragu atas arah kecenderungan jawabanya.
3. Maksud kategori SS - S - TS - STS adalah untuk melihat kecenderungan subjek ke salah satu kutub.

Pada skala model skala *likert*, responden akan menjawab salah satu jawaban kuantitatif yang telah disediakan pada pernyataan. Pemberian skor untuk butir-

butir yang berbentuk pernyataan favorable dan butir-butir pernyataan unfavorable mempunyai empat kemungkinan jawaban, untuk aitem Favorable yaitu Sangat Setuju (ST), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor yang bergerak dari 4-1.

Untuk aitem Unfavorable pada jawaban (STS) diberi skor 4, jawaban (TS) diberi skor 3, jawaban (S) diberi skor 2, dan jawaban (ST) diberi skor 1. Sebaliknya aitem Favorable jawaban (ST) diberi skor 4, jawaban (S) diberi skor 3, jawaban (TS) diberi skor 2, dan jawaban (STS) diberi skor 1.

Nilai total yang diperoleh merupakan jumlah nilai atau skor yang akan digunakan untuk menentukan seberapa besar hubungan kegiatan penggunaan media sosial online *Facebook* yang dilakukansiswa terhadap motivasi berwirausaha. Selanjutnya hasil distribusi tingkat kecenderungan penggunaan media sosial online *Facebook* dan tingkat motivasi berwirausaha didapatkan dari rumus interval sebagai berikut:

$$\frac{\text{skor maximal (\%)} - \text{skor minimum (\%)}}{K \text{ (banyaknya kelas)}}$$

Hasil interval pembagian tingkat kecenderungan penggunaan media sosial online *Facebook* dan Frekuensi pada tingkatan motivasi berwirausaha dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4 Interval Kecenderungan Penggunaan *Facebook*

Batasan	Kategori
72-88	Sangat Sering
55-71	Sering
38-54	Jarang
$\leq 37$	Tidak Pernah

Tabel 3.5 Interval Tingkatan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa

Batasan	Kategori
78-96	Sangat Tinggi
59-77	Tinggi
40-58	Rendah
$\leq 39$	Sangat Rendah

### 3.5 Uji Coba Instrumen

Uji instrumen merupakan hal yang penting, karena data yang diambil merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan sebagai alat pembuktian. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel. Sebelum peneliti menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data penelitian, instrumen terlebih dahulu harus diuji cobakan kepada sejumlah subjek yang mempunyai karakteristik sama atau hampir sama dengan ciri-ciri populasi yang akan diselidiki. Pada penelitian ini, instrumen penelitian diuji cobakan terhadap siswa yang tidak digunakan untuk mengambil data penelitian. Peneliti harus terlebih dahulu memberikan penjelasan tentang petunjuk pengisian angket,

kemudian responden diminta untuk menjawab angket pada lembar yang telah tersedia.

Setelah melakukan uji coba instrumen kemudian angket hasil penelitian diuji valid dan reabilitas. Pengujian validitas angket tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 3.5.1 Validitas

Validitas adalah index yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur betul-betul mengukur apa yang perlu diukur yaitu instrumen (Ancok, 1987:13). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Agar memperoleh validitas tinggi, peneliti menggunakan instrumen tersebut pada sasaran penelitian, yaitu siswa. Langkah ini disebut dengan kajian uji coba (*Try Out*). Apabila data yang diuji sudah sesuai dengan seharusnya, maka berarti bahwa instrumen sudah valid.

Pada penelitian ini, validitas dari skala dicari dengan menggunakan teknik statistik korelasi *Product Moment* dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Package for Social Science*) yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing aitem dengan skor total. Rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \right\} \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$	= Koefisien korelasi antara skor X dan Y
N	= Jumlah responden
XY	= Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y
X	= Jumlah seluruh skor X
$X^2$	= Jumlah seluruh kuadrat skor X
Y	= Jumlah seluruh skor Y
$Y^2$	= Jumlah seluruh kuadrat skor Y

Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Menurut Azwar dan Sugiyono (Syofian, 2014:77) sebuah instrument dikatakan valid apabila koefisien korelasi product moment melebihi 0,3. Berdasarkan hasil uji validitas hasil perhitungan pengguna *facebook* dan motivasi berwirausaha dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada lampiran 4 dan 5.

### 3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah index yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama (Ancok, 1987:19). Untuk mencari reliabilitas instrumen angket, peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, karena skor yang digunakan untuk angket penelitian ini merupakan rentangan skor 1 sampai 4. Adapun rumus *Alpha Cronbach* yang dimaksud adalah :

$$r_i = \left( \frac{K}{(k-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$



Keterangan :

$r_i$	= reliabilitas instrumen
$K$	= banyaknya butir pertanyaan
$S_i^2$	= mean kuadrat kesalahan
$S_t^2$	= varians total

Uji reliabilitas instrumen dihasilkan nilai *AlphaCronbach* lebih dari 0,6 sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel (syofian, 2014:90). Variabel pada penggunaan *facebook* koefisien 0,938 dan variabel motivasi berwirausaha koefisien 0,936.

### 3.6 Uji Prasyarat Analisis Data

Analisis data ini digunakan untuk mengelola data dengan menggunakan data statistik yang dapat digunakan untuk mencari kesimpulan. Pada penelitian ini uji prasyarat menggunakan uji normalitas dan uji linieritas, sehingga data yang diperoleh dapat diketahui bahwa data tersebut normal atau tidak normal dan ada hubungan yang signifikan atau tidak. Untuk metode analisis data yang digunakan yaitu korelasi *product moment* bertujuan untuk mengetahui bagaimana Hubungan Penggunaan Media Sosial Online *Facebook* dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Mataram–Semarang.

