

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Lingkungan Sosial

a. Pengertian Lingkungan Sosial

Menurut Sertain yang dikutip oleh Dalyono (2009: 132) lingkungan (*enviromtent*) adalah meliputi semua kondisi-kondisi dalam dunia ini yang dalam cara-cara tertentu mempengaruhi tingkah laku kita, pertumbuhan, perkembangan atau *life processes* kita kecuali gen-gen dan bahkan gen-gen dapat pula dipandang sebagai menyiapkan lingkungan (*to provide enviromtent*) bagi gen yang lain. Pendapat Sukmadinata (2005: 46) juga mengemukakan bahwa lingkungan adalah segala faktor yang terlibat dan mempengaruhi individu.

Menurut Walgito (2010: 55) lingkungan secara garis besar dapat dibedakan menjadi lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Lingkungan fisik merupakan lingkungan yang berupa alam, misalnya keadaan tanah, keadaan musim dan lain sebagainya. Sedangkan lingkungan sosial dibedakan menjadi dua, yaitu lingkungan sosial primer dan lingkungan sosial sekunder. Lingkungan sosial primer merupakan lingkungan sosial dimana hubungan antar anggota satu dengan yang lainnya erat. Sedangkan dalam lingkungan sosial sekunder hubungan satu anggota dengan anggota lain agak longgar. Pengaruh lingkungan sosial sekunder tidak sebesar pengaruh lingkungan primer.

Soemanto (2006: 85) mengemukakan bahwa secara sosio-kultural, lingkungan mencakup segenap stimulasi, interaksi dan kondisi eksternal dalam hubungannya dengan perlakuan ataupun karya orang lain. Pola hidup keluarga, pergaulan kelompok, pola hidup masyarakat, latihan, belajar, pendidikan pengajaran, bimbingan dan penyuluhan adalah termasuk sebagai lingkungan ini.

Pengertian lingkungan sosial yang dikemukakan oleh Purwanto (2014: 28-29) yaitu semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial tersebut dapat diterima secara langsung maupun tidak langsung. Pengaruh secara langsung dapat diperoleh dari pergaulan sehari-hari dengan orang lain, dengan keluarga, dengan teman-teman, kawan sekolah, sepekerjaan dan lain sebagainya. Pengaruh secara tidak langsung dapat diperoleh dari radio dan televisi, dengan membaca buku-buku, majalah, surat kabar dan sebagainya dan dengan berbagai cara yang lain.

Manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari kegiatan interaksi dengan lingkungan sosial. Lingkungan sosial merupakan lingkungan dimana aktivitas sehari-hari dilaksanakan. Adapun aspek-aspek lingkungan sosial yang ditempuh oleh seorang siswa biasanya berada dalam lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Dari beberapa pendapat dan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial adalah kondisi atau tempat dimana seseorang berinteraksi satu sama lain yang memberikan dampak atau pengaruh bagi individu tersebut. Interaksi dapat berbentuk hubungan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. Dari interaksi tersebut dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap tingkah laku seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan sosial terbagi menjadi lingkungan sosial primer dan sekunder yang dalam penelitian ini lingkungan sosial siswa berada dalam kelompok keluarga, sekolah maupun pada masyarakat.

b. Indikator Lingkungan Sosial

1) Indikator lingkungan sosial keluarga

Lingkungan sosial keluarga merupakan salah satu faktor lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Adapun faktor-faktor yang terkandung dalam keluarga menurut pendapat para ahli yang dikutip

oleh Slameto (2015: 60-64) lingkungan sosial keluarga terdiri atas beberapa aspek sebagai berikut.

a) Cara orang tua mendidik

Cara orang tua mendidik anaknya besar pengaruhnya terhadap cara belajar dan berfikir anak. Ada orang tua yang mendidik secara diktator militer, ada yang demokratis dan ada juga keluarga yang acuh tak acuh dengan pendapat setiap keluarga.

b) Relasi antar anggota keluarga

Relasi antar anggota keluarga yang terpenting adalah relasi orang tua dengan anak-anaknya. Demi kelancaran belajar serta keberhasilan anak, perlu adanya relasi yang baik di dalam keluarga. Hubungan yang baik adalah hubungan yang penuh pengertian dan kasih sayang, disertai dengan bimbingan untuk mensukseskan belajar anak.

c) Pengertian orang tua

Seorang anak perlu dorongan dan pengertian dari orang tua. Kadang-kadang anak mengalami lemah semangat, maka orang tua wajib memberi pengertian dan mendorongnya, membantu sebisa mungkin kesulitan yang dialami anak baik di sekolah maupun di masyarakat. Hal ini penting untuk tetap menumbuhkan rasa percaya dirinya.

2) Indikator lingkungan sosial sekolah

Lingkungan sosial sekolah merupakan salah satu faktor lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Adapun faktor-faktor yang terdapat dalam sekolah menurut pendapat para ahli yang dikutip oleh

Slameto (2015: 64-67) lingkungan sosial sekolah terdiri atas beberapa aspek sebagai berikut.

a) Relasi guru dengan siswa

Dalam menjalin hubungan relasi antara guru dan siswa yang baik, siswa akan menyukai gurunya. Selain itu siswa akan menyukai mata pelajaran yang diberikannya, sehingga siswa berusaha mempelajari dengan sebaik-baiknya. Guru juga harus bisa memberikan motivasi siswanya untuk menjadi seseorang yang mandiri.

b) Relasi siswa dengan siswa

Menciptakan relasi yang baik antar siswa sangat diperlukan. Hal ini dikarenakan agar dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap siswa. Siswa yang mempunyai tingkah laku atau sifat-sifat yang kurang menyenangkan teman lain, mempunyai rasa rendah diri atau sedang mengalami tekanan-tekanan batin biasanya akan diasingkan dari kelompok.

3) Indikator lingkungan sosial masyarakat

Lingkungan sosial masyarakat merupakan salah satu faktor lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Adapun faktor-faktor yang terkandung dalam masyarakat menurut pendapat para ahli yang dikutip oleh Slameto (2015: 69-71) lingkungan sosial masyarakat terdiri atas beberapa aspek sebagai berikut:

a) Kegiatan siswa dalam masyarakat

Dalam lingkup ini siswa berhubungan dengan organisasi-organisasi masyarakat, kegiatan-kegiatan sosial, keagamaan. Kegiatan siswa dalam masyarakat ini tentunya memiliki kontribusi terhadap minat berwirausaha.

b) Mass media

Yang termasuk dalam mass media adalah bioskop, radio, TV, surat kabar, majalah, buku-buku, komik-komik dan lain sebagainya. Semua itu ada dan beredar dalam masyarakat. Informasi dari mass media ini yang berkaitan halnya dengan wirausaha sudah barang tentu akan menumbuhkan minat berwirausaha dari seseorang atau siswa yang mengikutinya.

c) Teman bergaul

Pengaruh-pengaruh dari teman bergaul siswa lebih cepat masuk daripada yang kita duga. Teman bergaul yang baik akan berpengaruh baik terhadap diri siswa. Begitu juga sebaliknya, teman bergaul yang kurang baik akan mempengaruhi yang kurang baik pula untuk siswa.

Kondisi lingkungan sosial siswa dapat diketahui dengan cara meneliti kondisi lingkungan sosialnya dalam keluarga, sekolah dan masyarakat. Cara meneliti lingkungan sosial dalam keluarga meliputi cara orang tua mendidik, relasi siswa dengan anggota keluarga dan perhatian orang tua. Untuk lingkungan sosial dalam sekolah meliputi relasi siswa dengan guru dan relasi siswa dengan siswa. Sedangkan untuk lingkungan sosial dalam masyarakat meliputi kegiatan siswa di masyarakat, media massa dan teman bergaul.

2. Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan

a. Belajar

Belajar merupakan suatu proses memperoleh pengetahuan dan pengalaman dalam wujud perubahan tingkah laku dan kemampuan bereaksi yang relatif permanen atau menetap karena adanya interaksi individu dengan lingkungannya. Gagne dalam Komalasari (2010: 2) mendefinisikan belajar sebagai suatu proses perubahan tingkah laku yang meliputi perubahan kecenderungan manusia seperti sikap, minat, atau nilai dan perubahan kemampuannya yakni peningkatan kemampuan untuk melakukan berbagai jenis *performance* (kinerja).

Menurut Kosmiah (2012: 34-43) beberapa teori belajar yang relevan dan dapat diterapkan dalam kegiatan pembelajaran antara lain yaitu:

- 1) Teori belajar behaviorisme
Manusia sangat dipengaruhi oleh kejadian-kejadian di dalam lingkungannya yang akan memberikan pengalaman-pengalaman belajar. Teori ini menekankan pada apa yang dilihat yaitu tingkah laku.
- 2) Teori belajar kognitif
Belajar adalah pengorganisasian aspek-aspek kognitif dan persepsi untuk memperoleh pemahaman. Teori ini menekankan pada gagasan bahwa bagian suatu situasi saling berhubungan dalam konteks situasi secara keseluruhan.
- 3) Teori belajar humanisme
Proses belajar harus dimulai dan ditunjukkan untuk kepentingan memanusiakan manusia, yaitu mencapai aktualisasi diri peserta didik yang belajar secara optimal.
- 4) Teori belajar sibernetik
Belajar adalah mengolah informasi (pesan pembelajaran), proses belajar sangat ditentukan oleh sistem informasi.
- 5) Teori belajar konstruktivisme
Belajar adalah menyusun pengetahuan dari pengalaman konkret, aktivitas kolaborasi, refleksi serta interpretasi.

Adapun teori belajar yang melatarbelakangi penelitian ini adalah teori belajar behavioristik. Menurut Nahar (2016: 72) teori belajar behavioristik yaitu teori belajar yang menekankan pada tingkah laku manusia sebagai akibat dari interaksi antara stimulus dan respon. Menurut teori ini, belajar ditafsirkan sebagai latihan

pembentukan hubungan antara stimulus dan respon. Jadi belajar adalah pemberian tanggapan atau respon terhadap stimulus yang dihadirkan. Belajar dapat dianggap efektif apabila individu mampu memperlihatkan sebuah perilaku baru yang sesuai dengan tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil dari proses belajar berupa perilaku yang dapat diukur dan diamati.

Edward L. Thorndike mengemukakan beberapa hukum belajar yang dikenal sebagai sebutan *law of effect*. Menurut hukum ini belajar akan lebih berhasil bila respon peserta didik terhadap suatu stimulus segera diikuti dengan rasa senang atau kepuasan. Teori belajar stimulus-respon yang dikemukakan oleh Thorndike ini disebut juga koneksionisme. Teori ini menyatakan bahwa pada hakikatnya belajar merupakan proses pembentukan hubungan antara stimulus dan respon. Menurut Putrayasa (2013: 42) proses yang terjadi antara stimulus dan respons tidak penting untuk diperhatikan karena tidak dapat diamati dan tidak dapat diukur. Yang dapat diamati adalah stimulus dan respons. Oleh karena itu apa yang diberikan oleh guru (stimulus) dan apa yang diterima oleh siswa (respons) harus dapat diamati dan diukur.

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa proses belajar mengajar merupakan proses pemberian stimulus bagi siswa. Stimulus yang dihadirkan akan memunculkan respon yang akan mempengaruhi tingkah laku siswa. Penelitian mengarah kepada respon berupa reaksi atau tanggapan siswa pada pelaksanaan pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan.

b. Pembelajaran

Kata pembelajaran merupakan suatu perpaduan antara kegiatan belajar dan mengajar. Secara metodologis kegiatan belajar cenderung dilakukan oleh siswa, sedangkan mengajar secara intruksional dilakukan oleh guru. Jadi istilah pembelajaran merupakan perpaduan dari kata belajar dan mengajar. Namun dalam implementasinya kata pembelajaran diidentikkan dengan kata mengajar.

Pendapat di atas mengenai pembelajaran sejalan dengan pendapat Susanto (2013: 19) bahwa pembelajaran yang diidentikkan dengan kata “mengajar” berasal dari kata dasar “ajar”, yang berarti petunjuk yang diberikan kepada orang supaya diketahui. Kata pembelajaran yang semula diambil dari kata “ajar” ditambah awalan “pe” dan akhiran “an” menjadi kata “pembelajaran”, diartikan sebagai proses, perbuatan, cara mengajar, atau mengajarkan sehingga anak didik mau belajar.

Proses pembelajaran tidak dapat terlepas dari aktivitas belajar dan mengajar yang dilakukan oleh guru dan siswa. Djamarah & Zain (2013: 37) berpendapat bahwa kegiatan belajar mengajar adalah suatu kondisi yang dengan sengaja diciptakan. Gurulah yang menciptakannya guna membelajarkan anak didik. Guru yang mengajar dan anak didik yang belajar. Sedangkan menurut Sudjana dalam Sugihartono dkk (2013: 80) pembelajaran didefinisikan setiap upaya yang dilakukan dengan sengaja oleh pendidik yang dapat menyebabkan peserta didik melakukan kegiatan belajar.

Konsep pembelajaran menurut Corey dalam Sagala (2014: 61) adalah suatu proses dimana lingkungan seseorang secara disengaja dikelola untuk

memungkinkan ia turut serta dalam tingkah laku tertentu dalam kondisi-kondisi khusus atau menghasilkan respons terhadap situasi tertentu. Gagne mendefinisikan istilah pembelajaran sebagai “*a set events embedded in purposeful activities that facilitate learning*”. Pembelajaran adalah serangkaian aktifitas yang sengaja diciptakan dengan maksud untuk memudahkan terjadinya proses belajar (Pribadi, 2009: 9). Pendapat lainnya mengenai pembelajaran dikemukakan oleh Surya (2015: 111) bahwa pembelajaran adalah suatu proses yang dilakukan oleh individu untuk memperoleh suatu perubahan perilaku secara menyeluruh, sebagai hasil dari interaksi individu itu dengan lingkungannya.

Berdasarkan pengertian pembelajaran di atas dapat disimpulkan bahwa pembelajaran adalah suatu proses kegiatan atau aktifitas yang sengaja diciptakan oleh guru secara sistematis kepada siswa dan saling mempengaruhi dalam proses belajar mengajar yang bertujuan untuk mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan pada suatu lingkungan belajar sehingga diperoleh suatu perubahan perilaku secara menyeluruh.

c. Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan

Produk Kreatif dan Kewirausahaan merupakan mata pelajaran yang tergolong baru pada kurikulum 2013 revisi. Tahun ajaran 2018/2019 merupakan tahun pertama pelajaran ini diajarkan. Mata pelajaran ini diharapkan menjadi titik tolak revolusi pembelajaran kewirausahaan yang sejalan dengan keterampilan kejuruan yang dimiliki oleh siswa SMK, termasuk siswa SMK Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon.

Adapun Kompetensi Dasar (KD) mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan akan dijabarkan pada tabel 1.

Tabel 1. Kompetensi Dasar Produk Kreatif dan Kewirausahaan

KOMPETENSI DASAR	KOMPETENSI DASAR
3.1. Memahami sikap dan perilaku wirausahawan	4.1. Memrepresentasikan sikap dan perilaku wirausahawan
3.2. Menganalisis peluang usaha produk barang/jasa	4.2. Menentukan peluang usaha produk barang/jasa
3.3. Memahami hak atas kekayaan intelektual	4.3. Mempresentasikan hak atas kekayaan intelektual
3.4. Menganalisis konsep desain/ <i>prototype</i> dan kemasan produk barang/ jasa	4.4. Membuat desain/ <i>prototype</i> dan kemasan produk barang/jasa
3.5. Menganalisis proses kerja pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.5. Membuat alur dan proses kerja pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.6. Menganalisis lembar kerja/ gambar kerja untuk pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.6. Membuat lembar kerja/ gambar kerja untuk pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.7. Menganalisis biaya produksi <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.7. Menghitung biaya produksi <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.8. Menerapkan proses kerja pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.8. Membuat <i>prototype</i> produk barang/jasa

Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas XI Jurusan Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon. Indikator yang digunakan untuk mengukur tanggapan siswa pada pembelajaran ini yaitu Kompetensi Dasar (KD) berpasangan mulai dari KD 3.1 – KD 3.8 dan KD 4.1 – KD 4.8. Produk Kreatif dan Kewirausahaan memiliki Kompetensi Dasar (KD) sejumlah 20 butir untuk diberikan kepada siswa mulai dari kelas XI hingga kelas XII. Pengambilan Kompetensi Dasar (KD) yang dijadikan sebagai indikator pengukuran dalam penelitian ini hanya berjumlah 8 butir dikarenakan mata pelajaran ini tergolong baru dan populasi penelitian yang tersedia telah menyelesaikan pembelajarannya secara lengkap di semester 1. Oleh karena itu indikator pengukuran yang diambil menyesuaikan dengan kondisi siswa.

d. Indikator Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan

1) Memahami dan mempresentasikan sikap dan perilaku wirausahawan

Menurut Mulyono & Munas (2018: 2) kewirausahaan adalah kegiatan merancang, meluncurkan dan menjalankan bisnis baru. Seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki usaha sendiri dalam bidang barang atau jasa. Peter F. Drucker dalam Kasmir (2014: 20) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Seorang wirausahawan memiliki cara berpikir dan karakteristik yang berbeda dari manusia pada umumnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Zuniarti (2019: 9) bahwa karakteristik wirausahawan adalah ciri khusus yang dimiliki seorang wirausahawan yang membedakannya dengan yang lain. Karakteristik tersebut yaitu disiplin, berkomitmen tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, mandiri, realistis.

Ada banyak tokoh wirausahawan sukses di bidang boga yang bisa dijadikan sumber motivasi bagi siswa untuk berbisnis. Pramono, Rangga Umara, Johny Andrian dan Arief Wangsadita merupakan pengusaha sukses dalam bidang jasa boga (Zuniarti dkk, 2019: 2). Tokoh wirausahawan tersebut tentu memiliki sikap dan perilaku yang positif sehingga dapat mencapai kesuksesan dalam usahanya. Mengutip pendapat B.N Marbun dalam Alma (2013: 52) sikap dan perilaku yang harus dimiliki seorang wirausahawan adalah memiliki rasa percaya diri, berorientasikan tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorsinilan dan berorientasi ke masa depan.

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.1 dan KD 4.1 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa

mengenai kewirausahaan, karakteristik wirausahawan, tokoh-tokoh wirausahawan dan sikap perilaku wirausahawan.

2) Menganalisis dan menentukan peluang usaha produk barang/jasa

Zuniarti dkk (2019: 22) berpendapat bahwa peluang usaha adalah kesempatan yang ada untuk dapat dimanfaatkan dalam memperoleh keuntungan bagi wirausahawan. Sedangkan peluang usaha jasa boga merupakan kesempatan seseorang untuk berwirausaha dalam bidang penjualan dan pelayanan makanan dengan adanya keberanian mengambil resiko.

Dalam menganalisis peluang usaha tidak terlepas dari suatu perencanaan usaha. Hal ini dikarenakan peluang dan perencanaan merupakan dua hal yang saling berkaitan (Mulyono & Munas, 2018: 22). Salah satu perencanaan yang bisa dilakukan sebelum membuka suatu usaha adalah melakukan analisis SWOT. Pengertian analisis SWOT dikemukakan oleh Rangkuti (2004: 18-19) bahwa SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi di dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara factor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan factor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.2 dan KD 4.2 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa mengenai peluang usaha beserta resiko yang menyertainya dan perencanaan usaha tentang analisis SWOT.

3) Memahami dan mempresentasikan hak atas kekayaan intelektual

Menurut Hariyani (2010: 16) Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) atau *Intellectual Property Rights* adalah hak hukum yang bersifat eksklusif (khusus) yang dimiliki oleh para pencipta/ penemu sebagai hasil aktivitas intelektual dan kreativitas yang bersifat khas dan baru. Ada berbagai macam HAKI diantaranya yaitu hak cipta, hak paten dan hak merek.

Munandar & Sitanggang (2011: 3) menerangkan bahwa hak cipta (*copyrights*) yaitu hak eksklusif atau hak yang hanya dimiliki si Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengatur penggunaan hasil karya atau hasil olah gagasan atau informasi tertentu.

Hak paten yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada investor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya (Hariyani, 2010: 129). Sedangkan merek atau merek dagang yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa (Munandar & Sitanggang, 2011: 50).

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.3 dan KD 4.3 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) diantaranya yaitu hak cipta, hak paten dan hak merek.

4) Menganalisis konsep dan membuat desain/prototipe serta kemasan produk barang/jasa

Jika seseorang ingin membuka suatu usaha, merencanakan atau menyusun produk yang akan dipasarkan merupakan tahapan yang sangat penting. Tahapan tersebut dikenal dengan istilah prototipe produk. Menurut Zuniarti (2019: 67) yang dimaksud dengan prototipe produk (purwa-rupa produk) adalah bentuk dasar dari sebuah produk dan merupakan tahapan yang sangat penting dalam rencana pembuatan produk karena menyangkut keunggulan produk yang akan menentukan kemajuan suatu usaha di masa mendatang.

Zuniarti dkk (2019: 68) juga menerangkan bahwa “prototipe dalam usaha boga adalah merupakan perencanaan suatu hidangan atau makanan yang disebut juga menu sehingga menu merupakan produk yang dihasilkan jika usaha jasa boga akan didirikan”. Menyusun menu yang akan diproduksi hendaknya memenuhi selera konsumen dengan memperhatikan variasi dalam segi warna, rasa, tekstur, aroma dan rupa.

Menurut Kotler & Amstrong (2008: 275) kemasan (*packaging*) merupakan aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. Pengemasan meliputi kegiatan, perlindungan, dan penambahan nilai sebuah produk. Pengemasan dapat menjadi hal yang penting baik bagi penjual maupun konsumen (Cannon dkk, 2009: 306).

Klimchuck dan Krasovec (2007: 40) juga menjelaskan bahwa kemasan bertindak untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar. Pada akhirnya

kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik sehingga lebih mudah untuk diidentifikasi.

Ada berbagai macam kemasan produk khususnya untuk bidang jasa boga. Menurut Julianti & Nurminah (2006: 3-5) kemasan dapat diklasifikasikan berdasarkan frekuensi pemakaian, struktur sistem kemas, sifat kekakuan bahan kemasan, sifat perlindungan terhadap lingkungan dan tingkat kesiapan pakai (perakitan). Seorang wirausahawan harus jeli dalam membuat kemasan. Desain yang unik, kreatif dan inovatif akan menarik minat konsumen.

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.4 dan KD 4.4 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa mengenai konsep prototipe dan kemasan produk.

5) Menganalisis dan membuat alur proses kerja pembuatan prototipe produk barang/jasa

Dalam melakukan suatu perancangan atau membuat sebuah produk biasanya akan melewati beberapa tahapan. Rahman & Widayat (2018: 37-38) menjelaskan tahapan-tahapan perancangan produk meliputi *market research*, brainstorming, menentukan tujuan dan batasan produk, menggambar produk, review produk, membuat prototipe/ sampel, uji coba, produksi massal.

Membuat prototipe/ sampel merupakan salah satu tahapan perancangan produk dimana alur proses kerjanya sangat penting untuk dipelajari. Menurut Mulyono & Munas (2018: 87-88) alur proses dalam membuat prototipe produk

yaitu menentukan kebutuhan akan produk yang akan dibuat, melakukan perancangan desain, menentukan material produk dan melakukan evaluasi.

Dalam bidang jasa boga Zuniarti dkk (2019: 89) menerangkan bahwa sampel untuk produk jasa boga bisa dimodelkan dengan mensubstitusi, menambah atau mengganti bahan pada produk yang umum di pasaran. Bisa juga sampel dibuat berbeda dari segi tampilan warna dan bentuknya. Zuniarti dkk (2019: 93) menambahkan bahwa “resep merupakan bagian dari proses kerja pembuatan prototipe produk jasa boga”.

Ada berbagai macam resep hidangan yang bisa dimodifikasi sehingga menghasilkan produk kreatif boga yang unik dan menarik. Proses kerja pembuatan resep harus benar-benar teliti untuk menghasilkan sampel terbaik. Jika sampel telah berhasil dibuat maka resep standar sangat diperlukan sebagai pengontrol aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kualitas produk dan perkiraan keuntungan yang harus dicapai terkait dengan porsi yang harus dihasilkan.

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.5 dan KD 4.5 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa mengenai tahapan perancangan produk, proses kerja pembuatan prototipe dan resep hidangan.

6) Menganalisis dan membuat lembar kerja/gambar kerja untuk pembuatan prototipe produk barang/jasa

Membuat suatu produk pasti memerlukan panduan atau prosedur tata cara agar mendapatkan hasil yang diinginkan sesuai standar. Dalam hal ini peran sebuah lembar kerja sangat dibutuhkan untuk industri jasa boga. Membuat suatu produk

jasa boga tentu seorang pengembang membutuhkan lembar kerja untuk menciptakan produk baru (Zuniarti dkk, 2019:115).

Dalam mengembangkan produk kreatif khususnya siswa boga membutuhkan lembar kerja untuk memandu pekerjaannya sesuai dengan petunjuk. Lembar kerja tersebut berupa jobsheet sesuai dengan pendapat Zuniarti dkk (2019: 115) bahwa lembar kerja dalam praktek pembelajaran di sekolah khususnya dalam bidang jasa boga disebut sebagai jobsheet. Jobsheet yang dibuat oleh guru atau instruktur berisi petunjuk atau prosedur dalam melaksanakan tahapan pembuatan produk makanan atau minuman. Petunjuk atau prosedur kerja dalam jobsheet mencakup tahap persiapan, proses, pemorsian, sampai penyajiannya.

Tugas siswa pada tahap awal persiapan praktek pembuatan produk kreatif di sekolah yaitu membuat lembar persiapan praktik berisi resep modifikasi, daftar belanja, rencana alat yang digunakan dan tertib kerja. Siswa dilatih untuk memiliki skill mengembangkan produk kreatif dari tahap persiapan hingga hasil akhir. Menurut Canci & Rasyid yang dikutip oleh Suryawirawan (2017: 26-28) penulisan jobsheet memuat hal-hal sebagai berikut: objektif, daftar peralatan, daftar bahan, keselamatan kerja, langkah kerja, evaluasi dan gambar. Oleh karena itu dengan membuat lembar persiapan praktik berarti siswa telah dibekali ilmu untuk membuat sebuah lembar kerja untuk bisnis produk kreatif di tingkat sekolah.

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.6 dan KD 4.6 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa mengenai lembar kerja yang berhubungan dengan produk kreatif.

7) Menganalisis dan menghitung biaya produksi prototipe produk barang/jasa

Salah satu aspek penting saat merintis suatu usaha adalah melakukan perencanaan terhadap anggaran operasional. Dalam mengeluarkan anggaran untuk memproduksi produk diperlukan analisis biaya produksi. Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi atau kegiatan bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual. Biaya produksi dibagi menjadi tiga yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2015: 14).

Biaya pokok produksi dalam industri jasa boga menurut Saraswati (2016: 90) merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan pada saat memproduksi suatu produk yang meliputi biaya bahan makanan, biaya bahan bakar, biaya penyusutan alat dan biaya tenaga kerja. Untuk menghitung laba kotor penjualan, laba bersih penjualan dan harga jual tentu berhubungan dengan biaya pokok produksi. Saraswati (2016: 93) menjabarkan rumus bahwa laba kotor diperoleh dari harga jual dikurangi biaya bahan, laba bersih diperoleh dari harga jual dikurangi biaya pokok produksi, harga jual diperoleh dari biaya pokok produksi ditambah laba bersih.

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.7 dan KD 4.7 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa mengenai biaya produksi, laba penjualan produk dan harga jual produk.

8) Menerapkan proses kerja dan membuat prototipe produk barang/jasa

Memproduksi prototipe merupakan pokok proses produksi suatu perusahaan untuk menentukan produk akhir yang akan dijual. Dengan kata lain istilah memproduksi prototipe yakni memproduksi produk uji coba. Hal ini sesuai dengan

pendapat Zuniarti dkk (2019: 164) bahwa proses pembuatan prototipe mengarah bagaimana caranya memproduksi produk uji coba.

Produksi prototipe adalah suatu kegiatan untuk menciptakan produk awal untuk uji coba produk sebelum diproduksi secara massal. Kegiatan ini sangat penting dimana produk prototipe menentukan produk akhir dari suatu perusahaan (Zuniarti dkk, 2019: 165). Ide-ide kreatif dalam pembuatan prototipe (produk uji coba) selalu dimunculkan oleh wirausahawan untuk merebut pasar. Menjadikan produk baru yang berkualitas memerlukan suatu uji coba secara nyata. Pembuatan prototipe adalah suatu cara untuk menghasilkan produk akhir yang baik.

Zuniarti dkk (2019: 168-170) menjelaskan tahapan pembuatan prototipe produk meliputi tahap pengkonsepan produk, desain prototipe, model prototipe, produksi prototipe dan pengujian prototipe. Memproduksi prototipe produk boga diperlukan beberapa keahlian penunjang, salah satunya yaitu dengan menguasai resep prototipe (produk uji coba). Merancang resep tersebut termasuk ke dalam tahapan desain prototipe. Menurut Zuniarti dkk (2019: 169) yang dimaksud dengan desain prototipe salah satunya yaitu proses mendesain bagian produk yang rinci dan alur kerja dari proses pembuatan prototipe agar dalam pelaksanaan produksi masal tidak terkendala. Oleh karena itu merancang resep hidangan untuk prototipe (produk uji coba) harus dikuasai oleh wirausahawan.

Berdasarkan uraian di atas pengukuran tanggapan siswa pada pembelajaran dari KD 3.8 dan KD 4.8 dapat diketahui dengan cara meneliti pemahaman siswa mengenai proses produksi prototipe.

3. Minat Berwirausaha

a. Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Slameto (2015: 180) minat diartikan sebagai suatu rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat. Sementara Crow and Crow di dalam buku Djaali (2013: 121) menerangkan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman, kegiatan yang dirangsang oleh orang itu sendiri. John Dewey yang dikutip dalam Schunk dkk (2012: 316) menjelaskan bahwa individu dan lingkungannya berinteraksi untuk menimbulkan minat.

Alma (2013: 33) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Menurut Kasmir (2011: 21) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses kemampuan yang kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Jusmin, 2012: 50).

Menurut Machfoedz & Machfoedz (2015: 15) wirausahawan adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola dan mengukur risiko suatu usaha bisnis. Pada masa sekarang wirausahawan melakukan berbagai hal sehingga definisinya menjadi lebih luas. Wirausahawan adalah inovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya atau kecakapan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Menurut Kasmir (2011: 21) seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru. Wirausahawan juga perlu mempunyai disain produk, strategi pemasaran dan solusi dalam mengatasi problem manajerial yang kreatif untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar (Machfoedz & Machfoedz, 2015: 15).

Seorang wirausahawan dalam melakukan aktivitas menggunakan pendekatan yang terencana dan hati-hati dan mengaplikasikan konsep manajemen strategi dimana dalam kebutuhan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan wirausaha (internal) dan juga peluang dan hambatan yang ada dalam lingkungan usaha (internal) dan juga peluang dan hambatan yang ada dalam lingkungan usaha (eksternal), bermanfaat dalam individu dan masyarakat (Nurbaya, 2012: 98).

Arumdani (2017: 49) mengemukakan mengenai definisi minat berwirausaha yaitu merupakan keinginan atau ketertarikan dan kesanggupan dari dalam diri seseorang untuk bekerja keras dan menghadapi resiko yang ada, sehingga dapat belajar dari resiko tersebut untuk mengembangkan usahanya. Murdani (2007: 15-16) menerangkan bahwa minat berwirausaha adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perasaan senang menaruh perhatian pada sesuatu serta berusaha untuk mengetahui, melakukan pendekatan, memperhatikan dengan seksama, melibatkan diri dan mengarahkan individu pada suatu pilihan tertentu.

Deanggi (2017: 2-3) menguraikan bahwa minat berwirausaha tidak dimiliki oleh setiap orang sejak lahir, namun minat tersebut dapat dibentuk dan dipelajari. Minat dapat terbentuk oleh suatu interaksi sosial. Minat berwirausaha dapat dibentuk dan dibangkitkan melalui interaksi dalam proses belajar mengajar.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah ketertarikan atau kesukaan diri seseorang untuk menciptakan kegiatan usaha dengan kemampuan yang memerlukan kreativitas dan inovasi yang dapat dibentuk melalui interaksi sosial untuk menemukan sesuatu yang berbeda juga keberanian dalam mengambil risiko dari ketidakpastian demi mencapai keuntungan dari usahanya tersebut.

b. Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Faktor-faktor yang berperan dalam mempengaruhi minat berwirausaha menurut Daryanto & Cahyono (2013: 15) menyangkut aspek kepribadian seseorang, hubungan dengan teman-teman, hubungan dengan orang tua dan famili, serta hubungan seseorang dengan lingkungannya. Bygrave dalam Wiedy Murtini yang dikutip oleh Sabatari & Hariyanto (2013: 288) juga menekankan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap proses kewirausahaan adalah terletak pada faktor yang berasal dari pribadi wirausaha/ *entrepreneur* sendiri dan faktor lingkungan, baru diikuti oleh faktor sosial dan keorganisasian.

Pendapat lain dikemukakan oleh Bygrave dalam Alma (2013: 11) bahwa ada beberapa faktor yang mendorong minat berwirausaha yakni sebagai berikut.

- 1) Faktor Personal, menyangkut aspek kepribadian.
 - a) Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang sekarang.
 - b) Adanya pemutusan hubungan kerja (PHK), tidak ada pekerjaan lain.
 - c) Dorongan karena faktor usia.
 - d) Keberanian menanggung resiko.
 - e) Komitmen/ minat yang tinggi terhadap bisnis.

- 2) Faktor *Environment*, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik.
 - a) Adanya persaingan dalam dunia kehidupan.
 - b) Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti tabungan, modal, warisan, bangunan dan lokasi strategis.
 - c) Mengikuti latihan-latihan kursus bisnis atau incubator bisnis.
 - d) Kebijakan pemerintah, misalnya adanya kemudahan lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
- 3) Faktor *Sociological*, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya.
 - a) Adanya hubungan-hubungan atau relasi bagi orang lain.
 - b) Adanya tim yang dapat diajak kerjasama dalam berusaha.
 - c) Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha.
 - d) Adanya bantuan famili dalam berbagai kemudahan.
 - e) Adanya pengalaman bisnis sebelumnya.

Kemudian Carol Noore yang dikutip dalam Suryana (2014: 102) mengemukakan faktor-faktor pemicu kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor pribadi, sosiologi dan lingkungan. Faktor pribadi yang memengaruhi meliputi pencapaian *locus of control*, toleransi, pengambilan risiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, keberanian menghadapi risiko, ketidakpuasan dan usia. Sementara itu, faktor lingkungan yang memicu terdiri atas peluang, model peran, aktivitas, persaingan, sumber daya, inkubator dan kebijakan pemerintah. Selanjutnya, faktor sosiologi yang memicu terdiri atas jaringan, kelompok orang tua, keluarga dan model peran.

Basrowi (2014: 17) mengemukakan bahwa faktor-faktor pemicu kewirausahaan seseorang atau perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Suryana (2014: 102) menyatakan bahwa “Orang yang berhasil dalam kewirausahaan adalah orang yang dapat menggabungkan nilai, sifat utama (pola sikap) dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman dan keterampilan praktis”. Jadi pedoman pengharapan dan nilai, baik yang berasal dari pribadi maupun kelompok berpengaruh dalam membentuk perilaku kewirausahaan.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dapat digolongkan ke dalam dua bagian yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kepribadian, *locus of control*, toleransi, keberanian, komitmen, pendidikan, pengalaman, ketidakpuasan

dan usia. Faktor eksternal meliputi lingkungan yang mempengaruhi. Lingkungan tersebut berupa lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Lingkungan sosial siswa tersebut meliputi di dalam keluarga, sekolah maupun masyarakat.

c. Indikator Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha dapat dilihat dari berbagai macam sudut pandang. Indikator minat berwirausaha adalah sesuatu yang dapat menggambarkan seseorang memiliki minat untuk berwirausaha. Menurut Slameto (2015: 180) minat dapat diekspresikan dari hal-hal sebagai berikut:

1) Rasa lebih suka dan ketertarikan terhadap sesuatu.

Seseorang yang mempunyai perasaan suka dan tertarik terhadap wirausaha, maka seseorang tersebut akan terus mempelajari wirausaha dengan senang tanpa ada yang menyuruh atau terpaksa.

2) Pernyataan lebih menyukai sesuatu daripada lainnya.

Seseorang yang berminat terhadap wirausaha akan memberikan pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang tersebut lebih menyukai wirausaha daripada hal lainnya dengan sukarela.

3) Partisipasi dalam aktivitas yang disukai.

Minat seseorang akan berwirausaha akan membuat orang tersebut untuk lebih berpartisipasi dan terlibat aktif melakukan atau mengerjakan kegiatan tersebut dengan senang hati.

4) Perhatian yang lebih besar terhadap subjek yang disukai.

Seseorang yang memiliki minat pada dunia wirausaha akan lebih memperhatikan hal-hal yang terkait dengan bidang tersebut dan mengesampingkan selain subjek yang diminati.

Pendapat Slameto diperkuat oleh pendapat Djamarah (2015: 191) yang juga menguraikan minat berwirausaha dapat dilihat melalui:

- 1) Rasa suka dan ketertarikan terhadap kewirausahaan.
- 2) Pernyataan lebih menyukai kewirausahaan daripada lainnya.
- 3) Partisipasi dalam suatu aktivitas yang berkaitan dengan bidang wirausaha.
- 4) Perhatian yang lebih besar terhadap dunia wirausaha.
- 5) Keinginan yang kuat untuk memperoleh harapan masa depan yang bahagia melalui wirausaha.

Dari beberapa pemaparan ahli di atas, indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha dalam penelitian ini adalah perasaan tertarik pada wirausaha, partisipasi dalam kegiatan wirausaha, perhatian terhadap wirausaha dan harapan dalam masa depan.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

1. Penelitian dari Muhamad Tito Purnomo pada tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Wirausaha Siswa Teknik Kendaraan Ringan SMK Negeri 1 Sayegan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikansi antara Lingkungan Sosial dengan Minat Wirausaha yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,980 > 1,582$) dan nilai signifikansi sebesar

0,048 yang berarti kurang dari 0,05 ($0,048 < 0,05$). Penelitian oleh Muhamad Tito Purnomo memiliki kesamaan variabel bebas Lingkungan Sosial dan variabel terikat Minat Wirausaha. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada satu variabel bebas Pengetahuan Kewirausahaan.

2. Penelitian dari Ahmad Fauzan Yulianto pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Praktik Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Negeri 1 Klaten Tahun Pelajaran 2016/2017”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Pembelajaran Kewirausahaan dan Praktik Kewirausahaan secara bersama-sama atau simultan terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,683; koefisien determinasi $R^2_{y(1,2)}=0,456$; F_{hitung} sebesar 45,891 > F_{tabel} 3,08 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan persamaan garis regresi ganda $Y = 0,259 X_1 + 0,791 X_2 + 23,398$. Penelitian oleh Ahmad Fauzan Yulianto memiliki kesamaan pada variabel bebas Pembelajaran Kewirausahaan dan Praktik Kewirausahaan dan variabel terikat Minat Berwirausaha. Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan yang diteliti dalam penelitian ini mencakup teori dan praktik sehingga memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzan Yulianto.
3. Penelitian dari Deby Anggasari pada tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Pembelajaran Pengelolaan Usaha Jasa Boga (PUJB) Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII Jurusan Tata Boga di SMK Negeri 4 Surakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

antara pembelajaran Pengelolaan Usaha Jasa Boga (PUJB) terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien korelasi t_{hitung} (6,194) > t_{tabel} (3,150) dan sumbangan variabel pembelajaran PUJB terhadap minat berwirausaha sebesar 21,53%. Penelitian oleh Deby Anggasari memiliki kesamaan pada variabel terikat Minat Berwirausaha. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada dua variabel bebas Lingkungan Keluarga dan Pembelajaran Pengelolaan Usaha Jasa Boga (PUJB).

C. Kerangka Berpikir

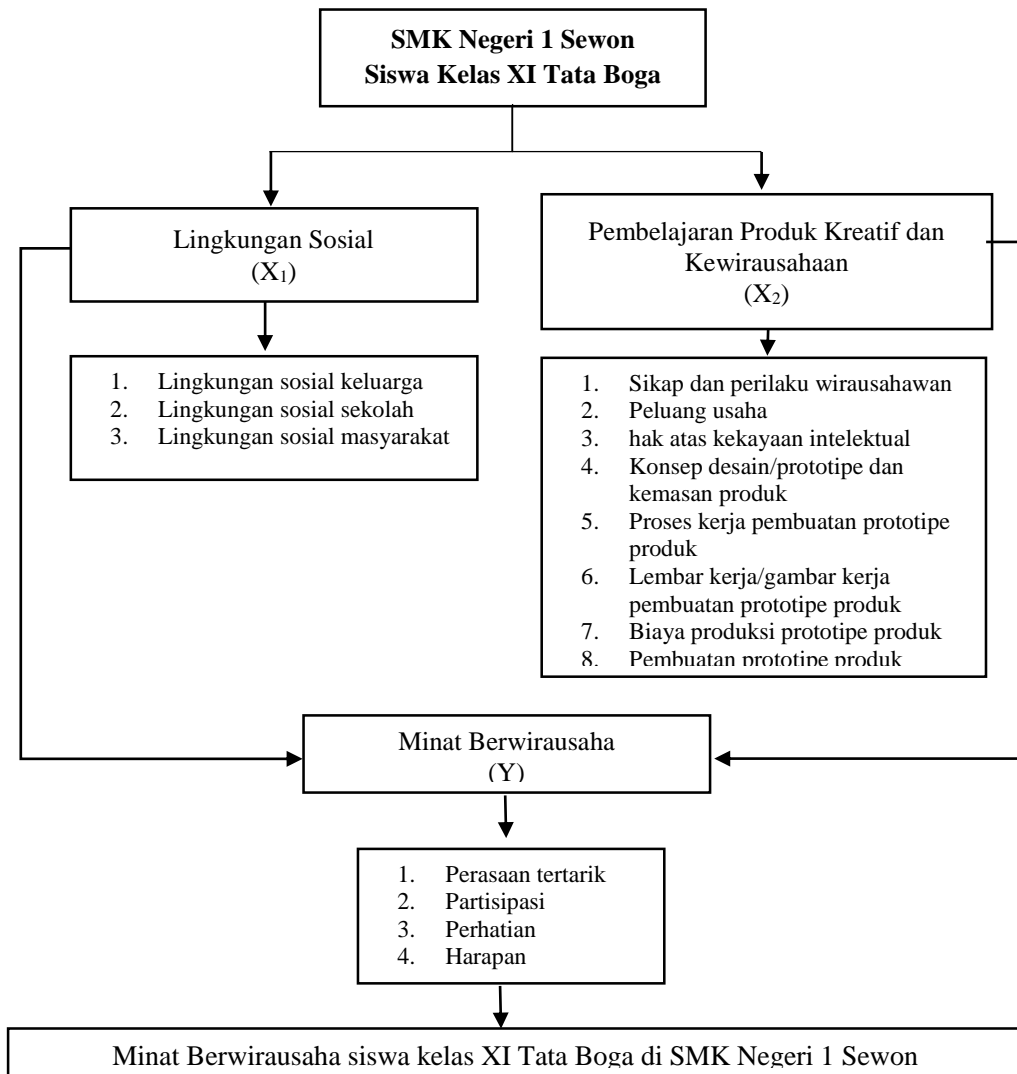
Lingkungan sosial terbagi menjadi lingkungan sosial primer dan sekunder yakni untuk lingkungan sosial siswa berada dalam kelompok keluarga, sekolah maupun pada masyarakat. Lingkungan sosial dalam keluarga meliputi cara orang tua mendidik, relasi siswa dengan anggota keluarga dan perhatian orang tua. Untuk lingkungan sosial dalam sekolah meliputi relasi siswa dengan guru dan relasi siswa dengan siswa. Sedangkan untuk lingkungan sosial dalam masyarakat meliputi kegiatan siswa di masyarakat, mass media dan teman bergaul. Jika ketiga lingkungan sosial tersebut kondusif dan mendukung, maka besar kemungkinan akan menumbuhkan minat berwirausaha siswa.

Selain faktor lingkungan sosial, ada faktor lain yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha siswa. Faktor tersebut bisa didapatkan melalui pembelajaran kewirausahaan di sekolah. Pembelajaran kewirausahaan untuk siswa SMK 1 Sewon Tata Boga dapat diperoleh melalui mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Dalam mata pelajaran ini siswa diberikan stimulus berupa pengetahuan dan keterampilan yang disesuaikan dengan kompetensi dasar yang

terdapat pada kurikulum 2013 revisi. Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan yang telah ditempuh siswa selama satu semester memunculkan respon atau tanggapan dalam pelaksanaannya. Respon atau tanggapan tersebut dapat diukur melalui pemahaman dan keterampilan siswa mengenai sikap dan perilaku wirausahawan, peluang usaha produk barang/jasa, hak atas kekayaan intelektual, konsep desain/prototipe dan kemasan produk barang/jasa, proses kerja pembuatan prototipe produk barang/jasa, lembar kerja/ gambar kerja untuk pembuatan prototipe produk barang/jasa, biaya produksi prototipe produk barang/jasa dan penerapan proses kerja pembuatan prototipe produk barang/jasa. Jika proses pembelajaran diberikan dengan baik dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan siswa maka respon atau tanggapan siswa pada pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan ini akan mendukung minatnya untuk berwirausaha .

Minat berwirausaha terdiri dari indikator perasaan tertarik terhadap wirausaha, partisipasi dalam kegiatan wirausaha, perhatian terhadap wirausaha dan harapan dalam masa depan. Jika faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dalam diri siswa menguat, maka siswa tersebut akan semakin penasaran dan mau mencoba hal yang berkaitan dengan kegiatan berwirausaha. Hal ini dilakukan karena siswa yakin akan adanya harapan masa depan yang baik jika menjadi seorang wirausahawan.

Kerangka berpikir pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018: 96). Berdasarkan kerangka berpikir yang telah

diuraikan sebelumnya, maka pada penelitian ini dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Tanggapan Siswa pada Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Lingkungan Sosial dan Tanggapan Siswa pada Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan secara bersama-sama terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon.