



Dies Natalies UNESA 48th
Kampus Ketintang Surabaya

11

UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Proceeding

International Conference *Social Studies and Economic Education in the Free Trade Era*

Presented at Utami Hotel, Juanda Surabaya, Indonesia
8-9 th December 2012



34	Lucky Rachmawati, S.E., M.Si		Reconstruction Through About Free Trade Negative Issues	214
35	Meylia Elizabeth Rasu		Electronic Communication Office for Supporting Performance to the Era of Globalization	218
36	Muhammad Abdul Ghofur; Indah Purnama Sari	University of Surabaya	A Taclaroline Utilization in Learning to Address Free Trade Era	223
37	Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd	Faculty of Education State Unversity of Surabaya	Entrepreneurship Development Course to Foster Character Merchandise in Support Economic Growth	229
38	Mukminan	Faculty of Social Science, Yogyakarta State University	Instructional Technology to Improve Quality of Social Studies Instruction	236
39	Djusmalinar	University Pattani Campus	Otop : Kebijakan Kerajaan Thailand dalam Menumbuhkan Usahawan Tempatan Khasnya di Selatan Thailand	242
40	Subagyo	Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang	Pendidikan IPS Berkarakter untuk Masyarakat di Era Perdagangan Bebas	247
41	Nugroho		Pendidikan Kewirausahaan untuk Anak Usia Dini	254
42	Endang Mulyani dkk		Kajian Tentang Bisnis Center di SMK dalam Mendukung pengembangan sikap dan perilaku wirausaha siswa SMK abstraks	259

KAJIAN TENTANG BISNIS CENTER DI SMK DALAM Mendukung PENGEMBANGAN SIKAP DAN PERILAKU WIRAUUSAHA SISWA SMK ABSTRAKS

Oleh: Endang Mulyani dkk
(Sugiharsono, Losina Purnastuti, Dyah Setyorini, Zamtinah)

Kajian model Bisnis Center di SMK dalam mendukung pengembangan entrepreneur muda Indonesia ini bertujuan untuk: 1) peta bisnis center, 2) memperoleh gambaran mengenai sikap dan perilaku wirausaha siswa SMK.

Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini adalah diskriptif kuantitatif. Data yang diperlukan dalam kajian ini antara lain mencakup:) peta Bisnis Center di SMK, sikap dan perilaku wirausaha siswa SMK, dan data sekunder yang diperoleh dari beberapa instansi terkait. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kajian ini menggunakan angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Populasi dalam kajian ini adalah SMK kelompok bisnis dan manajemen di Indonesia yang memperoleh dana bantuan pembangunan/pengembangan Bisnis Center dari Direktorat SMK. SMK yang memperoleh dana bantuan pembangunan/pengembangan Bisnis Center adalah sebesar 34 SMK. Dari jumlah tersebut diambil sebesar 25 SMK sebagai sampel dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik diskriptif dan model analisis interaktif tiga alur dari Milles dan Hubberman.

Berdasarkan analisis data diperoleh hasil sebagai berikut: 1) dilihat dari sikap dan perilaku wirausaha siswa SMK, dari 781 siswa sebagian besar termasuk kategori sedang dan rendah (kategori sedang 63,4%, kategori rendah 36,5%), dan 2) model Bisnis Center yang dikembangkan di SMK meliputi dua model yaitu model bisnis ritel dan grosir.

Kata Kunci: Model, Bisnis Center, Wirausaha

PENDAHULUAN

Pada era global, dunia dihadapkan pada keadaan dimana berbagai perubahan akan terjadi secara cepat di segala aspek kehidupan manusia. Di era global inilah kualitas kemandirian manusia akan diuji sebagai dampak perubahan tersebut. Karakteristik lain dari globalisasi adalah kompetisi. Untuk dapat memenangkan kompetisi, maka suatu negara harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan memenuhi standar kompetensi dunia atau zona tertentu. Sumber daya yang berkualitas hanya akan diperoleh melalui pendidikan yang berkualitas pula.

Secara historis masyarakat Indonesia cenderung memiliki sikap feodal yang diwarisi dari penjajah Belanda, hal ini ikut mewarnai orientasi pendidikan bangsa Indonesia. Sebagian besar anggota masyarakat mengharapkan output pendidikan sebagai pekerja, sebab mereka berpandangan bahwa pekerja (terutama pegawai negeri) adalah *priyayi* yang memiliki status sosial cukup tinggi dan disegani oleh warga masyarakat. Ironisnya pendidik maupun institusi pendidikan memiliki persepsi yang sama terhadap harapan output pendidikan. Apabila hal ini tidak segera diantisipasi,

bukan hal yang mustahil suatu saat akan terjadi ledakan pengangguran terdidik yang tak terkendali di Indonesia, karena para lulusan lembaga pendidikan tidak dikader sejak dini untuk menjadi pencipta lapangan kerja atau berusaha secara mandiri, mereka cenderung lebih senang bekerja pada dan untuk orang lain. Lebih memprihatinkan lagi jika lulusan lembaga pendidikan kita tidak mampu mengolah potensi yang ada dan hanya sekedar jadi penonton di negerinya sendiri.

Keberadaan SMK Bidang Studi keahlian Bisnis dan Manajemen di tengah-tengah masyarakat, sangat diharapkan dapat menjalankan fungsi utamanya sebagai lembaga penyelenggara pendidikan kejuruan yang sekaligus menjalankan perannya sebagai agen pembaharu (*agent of change*) dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekitarnya. Langkah awal untuk mewujudkan peran SMK tersebut adalah dengan menumbuhkan kegiatan pengembangan bisnis eceran (ritel) di tingkat SMK. Pemberdayaan Bisnis Center di SMK yang berorientasi pada bisnis eceran ini diharapkan mampu membangkitkan gerakan pelaku bisnis eceran skala kecil dan menengah yang pada dewasa ini keberadaannya semakin terpinggirkan dengan hadirnya bisnis eceran skala besar seperti *hypermarket* dan *supermarket*.

Anggapan terhadap tergusurnya pasar tradisional akibat kehadiran pasar modern tersebut dapat ditunjukkan dengan fakta bahwa di Indonesia, terdapat 13.450 pasar tradisional dengan sekitar 12,6 juta pedagang kecil (*Kompas* 2006). Berdasarkan hasil studi A.C. Nielsen, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Jika kondisi ini tetap dibiarkan, ribuan bahkan jutaan pedagang kecil akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tenggelam seiring dengan tren perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh pasar modern.

Sejalan dengan visi, misi dan tujuannya, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) termasuk SMK Bidang Bisnis dan Manajemen memiliki peran untuk menyiapkan peserta didik agar siap bekerja, baik bekerja mandiri (wiraswasta) maupun mengisi lowongan pekerjaan yang ada. Dalam kaitannya dengan menyiapkan siswa sebagai pelaku bisnis, tidak lepas dengan penciptaan wirausahawan karena wirausahawan berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi kondisi dunia kewirausahaan di Indonesia belum sesuai dengan harapan. Lebih lanjut Scharg dan Poland (1987), mengatakan bahwa pendidikan Bisnis menyiapkan siswa untuk masuk dalam pekerjaan bisnis secara mahir, yang sama pentingnya, menyiapkan siswa untuk memimpin persaingan bisnis yang mereka miliki, dan sebagai konsumen yang pandai serta sebagai warga negara yang pandai dalam ilmu ekonomi bisnis. Schumpeter, sebagaimana dikutip Bygrave (1996) dalam *Entrepreneurship*, mengatakan seorang wirausahawan adalah individu yang memperoleh peluang dan menciptakan organisasi untuk mengejarnya (mengejar peluang). Sedang Drucker (1996), mengatakan bahwa wirausaha selalu mencari perubahan, menanggapi dan memanfaatkannya sebagai peluang. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seorang entrepreneur adalah pribadi yang mencintai perubahan, karena dalam perubahan tersebut peluang selalu ada. Ia akan selalu mengejar peluang tersebut dengan cara menyusun suatu organisasi. Sebagai suatu proses kewirausahaan menyangkut segala fungsi, aktivitas, dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi untuk mengejarnya (Bygrave, 1996).

Agar proses pembelajaran di SMK mampu melahirkan lulusan yang memiliki perilaku wirausaha, maka perlu dikembangkan model pembelajaran yang dapat menumbuhkan sikap dan perilaku wirausaha, diantaranya melalui peningkatan peran siswa dalam mengembangkan Bisnis Center, Koperasi, atau Unit Produksi yang ada. Upaya peningkatan kualitas hasil pembelajaran melalui kegiatan Bisnis Center, bukan sesuatu hal yang baru di lingkungan SMK Bidang Studi Keahlian Bisnis dan Manajemen, tetapi belum banyak SMK yang memberikan perhatian secara khusus untuk pengembangan lebih lanjut. Kondisi saat ini pelaksanaan Bisnis Center di SMK pada umumnya berjalan apa adanya dan belum disentuh dengan teknologi dan manajemen yang memadai. Bahkan masih banyak SMK sejenis lainnya yang samasekali belum memiliki Bisnis Center akibat berbagai keterbatasan tenaga, biaya/modal, sarana prasarana, dan kompetensi yang relevan (DPSMK, 2008).

Secara umum pengembangan Bisnis Center diarahkan pada: 1) penyediaan sarana prasarana Bisnis Center yang layak sebagai tempat dan wahana belajar sambil berbuat (*learning by doing*); 2) pengembangan pola manajemen Bisnis Center yang terintegrasi dengan proses pembelajaran.

Berdasarkan hasil temuan kajian di atas P4DN Departemen Perdagangan RI dan INDEF (2007) menyampaikan rekomendasi yang salah satunya adalah diperlukan sebuah studi khusus yang ditujukan untuk menyusun model usaha (*business model*, termasuk *financial model*) pasar tradisional. Berlandaskan hasil temuan kajian P4DN Departemen Perdagangan RI dan INDEF di atas bukan tidak mungkin bahwa keberadaan Bisnis Center di SMK dapat diberdayakan guna membangkitkan gerakan pelaku bisnis ritel tradisional. Selain itu Bisnis Center di SMK juga berperan penting sebagai wahana pembelajaran *entrepreneurship* di SMK baik bagi siswa maupun guru. Oleh karena itu sudah saatnya keberadaan Bisnis Center yang ada di SMK ditata dan dibesarkan dengan pendekatan pengelolaan yang lebih sesuai dengan tuntutan perkembangan saat ini. Pokok permasalahannya adalah Model Bisnis Center yang bagaimanakah yang dapat diterapkan di SMK Bidang Studi Keahlian Bisnis dan Manajemen mengingat SMK situasi dan kondisi antara SMK satu dan lainnya sangat variatif dan heterogen. Melalui kegiatan inilah pertanyaan tersebut akan dikaji.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini adalah diskriptif kuantitatif. Kegiatan riset diawali dengan melakukan survey untuk mendapatkan gambaran umum mengenai bentuk Bisnis Center atau kegiatan sejenis yang sudah, sedang, dan akan dikembangkan di SMK yang kemudian berdasarkan data survey kemudian dilanjutkan dengan penelitian pengembangan. Berdasarkan data hasil survey akan diperoleh data untuk mengungkap jiwa kewirausahaan siswa SMK dan pola pengelolaan Bisnis Center di SMK yang telah dilakukan selama ini.

Populasi dalam kajian ini adalah SMK Bidang Studi Keahlian Bisnis dan Manajemen di Indonesia yang memperoleh dana bantuan pembangunan/pengembangan Bisnis Center dari Direktorat SMK. SMK yang memperoleh dana bantuan pembangunan/pengembangan Bisnis Center adalah sebesar 34 SMK. Semula dari sejumlah 34 SMK yang memperoleh bantuan dana pembangunan/pengembangan BC akan diambil semua sebagai subyek kajian. Namun berdasarkan beberapa hasil

informasi yang diperoleh ternyata ada beberapa SMK yang kondisinya hampir sama, maka dari 34 SMK diambil sebesar 25 SMK sebagai sampel dengan teknik *purposive random sampling*.

Data yang diperoleh dalam kajian ini sebagian dianalisis dengan menggunakan Model Milles dan Hubberman yaitu model analisis interaktif tiga alur. Alur pertama adalah pengumpulan data, selama proses pengumpulan data tim juga melakukan reduksi terhadap data yang tidak relevan melalui proses pemilihan, pemilahan, dan penyederhanaan data. Reduksi data ini merupakan suatu bentuk analisis yang memfokuskan, menggolongkan, dan mengorganisasikan data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peta Bisnis Center di SMK

Untuk melihat peta Bisnis Center di SMK dalam kajian ini digunakan dua instrumen yaitu instrumen yang ditujukan kepada guru dan instrumen yang ditujukan kepada siswa yang mengelola Bisnis Center. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh gambaran tentang peta Bisnis Center di SMK yang nampak pada tabel berikut:

Tabel 1. PETA BISNIS CENTER DI SMK

No.	ASPEK	KATEGORI BISNIS CENTER		
		A	B	C
1.	Independensi Pengelolaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengelolaan BC sepenuhnya oleh sekolah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengelolaan BC melibatkan pihak luar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengelolaan BC sepenuhnya dilakukan oleh pihak luar
		40%	52%	8%
2.	Besarnya Modal	> 100 Juta	50 juta – 100 juta	<50 Juta
		16%	12%	16%
3.	Omset	≥ 2 juta/minggu	1-2 juta/minggu	kurang dari 1 juta/minggu
		52%	20%	12%
4.	Sarana & Prasarana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki gedung sendiri ▪ Memiliki sistem basis data terdigitalisasi ▪ Memiliki gudang penyimpanan barang ▪ Memiliki fasilitas untuk melakukan diversifikasi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki gedung sendiri ▪ Sedang merintis sistem basis data terdigitalisasi ▪ Sedang merintis gudang penyimpanan barang ▪ Sedang 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum memiliki gedung sendiri ▪ Belum memiliki sistem basis data terdigitalisasi ▪ Belum memiliki gudang penyimpanan barang yang memadai ▪ Belum memiliki fasilitas untuk

No.	ASPEK	KATEGORI BISNIS CENTER		
		A	B	C
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ usaha ▪ Memiliki unit usaha ≥ 3 ▪ Memiliki sarana promosi 	<ul style="list-style-type: none"> merintis fasilitas untuk melakukan diversifikasi usaha ▪ Sedang merintis sarana promosi 	<ul style="list-style-type: none"> melakukan diversifikasi usaha ▪ Belum memiliki sarana promosi
		0	84%	16%
5.	Sistem Akuntansi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelaporan keuangan lengkap (memenuhi kaidah PABU) ▪ Sudah menggunakan sistem basis data (sistem akuntansi terkomputerisasi) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelaporan keuangan belum lengkap (belum memenuhi kaidah PABU) ▪ Sedang merintis sistem basis data 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelaporan keuangan tidak memadai (tidak memenuhi kaidah PABU) ▪ Belum memiliki sistem basis data (masih manual)
		32%	60%	8%
6.	Mitra Kerja sama	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki pemasok lebih dari 5 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki pemasok 3 - 5 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki pemasok kurang dari 2
		56%	24%	20%
7.	Segmen Pasar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Warga sekolah, masyarakat sekitar, lingkungan tempat tinggal siswa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Warga sekolah dan lingkungan tempat tinggal siswa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hanya melayani warga sekolah
		100%	0	0
8.	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategis (terlihat dan mudah dijangkau) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurang strategis (display toko tidak terlihat tetapi mudah dijangkau) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak strategis
		100%	0	0
9.	SDM (pengalaman, kompetensi, kinerja, melibatkan warga sekolah)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SDM bekerja sesuai dengan kompetensi ▪ Memiliki pengalaman mengelola unit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum semua SDM bekerja sesuai dengan kompetensi ▪ Memiliki pengalaman 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SDM yang bekerja (mengelola BC) masih paruh waktu ▪ Memiliki

No.	ASPEK	KATEGORI BISNIS CENTER		
		A	B	C
		<ul style="list-style-type: none"> usaha lebih dari 10 tahun Memiliki tenaga profesional di bidangnya masing-masing 	<ul style="list-style-type: none"> mengelola unit usaha kurang lebih 5 tahun Belum memiliki tenaga profesional di bidangnya masing-masing 	<ul style="list-style-type: none"> pengalaman mengelola unit usaha kurang lebih 2 tahun Tidak memiliki tenaga profesional di bidangnya masing-masing
		40%	48%	12%
10.	Strategi Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Door to door membawa sampel dan daftar harga 	<ul style="list-style-type: none"> Menjual langsung ke konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Menunggu pesanan dari konsumen
		32%	48%	20%
11.	Kesejahteraan Pengelola	<ul style="list-style-type: none"> Melalui sistem insentif Pengelola dihargai setara dengan jam mengajar 	<ul style="list-style-type: none"> Sistem insentif yang diberikan sekedarnya sesuai dengan keuntungan 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak ada sistem insentif
		28%	56%	16%
12.	Kontribusi yang diberikan	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan kontribusi dalam menumbuhkan jiwa wira usaha sivitas akademika Memberikan kontribusi terhadap pengetahuan, ketrampilan, dan kompetensi Memberikan kontribusi terhadap ekonomi/finansial 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan 2 dari 3 jenis kontribusi 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan salah satu dari 3 jenis kontribusi
		100%	0	0
13.	Keberlanjutan siswa berwirausaha	<ul style="list-style-type: none"> Praktik berwirausaha dilaksanakan oleh siswa kelas 	<ul style="list-style-type: none"> Praktik berwirausaha dilaksanakan oleh siswa 	<ul style="list-style-type: none"> Praktik berwirausaha dilaksanakan oleh siswa kelas 1/ 2/3

No.	ASPEK	KATEGORI BISNIS CENTER		
		A	B	C
		1,2 dan 3 ▪ Semua siswa SMK mendapat kesempatan praktik berwirausaha di BC	kelas 1 dan/atau 2 ▪ Siswa diberi kesempatan praktik berwirausaha berasal dari 2 – 3 program keahlian	▪ Siswa yang diberi kesempatan praktik hanya dari salah satu program keahlian
		0	100%	0
14.	Keterlibatan alumni dalam BC	Ada alumni yang ikut menjalankan BC	Sedang merintis keterlibatan alumni dalam BC	Belum mengagendakan keterlibatan alumni dalam kegiatan BC
		24%	76%	0
KATEGORI SMK		24%	68%	8%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.1. dapat didikripsikan bahwa:

1. Dilihat dari peta **Independensi Pengelolaan** menunjukkan bahwa 40% Bisnis Center di SMK masuk dalam kategori A yaitu sudah dikelola sepenuhnya oleh pihak sekolah. Bisnis Center yang masuk dalam kategori B sebanyak 52% yaitu BC yang pengelolaannya melibatkan pihak luar sekolah. Sisanya sebanyak 8% masuk dalam kategori C yaitu BC yang pengelolaannya dilakukan oleh pihak luar.
2. Untuk data keuangan, jumlah laporan keuangan yang terkumpul sebanyak 10 SMK. Terkait dengan **Besarnya Modal** yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut: Bisnis Center yang masuk dalam kategori A yaitu besar modalnya di atas 100 juta rupiah sebanyak 16%. Bisnis Center yang masuk dalam kategori B yaitu besar modalnya antara 50 juta sampai dengan 100 juta rupiah sebesar 12%, sedangkan Bisnis Center yang masuk dalam kategori C yaitu besar modalnya di bawah 50 juta rupiah sebanyak 16%. Adapun sisanya 56% (15 SMK) tidak mengumpulkan data keuangan.
3. Hasil pemetaan **Omset** pada BC menunjukkan bahwa BC yang masuk kategori A yaitu BC yang omsetnya di atas Rp2.000.000,00 per minggu sebanyak 52%. BC yang masuk dalam kategori B yaitu BC yang memiliki omset Rp1.000.000,00-Rp2.000.000,00 sebanyak 20%. BC yang masuk dalam kategori C yaitu BC yang memiliki omset kurang dari Rp1.000.000,00 per minggu sebanyak 28%.
4. Hasil pemetaan **Sarana & Prasarana** pada BC, menunjukkan bahwa tidak ada BC yang memiliki sarana dan prasarana paling lengkap (kategori A) antara lain memiliki gedung sendiri, sistem basis data terdigitalisasi, memiliki gudang

penyimpanan barang, memiliki fasilitas untuk diversifikasi usaha, memiliki banyak unit usaha, memiliki sarana transportasi yang memadai, memiliki sarana promosi. BC yang sarana dan prasarannya masuk dalam kategori B yaitu BC yang memiliki gedung sendiri, sedang merintis sistem basis data terdigitalisasi, sedang merintis memiliki gudang penyimpanan barang, sedang merintis fasilitas untuk melakukan diversifikasi usaha, sedang merintis sarana promosi, memiliki sarana transportasi tetapi belum memadai, sebanyak sebanyak 84%. Adapun BC yang sarana dan prasarannya masuk dalam kategori C yaitu BC yang belum memiliki gedung sendiri, belum memiliki sistem basis data terdigitalisasi, belum memiliki gudang penyimpanan barang yang memadai, belum memiliki fasilitas untuk melakukan diversifikasi usaha, belum memiliki sarana promosi, belum memiliki sarana transportasi yang memadai, sebanyak 16%.

5. Hasil peta **Mitra Kerja sama** pada BC menunjukkan bahwa BC yang termasuk kategori A yaitu BC yang memiliki mitra kerja sama lebih dari tiga sebanyak 56%. BC yang termasuk kategori B yaitu BC yang memiliki mitra kerja setidaknya 3 sampai dengan 5 mitra kerja sebanyak 24%. Sisanya 4% adalah BC yang masuk dalam kategori C yaitu BC yang hanya memiliki satu mitra kerja.
6. Hasil peta **Segmen Pasar** pada BC menunjukkan bahwa semua BC (100%) masuk dalam segmen pasar untuk kategori A yaitu warga sekolah, masyarakat sekitar dan lingkungan tempat tinggal siswa.
7. Hasil peta **Lokasi** pada BC menunjukkan bahwa semua BC (100%) masuk dalam kategori A yaitu BC yang lokasinya strategis (terlihat dan mudah dijangkau).
8. Hasil peta **SDM** (pengalaman, kompetensi, kinerja, melibatkan warga sekolah) pada BC menunjukkan bahwa BC yang memiliki SDM dengan kategori A ditunjukkan SDM dengan kriteria: bekerja sesuai kompetensi, memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun, dan memiliki tenaga profesional di bidangnya masing-masing sebanyak 40%. BC dengan kategori B yaitu BC yang SDMnya belum bekerja sesuai dengan kompetensi, memiliki pengalaman mengelola unit usaha kurang lebih lima tahun, belum memiliki tenaga profesional di bidangnya masing-masing sebanyak 48%. Adapun BC yang masuk dalam kategori C yaitu BC yang pengelolanya masih bekerja paruh waktu, memiliki pengalaman mengelola unit usaha kurang lebih dua tahun, tidak memiliki tenaga profesional di bidangnya masing-masing sebanyak 12%.
9. Hasil peta **Strategi Pemasaran** pada BC menunjukkan bahwa untuk kategori A yaitu BC yang pemasarannya *door-to-door*, membawa sampel, dan daftar harga sebanyak 32% BC. BC kategori B yaitu BC yang pemasarannya menjual langsung ke konsumen sebanyak 48%. Sisanya 20% masuk kategori C yaitu BC yang pemasarannya hanya menunggu pesanan konsumen.
10. Hasil peta **Kesejahteraan Pengelola** pada BC menunjukkan bahwa BC yang kesejahteraan pengelolanya masuk dalam kategori A yaitu kesejahteraan pengelola BC melalui sistem insentif dan pengelola dihargai setara dengan jam mengajar sebanyak 28%. Untuk kategori B yaitu kesejahteraan pengelola BC yang sistem insentifnya diberikan sekedarnya, sesuai dengan keuntungan

sebanyak 56%. Sisanya, untuk kategori C yaitu BC yang tidak ada sistem insentif untuk kesejahteraan pengelola BC sebanyak 16%.

11. Hasil peta **Kontribusi** yang diberikan pada BC menunjukkan bahwa 100% semua BC memberi kontribusi dalam menumbuhkan jiwa wirausaha sivitas akademika, memberikan kontribusi terhadap pengetahuan, ketrampilan, dan kompetensi, serta memberikan kontribusi terhadap ekonomi atau finansial.

B. Diskripsi Sikap dan perilaku wirausaha yang dimiliki siswa SMK

1. Sikap dan Perilaku Wirausaha Siswa SMK

Sikap adalah keadaan mental dari kesiapan yang diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh dinamik atau terarah pada respons individu pada semua obyek dan situasi yang berkaitan dengannya. Berdasarkan batasan sikap di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya sikap itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap yaitu:

- a. Komponen kognitif (komponen perceptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan akan hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap obyek sikap.
- b. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap obyek sikap. Rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Komponen ini menunjukkan arah sikap yaitu positif dan negatif.
- c. Komponen konatif (komponen perilaku), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap obyek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap obyek sikap.

Perilaku wirausaha merupakan perilaku manusia dalam kegiatan wirausaha sebagai upaya manusia untuk mengatasi masalah yang berhubungan dengan wirausaha. Pembentukan sikap dan perilaku wirausaha siswa merupakan tujuan yang harus dicapai dalam pembelajaran kewirausahaan. Pembentukan sikap dapat dipenuhi melalui pendidikan informal dapat dilakukan melalui keluarga, biasanya yang berperan utama orang tua. Sedangkan secara formal dapat dilakukan melalui proses pembelajaran di sekolah.

Untuk mengukur sikap dan perilaku wirausaha siswa digunakan angket yang terdiri dari 44 butir pernyataan. Dari pernyataan tersebut dibuat rentangan skor 4, 3, 2, 1.

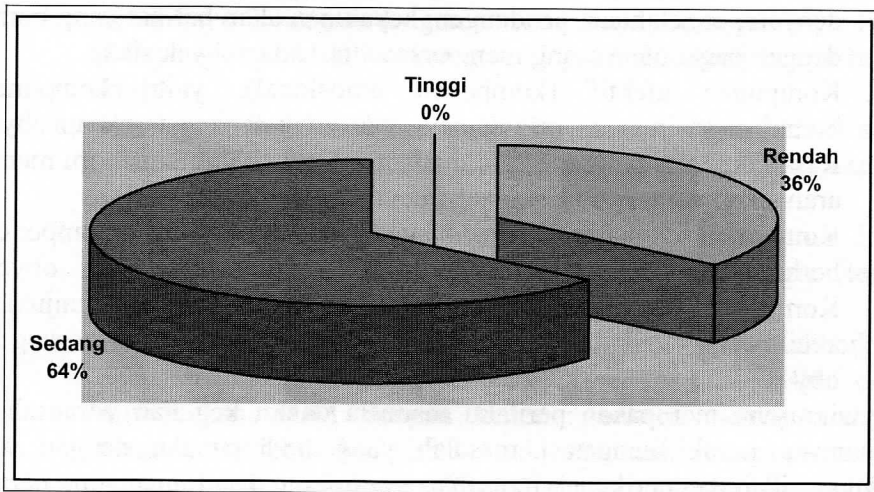
Berdasarkan hasil analisis data dari instrumen sikap dan perilaku wirausaha, diperoleh hasil bahwa dari 781 responden yang menjadi sampel penelitian, skor terendah yang dicapai adalah sebesar 1,11 dan skor tertinggi yang dicapai sebesar 3,45. Rata-rata (mean) skor sikap dan perilaku wirausaha sebesar 2,12. Dalam analisis aspek sikap dan perilaku wirausaha dikategorikan menjadi tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang dan rendah. Hasil analisis pengkategorian sikap dan perilaku wirausaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Kategori Sikap dan Perilaku Wirausaha Siswa SMK

Aspek Kewirausahaan	F	%
Rendah	280	36,5
Sedang	500	63,4
Tinggi	1	0,1
Jumlah	781	100,0

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 2. di atas dapat dilihat bahwa dari 781 siswa sebagian besar sikap dan perilaku wirausahanya termasuk kategori sedang (63,4%) dan rendah sebesar 36,5%. Data tentang kategori sikap dapat dilihat juga pada gambar berikut



Gambar 1. Kategori sikap dan perilaku wirausaha

2. Sikap dan Perilaku Wirausaha Siswa SMK dilihat dari Tingkatan/Kelas

Dilihat dari perbedaan kelas, sikap dan perilaku wirausaha antar kelas menunjukkan bahwa ternyata kelas 3 rata-rata nilai sikap dan perilaku wirausahanya lebih tinggi dibandingkan dengan kelas 1 dan 2. Mean (rata-rata) sikap dan perilaku wirausaha siswa kelas tiga sebesar 2,22, mean kelas 2 sebesar 2,06 dan mean kelas 1 sebesar 2,08. Secara lebih rinci data tentang sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari tingkatan/kelas nampak pada tabel 43. berikut:

Tabel 3. Rata-rata nilai Sikap dan Perilaku Wirausaha Siswa SMK dilihat dari Tingkatan/Kelas

Kelas	N	Mean
I	116	2,0857
II	401	2,066
III	264	2,2241

Total	781	2,1227
--------------	------------	---------------

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan hasil analisis ANOVA, ditemukan bahwa nilai F hitung yang diperoleh adalah sebesar 13,024 dengan nilai $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan rata-rata sikap dan perilaku wirausaha ditinjau dari kelasnya. Hasil analisis Post Hoc menunjukkan bahwa sikap dan perilaku wirausaha terbaik dimiliki oleh siswa yang berasal dari kelas 3, sedangkan siswa yang berasal dari kelas 1 dan 2, memiliki sikap dan perilaku wirausaha yang lebih rendah. Secara lebih jelas data tentang kategori sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari tingkat/kelas dapat dilihat juga pada tabel berikut.

Tabel 4. Kategori Sikap dan Prilaku Wirausaha dilihat dari Tingkatan/Kelas

Aspek Kewirausahaan	Kelas			Total
	I	II	III	
Rendah	39	174	67	280
Sedang	76	227	197	500
Tinggi	1	0	0	1
Total	116	401	264	781

Sumber: data primer diolah

3. Sikap dan Perilaku Wirausaha dilihat dari Status Sekolah.

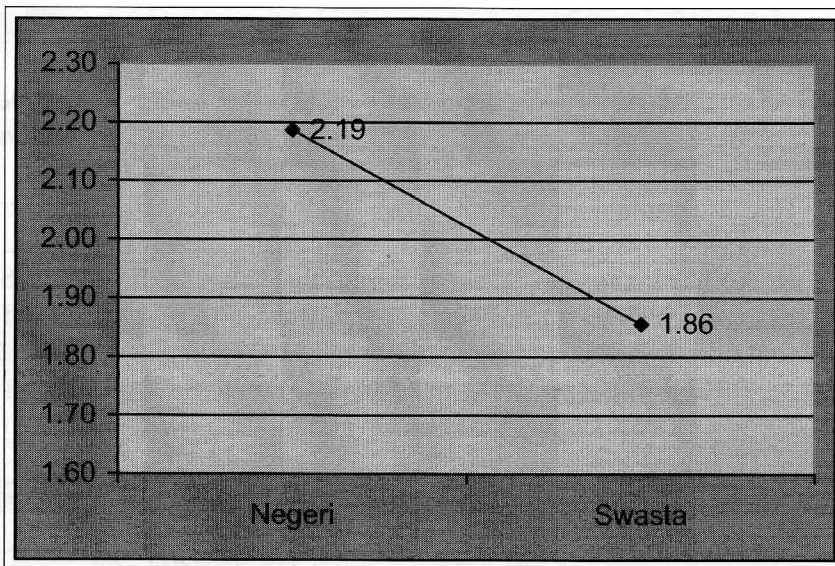
Dilihat dari status sekolah, ternyata siswa yang berasal dari SMK negeri rata-rata sikap dan perilaku wirausahanya lebih tinggi dibanding dengan swasta. Mean (rata-rata) nilai sikap dan perilaku wirausaha SMK negeri 2,18 dan swasta sebesar 1,85. Data tentang sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari status sekolah dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Rata-rata nilai Sikap dan Perilaku Wirausaha dilihat dari Status Sekolah.

Jurusan	N	Mean
Negeri	630	2,1866
Swasta	151	1,8559
Total	781	2,1227

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata nilai sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari status sekolah dapat digambarkan grafiknya seperti berikut.



Gambar 3. Rata-rata nilai sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari status sekolah

Berdasarkan hasil analisis uji t, ditemukan bahwa nilai t hitung yang diperoleh adalah 9,558 dengan nilai $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan rata-rata sikap dan perilaku wirausaha antara siswa yang berasal dari SMK negeri dan swasta. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap dan perilaku wirausaha siswa negeri lebih tinggi dari pada siswa yang berasal dari SMK swasta. Secara lebih rinci data tentang kategori sikap dan perilaku wirausaha nampak pada tabel 6.

Tabel 6. Kategori Sikap dan Perilaku Wirausaha dilihat dari Status Sekolah

Aspek Kewirausahaan	Jurusan		Total
	Negeri	Swasta	
Rendah	180	100	280
Sedang	450	50	500
Tinggi	0	1	1
Total	630	151	781

Sumber: data primer diolah

4. Sikap dan Perilaku Wirausaha dilihat dari Propinsi

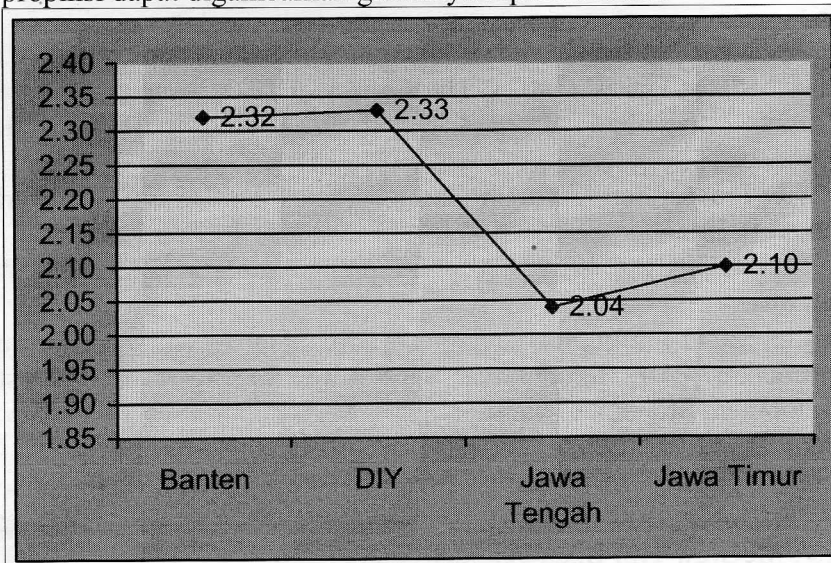
Dilihat dari propinsi, ternyata siswa yang sekolahnya berasal dari propinsi DIY nilai rata-rata sikap dan perilaku wirausahanya paling tinggi (mean 2,31), sedangkan siswa yang sekolahnya berasal dari propinsi jateng nilai rata-ratanya paling rendah (mean 2,04). Secara lebih rinci data tentang sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari propinsi, nampak pada tabel 7. berikut.

Tabel 7. Rata-rata nilai Sikap dan Perilaku Wirausaha dilihat dari Status Sekolah.

Propinsi	N	Mean
Banten	64	2,32
DIY	120	2,33
Jawa Tengah	442	2,04
Jawa Timur	156	2,10
Total	782	2,12

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel tersebut, data tentang sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari propinsi dapat digambarkan grafiknya seperti berikut.



Gambar 2. Sikap dan perilaku wirausaha dilihat dari propinsi

Berdasarkan hasil analisis ANOVA, ditemukan bahwa nilai F hitung yang diperoleh adalah 23,148 dengan nilai $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan rata-rata sikap dan perilaku wirausaha ditinjau dari asal propinsinya. Hasil analisis Post Hoc menunjukkan bahwa jika sikap dan perilaku wirausaha terbaik dimiliki oleh siswa yang berasal dari DIY dan Banten, sedangkan siswa yang berasal dari Jawa Timur dan Jawa Tengah memiliki sikap dan perilaku wirausaha lebih rendah. Secara lebih rinci data tentang kategori sikap dan perilaku wirausaha nampak pada tabel 8.

Tabel 8. Kategori Sikap dan Prilaku Wirausaha dilihat dari Propinsi

Aspek Kewirausahaan	Jurusan				Total
	Banten	DIY	Jawa Tengah	Jawa Timur	
Rendah	15	19	194	53	281
Sedang	48	101	248	103	500
Tinggi	1	0	0	0	1
Total	64	120	442	156	782

Sumber: data primer diolah

KESIMPULAN

1. Dilihat dari peta bisnis center dapat diketahui bahwa 24 % bisnis center termasuk dalam kategori A, 68% kategori B, dan 8% kategori C
2. Dilihat dari sikap dan perilaku wirausaha siswa SMK, dari 781 siswa sebagian besar termasuk katgori sedang dan rendah (kategori sedang 63,4%, kategori rendah 36,5%).

DAFTAR PUSTAKA

- Bygrave, Entrepreneurship (terjemahan). Jakarta : Binarupa Aksara, (1996.), arree, M., and A. Roy Thurik (2002). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In Zoltan Acs and David B. Audretsch (2003), International Handbook
- Drucker, Peter F, Inovasi dan Kewiraswastaaan :Praktek dan Dasar-Dasar (terjemahan). Jakarta : Erlangga, 1996.
- Glancy, K.S. and McQuaig, R.W., (2000), Entrepreneurial Economics. New York: Palgrave.
- Marcus Dejardin, (2000), Entrepreneurship and Economic Growth: An Obvious Conjunction? An Introductive Survey to Specific Topics, Institute for Development Strategies, Namur
- Reynolds, Paul D., et al, (2002). Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report. Wellesley, MA/London: Babson College/London Business School.
- Scharg, A. F., & Robert, P. P. (1987). *A system for teaching business education*. New York : McGraw-Hill Book Company.
- Suyanto. "Implementasi Wawasan Entrepreneurship dalam Kegiatan Pembelajaran di Perguruan Tinggi". *Makalah*. Disampaikan dalam Semiloka Wawasan Entrepreneurship IKIP YOGYAKARTA pada tanggal 17 dan 19 Juli 1999.
- Taufik Ahmad, (2007), Regulasi Persaingan Usaha di Industri Ritel, Semeru Newsletter, No. 22: Apr-Jun/2007
- Tulus TH Tambunan, (2004), Kajian Persaingan Dalam Industri Retail, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Jakarta.
- United Nations Conference on Trade and Development (2005), Entrepreneurship and Economic Development: The Empretec Showcase, Geneva
- Visidata Riset Indonesia, 2003. Perkembangan Bisnis Ritel Modern di Indonesia (Hypermarket, Departemen Store, Supermarket, dan Minimarket). Jakarta
- Wennekers, S. and Thurik, R., (1999), 'Linking Entrepreneurship and Economic Growth'. Small Business Economics,