#### 3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual hasil berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan Chi kuadrat ( $\chi^2$ ). Dengan rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

### 3.6.2 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas yang diuji yaitu variabel terikat, dihitung dengan menggunakan anava regresi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ JK(A) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ JK(b/a) &= b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\} \\ JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ JK(TC) &= \sum x_i \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n_i} \right\} \\ JK(G) &= JK(S) - JK(TC) \end{aligned}$$

Keterangan:

- JK (T) = Jumlah kuadrat total
- JK (a) = Jumlah kuadrat koefisien a
- JK b/a = Jumlah kuadrat regresi (b/a)
- JK (S) = Jumlah kuadrat sisa
- JK (TC) = Jumlah kuadrat Tuna cocok
- JK (G) = Jumlah kuadrat galat

Hasil uji linieritas diperoleh menggunakan alat bantu komputer menggunakan *SPSS version 20.0*

### 3.7 Analisis Data

#### 3.7.1 Perhitungan Koefisien Korelasi

Apabila data penelitian dinyatakan normal maka dilakukan uji korelasi *product moment*. Uji korelasi *product moment* digunakan untuk menguji hipotesis  $H_a$  dan  $H_o$ , ada tidaknya korelasi antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penggunaan teknik ini akan diperoleh harga koefisien  $r$  *product moment*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Keterangan:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(N \sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(N \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara skor X dan Y

N = Jumlah responden

XY = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

X = Jumlah seluruh skor X

$X^2$  = Jumlah seluruh kuadrat skor X

Y = Jumlah seluruh skor Y

$Y^2$  = Jumlah seluruh kuadrat skor Y

Untuk mengetahui koefisien korelasi hasil perhitungan tersebut signifikan (dapat digeneralisasikan) atau tidak, maka perlu dibandingkan dengan “r” tabel,

dengan taraf kesalahan tertentu. Pada penelitian, taraf kesalahan ditetapkan 5% (taraf kepercayaan 95%). Apabila ternyata “r” hitung lebih besar dari “r” tabel, maka kesimpulannya adalah ada hubungan positif dan signifikan antara variabel X dengan Y. Demikian pula sebaliknya, apabila r hitung lebih kecil dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan positif antara dengan Y.

### **3.8 Gambaran Data Penggunaan *Facebook* dan Motivasi**

#### **Berwirausaha**

Setiap peneliti harus dapat memberikan gambaran data yang telah diperoleh. Pada gambaran data tentang penggunaan *Facebook* dan motivasi berwirausaha dapat disajikan dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi.

#### **3.8.1 Menentukan Kelas Interval**

Untuk menentukan kelas interval, digunakan rumus Sturges, adalah sebagai berikut:

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan :

K = Jumlah kelas interval

N = Jumlah data observasi

Log = Logaritma

(Sugiyono, 2012: 35)

### 3.8.2 Menentukan Rentang Data

Untuk menentukan rentang data digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang} = \text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}$$

### 3.8.3 Menentukan Panjang Kelas

Untuk menentukan panjang kelas, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Panjang kelas} = \text{Rentang dibagi Jumlah kelas}$$

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang berjudul “Hubungan Penggunaan Media Sosial Online Dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Mataram - Semarang” dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 5.1.1 Terdapat hubungan positif dan signifikan antar penggunaan media sosial *onlinefacebook* dengan motivasi berwirausaha siswa kelas X SMK Mataram-Semarang.
- 5.1.2 Tingkat penggunaan media sosial *onlinefacebook* oleh Siswa SMK Mataram Semarang rata-rata (mean) masuk pada frekuensi sering. Hasil penelitian terhadap 45 siswa menunjukkan nilai penggunaan rata-rata 58, ada pada interval 55-71.
- 5.1.3 Tingkat motivasi berwirausaha pada siswa SMK Mataram-Semarang rata-rata (mean) masuk pada frekuensi tinggi. Hasil yang diperoleh dari penelitian terhadap 45 siswa menunjukkan nilai motivasi berwirausaha yaitu 75,844 ada pada interval 59-77.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dikemukakan saran sebagai berikut :

- 5.2.1 Pihak sekolah SMK Mataram-Semarang memperkuat jaringan wifi yang sudah ada agar siswa dapat lebih intens dalam mengaksesnya. Kantin yang disediakan oleh sekolah perlu melibatkan lebih banyak siswa untuk ambil bagian dalam mengelola agar jiwa berwirausaha mereka tumbuh dan berkembang.
- 5.2.2 Gurudiharapkan mendorong siswa untuk lebih banyak melakukan eksperimen berbisnis via facebook. Akan lebih baik jika guru memasukkan hal tersebut dalam bentuk pelajaran ekstra sehingga perkembangannya dapat dipantau secara terus menerus.
- 5.2.3 Para siswa SMK Mataram-Semarang disarankan untuk lebih bijak mengakses *facebook*, yaitu pada saat waktu-waktu tertentu agar tidak mengganggu jam belajar baik di sekolah maupun di rumah. Bagi siswa yang sudah menjalankan bisnis via facebook ataupun yang masih dalam rangka ujicoba, sebaiknya mengadakan komunikasi lebih banyak dengan guru di sekolah tersebut sehingga setelah lulus nanti, bekal yang diperoleh di sekolah tersebut dapat dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adytia.2011.Cara Menggunakan Facebook yang Baik dan Benar.  
*<http://inipunyaadit.blogspot.com/2011/02/cara-menggunakan-fb-yang-baik-dan-benar.html>*. 3 Oktober 2013.
- Ancok, Djamaludin. 1987. Teknik Penyusunan Skala Pengukuran.Pusat Penelitian Kependidikan. Yogyakarta
- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko. 2002. Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil. Rineka Cipta. Jakarta:
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, Rahmi. 2011. Handphone dan Pengaruhnya Terhadap Prestasi Di Sekolah.*<http://parkminrin123.wordpress.com/2011/05/18/karya-tulis-sederhana-handphone-dan-pengaruhnya-terhadap-prestasi-di-sekolah/>*.10 September 2014
- Djamarah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. 2006. Stategi Belajar Mengajar.PT Rineka Cipta.Jakarta
- Fahlepi, Reza. 2012. Kelebihan Kekurangan dan Keamanan Facebook.*<http://gaptek-newbie1.blogspot.com/2013/04/kelebihan-kekurangan-dan-keamanan.html>*. 10 juni 2013.
- Hakim, Rudi. 2012. 1 Menit Belajar Facebook Twiter BBM dan Whatsapp. Planet Ilmu.Yogyakarta
- Hamzah, B. 2014. Teori Motivasi dan Pengukurannya. PT Bumi Aksara.Jakarta
- Irawanto. 2002. Psikologi Umum. PT Prenhallindo. Jakarta:
- Jahja, Y. 2011. Psikologi Perkembangan. Kencana Prenada Media Group.Jakarta
- Kurniawan, B. 2012. Metode Penelitian. Jelajah Nusa.Tangerang



- Nur'aini. 2008. Perencanaan Pembelajaran. Cipta Media. Yogyakarta
- Purwanti, Mia. 2010. Dampak positif dan negatif penggunaan social network. <sup>84</sup>  
[http://miapurwanti.blogspot.com/2011/01\\_archive.html](http://miapurwanti.blogspot.com/2011/01_archive.html). 20 Agustus 2013
- Purwanti, Titik dan Sri Eko Lestari. 2006. Pentingnya Motivasi dan Kreativitas dalam menumbuhkan sikap Berwirausaha. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 5 No.1 Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta <http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/51063946.pdf>
- Putra, C. 2012. Data statistik Pengguna Facebook Indonesia. <http://candraadiputra.blogspot.com/2012/07/statistik-pengguna-facebook-indonesia.html>
- Sardiman. 2007. Interaksi Motivasi Belajar Mengajar. PT Raja Grafindo Persada (Rajawali Perss). Jakarta
- Slamet, F, Dkk. 2014. Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik. PT Indeks. Jakarta
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Tindakan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Alfabeta. Bandung.
- Suryana. 2011. Kewirausahaan Pedoman praktis & Proses Menuju Sukses. Salemba empat. Jakarta
- Stoner, J, Dkk. 1996. Manajemen Jilid II. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta
- Tarmudji, Tarsis. 1996. Prinsip-Prinsip Wirausaha. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta
- Walgito, Bimo. 2003. Pengantar Psikologi Umum. Andi. Yogyakarta

# **DAFTAR LAMPIRAN**

## Lampiran 1

**.Instrumen Penelitian****HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *ONLINE FACEBOOK*  
TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA SISWA  
SMK MATARAM - SEMARANG**

Nama : \_\_\_\_\_

Kelas/No.Absen : \_\_\_\_\_

Memiliki akun *Facebook*: **Petunjuk:**

Saudara yang terhormat, guna memperoleh gambaran penuh hubungan penggunaan media sosial online *Facebook* terhadap motivasi berwirausaha siswa SMK Mataram – Semarang, dimohon saudara untuk mengisi angket ini. Angket ini murni untuk keperluan studi dan tidak berpengaruh terhadap nilai Saudara. Oleh karena itu, diharapkan Saudara mengisi dengan sebenarnya tanpa ada tekanan dan paksaan. Atas bantuan dan kerjasamanya saya mengucapkan terimakasih.

A. Saudara cukup memberi tanda (√) pada alternatif jawaban yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saat jam belajar di rumah, saya menggunakan <i>facebook</i> sebagai media untuk mendapatkan inspirasi berwirausaha				
2	Saya menggunakan <i>facebook</i> di sekolah, 10 menit-15 menit saat jam belajar				
3	Dengan memanfaatkan <i>wifi</i> di sekolah, saya menggunakan <i>facebook</i> untuk mencari informasi tentang produk yang sedang digemari untuk dapat dijual kembali				
4	Saya menggunakan <i>facebook</i> tidak pernah untuk mencari berbagai informasi tentang mata pelajaran.				
5	Untuk menyelesaikan tugas, saya berusaha memanfaatkan jaringan <i>wifi</i> untuk mengakses <i>internet</i>				
6	Saya memainkan <i>game facebook</i> 2-5 kali dalam sehari				
7	Saya menggunakan komputer sekolah untuk mencari informasi tentang wirausaha khususnya bisnis <i>online</i> melalui <i>facebook</i>				
8	Dengan menggunakan <i>facebook</i> , saya tidak memanfaatkan untuk sebagai tempat berdiskusi dengan teman grup <i>facebook</i> tentang pengetahuan				
9	Saya mengutamakan untuk menggunakan <i>facebook</i> daripada situs lainnya saat mengikuti perkembangan berita tentang kewirausahaan				
10	Ketika jam pelajaran kosong saya menggunakan <i>facebook</i> sampai 45menit				
11	Untuk mendapatkan informasi bisnis dan kewirausahaan melalui <i>facebook</i> , saya menggunakan layanan <i>tethering</i> di <i>smartphone</i>				
12	Saya menggunakan <i>facebook</i> tidak sebagai untuk tempat bertukar pikiran tentang ilmu pengetahuan dan teknologi				

	dengan orang yang lebih tahu				
13	Saya meluangkan waktu pergi ke warnet dan menggunakan <i>facebook</i> untuk memperoleh informasi baru				
14	Saya dapat leluasa bermain <i>game</i> di <i>facebook</i> ketika hari libur				
15	Saya memanfaatkan <i>wifi</i> ditempat umum untuk meng- <i>update</i> informasi tentang bisnis dan wirausaha melalui <i>facebook</i>				
16	Saya menggunakan <i>facebook</i> untuk memperhatikan produk yang saya ikuti				
17	Saya menggunakan <i>facebook</i> sebagai media komunikasi dan berbagi informasi dengan teman tentang berwirausaha				
18	Saya mengakses <i>facebook</i> di rumah, 10 menit-15 menit saat jam belajar				
19	Saya dapat mengetahui pesan <i>facebook</i> saya melalui sms				
20	Di dalam obrolan <i>chating facebook</i> , saya tidak membahas kegiatan yang berkaitan dengan bisnis dan wirausaha				
21	Saat jam belajar dirumah saya menggunakan <i>facebook</i> di warnet				
22	Saat hari minggu saya menghabiskan waktu dengan membaca informasi tentang kisah-kisah seseorang yang sukses dalam berwirausaha				
23	Saya mengakses <i>facebook</i> di sekolah dengan menggunakan komputer sekolah saat pelajaran komputer atau TIK				
24	Saya memanfaatkan <i>facebook</i> sebagai tempat berdiskusi tentang materi pelajaran dengan teman				
25	Saya mengakses <i>internet</i> di sekolah pada kegiatan belajar mengajar				
26	Dalam 1 hari saya dapat menggunakan <i>facebook</i> lebih dari 30 menit untuk mencari inspirasi berwirausaha				
27	Dengan fasilitas <i>wifi</i> disekolah, saya memanfaatkan				

	untuk menggunakan <i>facebook</i>				
28	<i>Facebook</i> membantu saya untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan				
29	Saat mengerjakan PR, saya lebih mementingkan membuka <i>facebook</i>				
30	Saat menggunakan <i>facebook</i> , saya sempatkan untuk melihat iklan di <i>facebook</i> tentang produk yang membuat saya tertarik dan dapat dijual kembali				
31	Saat tidak menemukan fasilitas <i>wifi</i> saya memanfaatkan fasilitas sms untuk mengetahui pemberitahuan <i>facebook</i>				
32	Menurut saya, <i>facebook</i> adalah media paling murah untuk memulai berwirausaha				
33	Ketika mengerjakan tugas di jam pembelajaran, saya menggunakan <i>facebook</i> untuk bermain <i>game</i>				
34	Saat jam istirahat sekolah saya menghabiskan waktu untuk membuka <i>facebook</i>				
35	Ketika sedang belajar dikelas, saya menggunakan <i>facebook</i> dengan HP untuk melihat status teman-teman				
36	Pengguna <i>facebook</i> lain, menandai saya untuk menawarkan produknya dalam berupa foto				
37	Saat merasa jenuh belajar, saya menggunakan <i>Facebook</i>				
38	Hari minggu saya selalu menghabiskan waktu untuk mencari inspirasi berwirausaha menggunakan akun <i>facebook</i>				
39	Saya menggunakan modem internet untuk bermain game di <i>facebook</i>				
40	Saya menggunakan <i>facebook</i> untuk mencari produk yang dapat dijual kembali				

Lampiran 2

**Instrumen Penelitian**  
**HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *ONLINEFACEBOOK***  
**TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA SISWA**  
**SMK MATARAM - SEMARANG**

**Nama** : \_\_\_\_\_

**Kelas/No.Absen** : \_\_\_\_\_

**Petunjuk:**

Saudara yang terhormat, guna memperoleh gambaran penuh hubungan penggunaan media sosial online *Facebook* terhadap motivasi berwirausaha siswa SMK Mataram – Semarang, dimohon saudara untuk mengisi angket ini. Angket ini murni untuk keperluan studi dan tidak berpengaruh terhadap nilai Saudara. Oleh karena itu, diharapkan Saudara mengisi dengan sebenarnya tanpa ada tekanan dan paksaan. Atas bantuan dan kerjasamanya saya mengucapkan terimakasih.

B. Saudara cukup memberi tanda (√) pada alternatif jawaban yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya memiliki kemampuan untuk mnembangkan suatu usaha				
2	Saya kurang bisa membaca peluang untuk dijadikan usaha				
3	Saya mudah membangun kerjasama dengan teman ketika dalam kegiatan kelompok				
4	Saya tidak suka melakukan kegiatan yang tidak pasti dan penuh tantangan				
5	Menurut saya wirausaha menjadikan masa depan yang baik dan cerah				
6	Saya merasa kurang mempunyai kemauan dan kemampuan dalam melihat kesempatan berwirausaha				
7	Saya yakin bahwa wirausaha yang akan saya kembangkan berhasil				
8	Ketika gagal, saya takut mencoba kembali				
9	Saya mampu mengarahkan teman untuk melakukan kegiatan dari guru				
10	Pekerjaan sebagai karyawan lebih pasti daripada berwirausaha				
11	Saya berusaha hari ini melakukan lebih baik dari hari-hari sebelumnya				
12	Saya akan memulai usaha karena melihat kesuksesan orang lain				
13	Dengan mencoba berwirausaha akan meningkatkan harga diri saya				
14	Saya melakukan kegiatan dengan apa adanya				
15	Setiap kegiatan berkelompok, saya berusaha memberikan gagasan dan tindakan untuk kepentingan bersama				
16	Saya tidak takut gagal saat memulai wirausaha				
17	Saya belajar sungguh-sungguh demi masa depan				
18	Saya merasa kesulitan membuka usaha karena kurang pengetahuan tentang kewirausahaan				
19	Ketika akan berwirausaha, saya mulai pesimis				
20	Jika mengalami masalah yang sulit saat akan memulai usaha, saya segera mencari solusi				



21	Menurut saya berwirausaha menguras waktu, tenaga, dan pikiran				
22	Saya merasa tidak takut kalah bersaing jika membuka usaha				
23	Setiap hasil yang saya kerjakan, saya merasa puas				
24	Bagi saya dalam berwirausaha harus mampu berfikir kreatif dan inovatif				
25	Saya merasa tidak mampu akan berwirausaha				
26	Saya tidak malu untuk bertanya kepada orang yang telah berhasil berwirausaha				
27	Dalam berkegiatan, saya tidak suka bekerja sama dengan teman				
28	Menurut saya berwirausaha lebih menantang daripada menjadi karyawan				
29	Saya merasa kurang mempunyai kemauan dan kemampuan dalam melihat kesempatan berwirausaha				
30	Apabila saya sudah berwirausaha, saya akan menawarkan produk yang baru				
31	Saat hendak memulai berwirausaha, saya takut gagal				
32	Ketika hendak berwirausaha, saya berusaha dengan sungguh-sungguh				
33	Saat melakukan kegiatan kelompok, saya malu jika dipilih menjadi ketua				
34	Menurut saya, berwirausaha sulit meningkatkan kualitas hidup				
35	Ketika akan berwirausaha, sulit untuk melihat dan mencari peluang baru				
36	Ketika hendak berwirausaha, ide yang saya gunakan merupakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya				

Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40				
Subjek	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f			
1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	4	3	2	4	4			
2	3	4	2	1	3	1	3	4	4	2	3	1	3	1	4	3	3	1	3	2	4	4	4	2	4	1	3	1	4	1	3	2	2	1	2	1	3	1	4	3				
3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2			
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2			
5	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3			
6	2	3	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3		
7	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	3	2	2	1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3		
8	4	2	3	1	3	1	4	1	4	1	3	1	4	2	4	2	4	3	4	2	4	1	3	1	4	3	4	2	4	3	4	1	2	2	3	3	4	3	4	3	4	2		
9	3	3	3	4	3	1	3	1	3	1	3	3	3	1	3	1	3	4	3	2	4	1	3	3	3	4	3	1	3	2	3	2	2	1	2	1	4	1	2	1	2	1		
10	3	3	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
11	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3		
12	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3		
13	4	3	4	2	3	1	3	4	4	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	1	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	3	2	2	1	2	2	4	3	3	3	3		
14	3	4	4	4	4	3	3	4	3	1	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3		
15	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2		
16	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
17	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	2	4	4	3	2	4	4	4		
18	4	3	2	3	4	2	4	1	3	1	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	1	2	1	3	4	3	3	4	1	3	3	1	3	2	2	4	4	3	2	4	2	3	1	
19	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	4	3	4	1	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4		
20	3	1	4	2	4	1	3	2	3	3	1	3	1	4	2	3	1	4	2	3	1	4	1	3	2	4	1	4	2	3	1	2	2	4	3	2	1	3	2	1	3	2	4	1
21	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	4	1	3	1	3	3	4	4	2	4	4	2	4	1	4	1	4	1	2	1	2	1	2	1	4	1	4	1	4	1		
22	2	4	3	4	4	1	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	1	3	3	2	1	3	3	4	3	3	4	3	4	
23	3	4	2	1	3	1	3	4	4	2	3	1	3	1	4	3	3	1	3	2	4	4	4	2	4	1	4	1	4	1	2	1	2	1	2	1	3	1	4	1	4	1		
24	3	4	2	1	3	1	3	4	4	2	3	1	3	1	4	3	3	1	3	2	4	4	4	2	4	1	4	1	4	1	2	1	2	1	2	1	3	1	4	1	4	1		
25	2	4	3	4	4	1	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	4	3	3	4	
26	2	4	3	4	4	1	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	1	3	3	2	1	3	3	4	3	3	4	3	3	4	
27	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	4	1	3	1	3	3	4	4	2	4	4	2	4	1	4	1	4	1	2	1	2	1	2	1	4	1	4	1	4	1	4	
28	3	1	4	2	4	1	3	2	3	3	1	3	1	4	2	3	1	4	1	4	1	3	2	4	1	4	2	3	1	2	2	4	3	2	2	4	3	2	1	3	2	2	1	
29	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	4	3	4	1	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	
30	4	3	2	3	4	2	4	1	3	1	3	3	4	1	4	4	4	4	4	1	2	1	3	4	3	3	4	1	3	3	3	1	3	2	2	2	4	2	4	2	3	1		
31	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4
32	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
33	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	
34	3	4	4	4	4	3	3	4	3	1	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	3	4	4	4	3	3	
35	4	3	4	2	3	1	3	4	4	3	3	3	1	4	3	3	3	4	1	3	2	4	4	3	4	4	4	2	3	3	2	2	1	2	2	4	3	3	2	4	3	3	3	
36	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
37	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	
38	3	3	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
39	3	3	3	4	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	4	3	2	4	1	3	3	3	4	3	1	3	2	3	2	2	1	2	1	2	1	4	1	2	1	4	1	
40	4	2	3	1	3	1	4	1	4	1	3	1	4	2	4	2	4	3	4	2	4	1	3	1	4	3	4	2	4	3	4	1	2	2	3	3	4	3	4	3	4	2	2	
41	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	3	2	2	1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
42	2	3	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
43	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	1	3	1	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	
44	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	
45	3	2	2	3	2	2																																						

Item subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf	f	uf
1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	4	3	3	3
2	3	3	4	2	3	1	4	2	4	1	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1	2	3	4	1	4	2	4	3
3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	1	4	2	4	1	4	2	4	2	4	1	4	1	4	1	4	3	4	1	4	1	3	1	3	1	3	1	4	2	3	3	4	2	4	1
6	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
7	3	3	4	3	4	1	4	3	4	1	4	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	4	1	4	3	4	3	4	3	4	2
8	3	2	4	2	4	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	4	1	4	1	4	1	3	3	4	3	4	2	4	1	4	1	3	1
9	3	4	3	2	3	4	2	4	3	4	3	2	4	1	3	1	3	3	3	2	3	2	3	1	2	4	3	3	2	4	3	2	3	2	3	1
10	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
11	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
12	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
13	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3
14	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	1	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	3	2	4	3	2	3
15	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
16	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	4	3	3
18	3	2	3	1	3	1	3	2	4	1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4
19	4	3	4	3	4	4	4	4	4	1	4	1	1	3	4	4	3	4	1	4	4	4	3	4	1	4	4	1	3	4	4	3	4	4	3	4
20	4	2	3	1	4	2	3	2	3	1	3	1	3	4	4	2	3	2	3	1	3	2	4	3	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	4	3
21	4	3	4	2	4	1	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
22	3	4	3	3	3	4	2	4	3	4	3	2	4	1	3	1	3	4	3	2	3	2	3	1	2	4	3	3	2	4	3	2	3	2	3	1
23	3	3	4	2	3	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	4	2	3	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
25	3	4	3	3	3	4	2	4	3	4	3	2	4	1	3	1	3	4	3	2	3	2	3	1	2	4	3	3	2	4	3	2	4	3	2	3
26	4	3	4	2	4	1	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3
27	4	2	3	1	4	2	3	2	3	1	3	1	3	4	4	2	3	2	3	1	3	2	4	3	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	4	3
28	4	3	4	3	4	4	4	4	4	1	4	1	1	3	4	4	3	4	1	4	4	3	4	4	3	4	4	1	3	4	4	3	4	4	3	4
29	3	2	3	1	3	1	3	2	4	1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4
30	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	4	3	3	
31	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	1	3	3	4	4	3	3	
32	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
33	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
34	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	1	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	3	2	4	3	2	3
35	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3
36	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
37	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
38	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3
39	3	4	3	2	3	4	2	4	3	4	3	2	4	1	3	1	3	3	3	2	3	2	3	1	2	4	3	3	2	4	3	2	4	3	2	3
40	3	2	4	2	4	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	4	1	4	1	4	1	3	3	4	3	4	2	4	1	4	1	3	1
41	3	3	4	3	4	1	4	3	4	1	4	3	3	3	4	1	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3	3	4	1	4	3	4	3	4	3	4
42	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
43	3	1	4	2	4	1	4	2	4	2	4	1	4	1	4	1	4	3	4	1	4	1	3	1	3	1	3	1	4	2	3	3	3	4	2	4
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2

Lampiran 4  
Data hasil penelitian motivasi

## Lampiran 5

**UJI VALIDITAS – REALIABITAS PENGGUNAAN FACEBOOK****Scale: putaran1****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	40

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N		Mean	Std. Deviation	N
item1	2.9333	.57997	45	item21	2.9333	.68755	45
item2	2.9111	.73306	45	item22	2.4444	.96661	45
item3	3.0889	.70137	45	item23	3.3778	.49031	45
item4	2.9778	.96505	45	item24	2.9333	.91453	45
item5	3.0444	.70568	45	item25	3.3556	.57031	45
item6	1.9556	.95240	45	item26	2.9778	1.01105	45
item7	3.3778	.49031	45	item27	3.4889	.50553	45
iyem8	2.9556	.97597	45	item28	1.9333	.80904	45
item9	3.4889	.50553	45	item29	3.0667	.49543	45
item10	2.4889	.84267	45	item30	2.5333	1.05744	45
item11	3.0667	.25226	45	item31	2.6667	.63960	45
item12	2.6444	.88306	45	item32	2.0000	.67420	45
item13	3.3111	.55687	45	item33	2.7556	.77329	45
item14	1.8222	.86047	45	item34	1.9556	.82450	45
item15	3.6667	.47673	45	item35	2.5556	.62361	45
item16	2.7556	.82999	45	item36	2.4444	.89330	45
item17	3.2000	.50452	45	item37	3.3333	.47673	45
item18	3.1778	.91176	45	item38	2.3111	.79264	45
item19	3.3111	.46818	45	item39	3.2222	.59882	45
item20	2.6222	.93636	45	item40	2.5556	1.03475	45

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	110.7111	112.301	-.380	.823
item2	110.7333	103.836	.240	.809
item3	110.5556	101.434	.427	.803
item4	110.6667	98.682	.435	.801
item5	110.6000	105.018	.169	.811
item6	111.6889	96.083	.588	.795
item7	110.2667	103.927	.380	.806
item8	110.6889	98.810	.423	.802
item9	110.1556	106.089	.155	.810
item10	111.1556	99.998	.430	.802
item11	110.5778	106.749	.220	.810
item12	111.0000	99.591	.431	.802
item13	110.3333	109.227	-.135	.817
item14	111.8222	96.695	.622	.795
item15	109.9778	108.522	-.079	.815
item16	110.8889	97.646	.587	.796
item17	110.4444	107.025	.065	.812
item18	110.4667	96.982	.565	.796
item19	110.3333	109.318	-.161	.816
item20	111.0222	97.386	.525	.798
item21	110.7111	112.983	-.376	.826
item22	111.2000	107.345	-.016	.819
item23	110.2667	110.609	-.280	.819
item24	110.7111	99.574	.414	.802
item25	110.2889	111.210	-.297	.821
item26	110.6667	95.455	.581	.795
item27	110.1556	111.407	-.347	.821

item28	111.7111	102.346	.303	.807
item29	110.5778	111.477	-.359	.821
item30	111.1111	96.328	.507	.798
item31	110.9778	104.068	.267	.808
item32	111.6444	100.916	.487	.801
item33	110.8889	102.101	.337	.805
item34	111.6889	106.128	.068	.815
item35	111.0889	100.083	.600	.799
item36	111.2000	94.345	.739	.789
item37	110.3111	109.265	-.154	.816
item38	111.3333	100.455	.433	.802
item39	110.4222	103.749	.316	.807
item40	111.0889	89.946	.863	.781

## Lampiran 6

**Scale: putaran2****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	22

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N		Mean	Std. Deviation	N
item3	3.0889	.70137	45	item38	2.3111	.79264	45
item4	2.9778	.96505	45	item39	3.2222	.59882	45
item6	1.9556	.95240	45	item40	2.5556	1.03475	45
item7	3.3778	.49031	45				
item8	2.9556	.97597	45				
item10	2.4889	.84267	45				
item12	2.6444	.88306	45				
item14	1.8222	.86047	45				
item16	2.7556	.82999	45				
item18	3.1778	.91176	45				
item20	2.6222	.93636	45				
item24	2.9333	.91453	45				
item26	2.9778	1.01105	45				
item28	1.9333	.80904	45				
item30	2.5333	1.05744	45				
item32	2.0000	.67420	45				
item33	2.7556	.77329	45				
item35	2.5556	.62361	45				
item36	2.4444	.89330	45				

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item3	55.0000	112.545	.492	.905
item4	55.1111	108.510	.543	.903
item6	56.1333	106.618	.652	.901
item7	54.7111	116.846	.308	.908
item8	55.1333	111.255	.396	.907
item10	55.6000	111.473	.459	.905
item12	55.4444	111.025	.459	.905
item14	56.2667	108.018	.648	.901
item16	55.3333	110.364	.533	.904
item18	54.9111	108.265	.593	.902
item20	55.4667	109.073	.532	.904
item24	55.1556	109.998	.496	.905
item26	55.1111	105.828	.649	.901
item28	56.1556	113.771	.344	.908
item30	55.5556	106.389	.589	.902
item32	56.0889	111.128	.617	.902
item33	55.3333	113.364	.388	.907
item35	55.5333	111.527	.641	.902
item36	55.6444	105.053	.792	.897
item38	55.7778	112.131	.452	.905
item39	54.8667	117.800	.169	.910
item40	55.5333	102.209	.816	.896



## Lampiran 7

**UJI VALIDITAS-RELIABILITAS MOTIVASI BERWIRAUSAHA****Scale: putaran1****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	36

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N		Mean	Std. Deviation	N
item1	3.2955	.46152	45	item21	3.7273	.45051	45
item2	3.1136	.81315	45	item22	2.5455	1.02196	45
item3	3.5455	.50369	45	item23	3.6818	.47116	45
item4	2.7273	.94902	45	item24	2.8636	1.15317	45
item5	3.5227	.50526	45	item25	3.0227	.82091	45
item6	2.6591	1.27486	45	item26	3.2273	.93668	45
item7	3.2500	.68624	45	item27	3.6364	.48661	45
item8	3.0909	.93556	45	item28	2.5909	.97213	45
item9	3.5227	.50526	45	item29	3.0227	.87574	45
item10	2.2500	.99124	45	item30	3.2727	.69428	45
item11	3.6818	.47116	45	item31	3.2500	.43802	45
item12	2.7955	1.00185	45	item32	3.0227	.90190	45
item13	3.3409	.77589	45	item33	3.7273	.45051	45
item14	2.9091	1.11685	45	item34	2.9318	.84627	45
item15	3.5909	.49735	45	item35	3.2045	.50942	45
item16	2.9091	1.09583	45	item36	2.8636	1.06947	45
item17	3.0909	.29080	45				
item18	3.2727	.81736	45				
item19	3.3636	.78031	45				
item20	2.8636	1.06947	45				

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	110.0909	171.712	.161	.889
item2	110.2727	162.994	.492	.884
item3	109.8409	173.300	.024	.891
item4	110.6591	160.276	.528	.883
item5	109.8636	177.702	-.303	.894
item6	110.7273	163.877	.256	.891
item7	110.1364	168.725	.262	.888
item8	110.2955	159.701	.562	.883
item9	109.8636	166.958	.510	.885
item10	111.1364	177.423	-.172	.898
item11	109.7045	165.376	.683	.884
item12	110.5909	154.945	.719	.879
item13	110.0455	171.254	.099	.891
item14	110.4773	154.069	.669	.880
item15	109.7955	168.213	.419	.886
item16	110.4773	152.627	.740	.878
item17	110.2955	174.678	-.116	.891
item18	110.1136	159.731	.652	.881
item19	110.0227	172.953	.015	.892
item20	110.5227	149.092	.905	.874
item21	109.6591	167.346	.542	.885
item22	110.8409	162.695	.389	.887
item23	109.7045	168.725	.402	.887
item24	110.5227	150.116	.794	.876
item25	110.3636	164.097	.433	.885
item26	110.1591	159.904	.553	.883
item27	109.7500	165.262	.669	.884

item28	110.7955	165.097	.313	.888
item29	110.3636	181.214	-.344	.900
item30	110.1136	163.498	.557	.884
item31	110.1364	174.772	-.094	.891
item32	110.3636	156.190	.748	.879
item33	109.6591	167.811	.502	.886
item34	110.4545	154.579	.883	.877
item35	110.1818	176.571	-.219	.893
item36	110.5227	151.744	.796	.877

## Lampiran 8

**Scale: putaran2****Reliability Statistics****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	24

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N			Mean	Std. Deviation	N
item2	3.1136	.81315	45		item34	2.9318	.84627	45
item4	2.7273	.94902	45		item36	2.8636	1.06947	45
item8	3.0909	.93556	45					
item9	3.5227	.50526	45					
item11	3.6818	.47116	45					
item12	2.7955	1.00185	45					
item14	2.9091	1.11685	45					
item15	3.5909	.49735	45					
item16	2.9091	1.09583	45					
item18	3.2727	.81736	45					
item20	2.8636	1.06947	45					
item21	3.7273	.45051	45					
item22	2.5455	1.02196	45					
item23	3.6818	.47116	45					
item24	2.8636	1.15317	45					
item25	3.0227	.82091	45					
item26	3.2273	.93668	45					
item27	3.6364	.48661	45					
item28	2.5909	.97213	45					
item30	3.2727	.69428	45					
item32	3.0227	.90190	45					
item33	3.7273	.45051	45					

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item2	72.4773	156.860	.527	.934
item4	72.8636	154.958	.524	.935
item8	72.5000	154.163	.569	.934
item9	72.0682	161.879	.475	.935
item11	71.9091	160.550	.626	.934
item12	72.7955	149.748	.714	.932
item14	72.6818	148.548	.678	.932
item15	72.0000	162.977	.396	.936
item16	72.6818	146.455	.776	.930
item18	72.3182	153.896	.675	.932
item20	72.7273	143.645	.915	.928
item21	71.8636	162.539	.479	.935
item22	73.0455	156.184	.431	.937
item23	71.9091	163.340	.389	.936
item24	72.7273	144.389	.813	.930
item25	72.5682	158.995	.414	.936
item26	72.3636	153.586	.594	.934
item27	71.9545	160.230	.632	.934
item28	73.0000	159.488	.318	.938
item30	72.3182	157.338	.599	.934
item32	72.5682	150.856	.748	.931
item33	71.8636	163.097	.430	.936
item34	72.6591	149.160	.889	.929
item36	72.7273	145.877	.822	.930

Lampiran 9

UJI NORMALITAS DATA - PENGGUNAAN FB

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Fb
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	61.31
	Std. Deviation	13.506
	Absolute	.105
Most Extreme Differences	Positive	.103
	Negative	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		.706
Asymp. Sig. (2-tailed)		.700

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

**Case Processing Summary**

		Fb
Series or Sequence Length		45
Number of Missing Values in the Plot	User-Missing	0
	System-Missing	0

The cases are unweighted.

**Estimated Distribution Parameters**

**Model Description**

Model Name	MOD_1	
Series or Sequence	1	
Transformation	Fb	
Non-Seasonal Differencing	None	
Seasonal Differencing	0	
Length of Seasonal Period	0	
Standardization	No periodicity	
Distribution	Type	Not applied
	Location	Normal
Fractional Rank Estimation Method	Scale	Estimated
		Estimated
Rank Assigned to Ties	Blom's	
	Mean rank of tied values	

		Fb
Normal Distribution	Location	61.31
	Scale	13.506

The cases are unweighted.

Applying the model specifications from MOD\_1

## Lampiran 10

## UJI NORMALITAS – MOTIVASI BERWIRAUSAHA

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Motivasi
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	75.84
	Std. Deviation	12.935
	Absolute	.117
Most Extreme Differences	Positive	.087
	Negative	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		.784
Asymp. Sig. (2-tailed)		.570

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Case Processing Summary

		motivasi
Series or Sequence Length		45
Number of Missing Values in the Plot	User-Missing	0
	System-Missing	0

The cases are unweighted.

## Model Description

Model Name		MOD_2
Series or Sequence	1	Motivasi
Transformation		None
Non-Seasonal Differencing		0
Seasonal Differencing		0
Length of Seasonal Period		No periodicity
Standardization		Not applied
Distribution	Type	Normal
	Location	Estimated
	Scale	Estimated
Fractional Rank Estimation Method		Blom's
Rank Assigned to Ties		Mean rank of tied values

Applying the model specifications from MOD\_2

## Estimated Distribution Parameters

		Motivasi
Normal Distribution	Location	75.84
	Scale	12.935

The cases are unweighted.

## Lampiran 11

## UJI LINIERITAS DATA

## Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
motivasi * fb	45	100.0%	0	0.0%	45	100.0%

## Report

## Motivasi

Fb	Mean	N	Std. Deviation
38	87.00	2	.000
41	66.50	2	12.021
43	72.50	2	20.506
45	61.00	2	.000
48	54.00	2	.000
50	64.00	2	.000
51	79.00	1	.
56	64.33	3	19.630
58	75.00	1	.
60	96.00	1	.
61	73.00	2	.000
63	80.75	8	9.896
64	71.00	2	.000
65	63.00	2	.000
68	73.00	2	.000
70	75.00	1	.
74	80.50	2	2.121
76	87.00	1	.
78	87.00	3	.000
80	82.00	1	.
86	96.00	1	.
88	96.00	1	.
90	96.00	1	.
Total	75.84	45	12.935



**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	5336.244	22	242.557	2.634	.014
Between Groups	Linearity	1908.979	1	1908.979	20.733	.000
	Deviation from Linearity	3427.265	21	163.203	1.772	.095
Within Groups		2025.667	22	92.076		
Total		7361.911	44			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
motivasi * fb	.509	.259	.851	.725

## Lampiran 12

### UJI HIPOTESIS

#### Correlations

		fb	Motivasi
Fb	Pearson Correlation	1	.509**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	45	45
motivasi	Pearson Correlation	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	45	45

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 13

## HASIL WAWANCARA

Nara Sumber : Siswa kelas X Jasa Boga

Tanggal : 4 Mei 2015

Waktu : Pukul 09.15 – 09.30

Tempat : Depan ruang kelas X Jasa Boga 1

Keterangan:

P : Pewawancara

S : Siswa

*P : Di tengah pesatnya teknologi komunikasi dewasa ini, hampir semua orang memiliki akun facebook. Bagaimana dengan anda ?*

**S : Benar sekali, saya memiliki akun facebook sejak SMP**

*P : Kalau sejak SMP sudah memiliki akun facebook. Bisa diterangkan, apa yang menarik dan manfaat apa yang kira-kira dapat kamu peroleh dari komunikasi via facebook selama ini?*

**S:** Terus terang memiliki akun facebook sangat menarik bagi saya. Sebagai anak muda, selain bangga dapat berkomunikasi via facebook, saya tidak dicap sebagai anak yang gptek tetapi anak gaul. Manfaatnya banyak sekali, pertama kali saya mendapatkan tambahan teman. Dapat bertukar informasi, bahkan dapat mengunduh dan mengunggah gambar dan informasi. Pokoknya saya senang dan bangga bisa berkomunikasi via facebook.

P: *Selain hanya sebagai wahana kesenangan, apakah tidak ada fikiran lain yang lebih bermanfaat atau menguntungkan berkomunikasi via facebook ?.*

S: Awalnya memang demikian. Akan tetapi semenjak masuk jadi siswa SMK. Saya ingin memanfaatkan facebook lebih jauh lagi, yaitu untuk sarana bisnis.

P : *Bisa diterangkan lebih terperinci lagi, apa yang dimaksud untuk sarana bisnis ?*

S : Baiklah!. Pada dasarnya facebook menarik bagi saya. Untuk itulah ada niat untuk melihat-lihat sejumlah barang yang ditawarkan berikut harga yang dikehendaki. Karena cocok, akhirnya saya beli barang itu. Dengan komunikasi lebih intens, lewat percakapan via telepon. Barangpun dikirim sampai di rumah. Saya berkesimpulan, bisnis via facebook sangat sederhana. Tidak membutuhkan biaya untuk menyediakan tempat dan pemasaran.

P : *Anda katakan bahwa membeli barang via facebook sangat sederhana. Apakah tidak ada keinginan untuk berperan sebagai penjual, misalnya ?*

S : Sudah, tapi belum lama. Bukan sebagai penjual murni, tetapi jadi reseller. Membeli dari satu orang, dan saya jual kembali ke orang lain.

P : *Bisa dijelaskan lebih konkrit, apa saja yang pernah anda jual kembali via facebook ?*

S : Tidak tetap, alias bergantian. Sangat tergantung pada trend. Saya pernah menjual kue, tas wanita, fashion, bahkan sepatu wanita.

P : *Anda berperan sebagai reseller, bagaimana cara menetapkan harga, termasuk mendapatkan diskon, apakah ada syarat-syarat yang harus dipenuhi?*

S : Syarat sih tidak ada. Ini tergantung dari kesepakatan kami dengan penjual tangan pertama.

P : *Apakah ada keinginan berwirausaha lewat facebook ?*

S : Tentu saja. Sejak semula saya ingin berwirausaha. Akan tetapi semua impian itu tak mungkin jadi nyata karena dibutuhkan modal yang sangat besar. Begitu media sosial menjamur di mana-mana, banyak orang yang berwirausaha lewat facebook, dan terbukti berhasil, saya terdorong untuk melakukan hal yang sama, yaitu berwirausaha via facebook. Selain tidak membutuhkan modal yang banyak , prosesnya tidak terlalu rumit.

P : Terima kasih untuk waktu yang disediakan untuk wawancara, semoga menjadi wirausahawan yang sukses.

S : Terima kasih kembali.

## HASIL WAWANCARA

Berdasarkan penjelasan dari jawaban, sejumlah siswa yang berhasil terwawancarai perihal penggunaan facebook terhadap motivasi berwirausaha, sebagian besar memberi jawaban positif.

Sebagai siswa SMK yang masih kental dengan pencarian jati diri, memiliki akun facebook memang awalnya hanya sekedar mendapat pengakuan, terutama dari teman-teman sebaya bahwa mereka juga termasuk komunitas yang bisa mengikuti perkembangan teknologi. Sarana komunikasi via facebook bagi siswa, akhirnya menjadi semacam kewajiban yang harus dipenuhi. Apalagi, komunikasi lewat facebook mudah, murah dan menarik.

Tiga hal itu pada gilirannya memberi ruang yang lebih luas terhadap para pengguna facebook. Bukan hanya sekedar berteman, atau mencari tambahan teman, melainkan juga melakukan browsing, penjelajahan terhadap hal-hal yang dimuat dalam akun facebook, termasuk di dalamnya penawaran-penawaran barang yang ditampilkan secara menarik.

Sebagian siswa mengaku bahwa melakukan bisnis lewat facebook diawali dengan coba-coba, bukan tujuan utama. Karena sudah merasakan mendapat untung, akhirnya keinginan melakukan hal yang sama terulang lagi.

Tetapi ada juga siswa yang sejak awal sudah berkeinginan melakukan usaha lewat facebook. Ini sebagian besar dilatar belakangi oleh siswa yang orang tua mereka memang sebagai wirausaha sejak semula.

Berhubung komunikasi lewat facebook murah, mudah dan menarik, alasan-alasan itulah yang mendorong mereka termotivasi untuk melakukan usaha wiraswasta lewat facebook. Demikian pengakuan dari sejumlah besar siswa yang diwawancarai.

## Lampuran 14



**YAYASAN PENDIDIKAN MATARAM**  
**SMK MATARAM**

Jl. M.T. Haryono No. 403 - 405 Telp/Fax.(024) 3542473 SEMARANG 50136

---

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 645 / Ket / Kep.SMK / V / 2015

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Sugianto, S.Pd, M.Si, M.Kom  
Jabatan : Kepala SMK Mataram

Menerangkan bahwa :

Nama : Drastian Enggar Aditya  
NIM : 540 141 016 7  
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (Tata Boga), S1  
Universitas Negeri Semarang Fakultas Teknik

Tealah melaksanakan penelitian di Kelas X Boga 1 , X Boga 2, dan X Busana pada tanggal 4 Mei 2015 untuk penyusunan skripsi / tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan, dengan sebaik-baiknya.

Semarang, 8 Mei 2015  
Kepala SMK Mataram  
  
Sri Sugianto, S.Pd, M.Si, M.Kom





Lampiran 15

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN

