



Pengaruh Metode *Cooperative* dan *Self Esteem* Terhadap Minat Kewirausahaan Pada Siswa SMA Kota Bekasi

Lusiana Wulansari¹, Paryono²

^{1,2}Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 29 Maret 2019

Direvisi: 1 April 2019

Dipublikasikan: 30 April 2019

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.2669920

Abstract:

An entrepreneur or entrepreneur is a person who is responsible for a business bearing the risk of profit or loss. Entrepreneurs can be classified into two groups, namely *business entrepreneurs* (business entrepreneurs) and *social entrepreneurs* (social entrepreneurs). The main difference between them lies in the use of profits. For business entrepreneurs the benefits will be used for business expansion, while for social entrepreneurs the profits gained (in part or in whole) are reinvested in community empowerment. But the number of entrepreneurs is still below 2 percent of Indonesia's total population of 260 million. This research is using experimental method. Data is taken from high school students. The purpose of this study is to know the effect of *Cooperative Learning Method* and *self esteem* on the interest in entrepreneurship of students in Bekasi's Future Gate Middle School. The results showed that there was no significant effect of methods *cooperative* and self-esteem together on the interest in entrepreneurship and there was an effect of self esteem on the interest in entrepreneurship, and there was a significant effect of cooperative methods on interest in learning.

Keywords: Self esteem, cooperative learning, entrepreneurial interest

PENDAHULUAN

Makin maju suatu negara, maka perlu diiringi pertambahan para wirausaha yang handal. Disamping dapat membantu penambahan tenaga kerja masalah

pengangguran terdidik akan dapat teratasi karena keluaran (output) dari hasil pendidikan Belajar adalah calon-calon entrepreneur muda berbakat yang tidak lagi menjadi pencari kerja (job seeker) tetapi

telah menjadi pencipta lapangan pekerjaan (job maker). Secara parsial, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel subjective norms tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Norma subjektif (subjective norms) merepresentasikan dukungan yang diberikan oleh orang-orang terdekat ketika responden akan memilih berwirausaha sebagai salah satu pilihan karir. Norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha, dengan demikian tekanan sosial dari pihak keluarga tidak menjadikan hambatan bagi seseorang untuk memulai karier sebagai wirausaha. Tekanan sosial kemungkinan menurun disebabkan karena sudah maraknya program-program kompetisi Belajar yang dimotori oleh beberapa bank swasta nasional dan perusahaan BUMN sehingga perlahan-lahan mulai mengubah mindset masyarakat bahwa menjadi seorang entrepreneur juga merupakan pilihan karier yang menguntungkan dari segi ekonomi dan sosial. Beberapa faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat terhadap profesi wirausaha selama ini antara lain sifat agresif, ekspansif, bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Pandangan semacam ini dianut oleh sebagian orang sehingga mereka tidak tertarik menekuni profesi sebagai wirausahawan. (Siswoyo, 2009)

Variabel personal attitude secara dominan mempengaruhi minat berwirausaha. Personal attitude merepresentasikan keyakinan individu mengenai nilai (value) yang menurut mereka berharga dan ingin diraih pada masa yang akan datang. Nilai (value) tersebut menjadi motif seseorang untuk menekuni profesi entrepreneur. Beberapa motif yang diyakini peneliti dapat menjadi faktor pendorong seseorang menekuni profesi wirausaha seperti kebebasan dalam bertindak dan mengambil keputusan, penghasilan yang lebih tinggi, aktualisasi diri, dan kemandirian. Motif-motif tersebut menjadi pendorong siswa untuk menekuni profesi sebagai wirausahawan di masa yang akan datang.

Selanjutnya wirausaha atau entrepreneur adalah seorang yang bertanggung jawab atas sebuah bisnis dengan memikul risiko untung atau rugi. Entrepreneur dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu *business entrepreneur* (wirausaha bisnis) dan *social entrepreneur* (wirausaha sosial). Perbedaan pokok keduanya terletak pada pemanfaatan keuntungan. Bagi business entrepreneur keuntungan yang diperoleh akan dimanfaatkan untuk ekspansi usaha, sedangkan bagi sosial entrepreneur keuntungan yang didapat (sebagian atau seluruhnya) diinvestasikan kembali untuk pemberdayaan masyarakat. Social

entrepreneur adalah orang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan entrepreneurshipnya untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama meliputi bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (*healthcare*). Jika business entrepreneurs mengukur keberhasilan dari kinerja keuangannya (keuntungan ataupun pendapatan), maka keberhasilan *social entrepreneurs* diukur dari manfaat yang dirasakan oleh masyarakat.

Permasalahan mendasar bangsa Indonesia antara lain :

1. Kemiskinan
2. Pengangguran
3. Besarnya hutang luar negeri
4. Kelaparan dan krisis pangan
5. Mahalnya harga pangan
6. Buruknya sistem pendidikan dan pelayanan kesehatan untuk Masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen. Menurut Sugiyono (2011:72) “Metode eksperimen adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi terkendali.” Metode ini merupakan satu-satunya metode penelitian yang menguji secara benar hipotesis yang menyangkut hubungan kausal (sebab

akibat). Dalam penelitian eksperimen ini, peneliti melakukan pengukuran sebanyak satu kali yaitu sesudah perlakuan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Desain Penelitian

Berdasarkan pada metode yang digunakan dalam penelitian, yaitu metode eksperimen *post-test design*, maka desain eksperimen yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Rancangan Penelitian

Self Esteem	Metode Pembelajaran	
	Metode Kooperatif (A1)	Konvensional (A2)
Tinggi (B1)	A1B1	A2B1
Rendah (B2)	A1B2	A2B1

A1B1 : Model pemberian Metode *Cooperatif Learning* dan Self Esteem yang tinggi.

A2B1 : Model pemberian Metode Konvensional dan Self Esteem yang tinggi.

A1B2 : Model pemberian Metode *Cooperatif Learning* dan Self esteem yang rendah.

A2B1 : Model pemberian Metode Konvensional dan self esteem yang rendah.

Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2010:61) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *post-test* (test akhir) dalam satu kelas eksperimen. Penelitian ini termasuk penelitian dengan jenis kuantitatif.

Sedangkan menurut Arikunto (2006:173) “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Populasi Target

Populasi target pada penelitian ini adalah siswa kelas X SMP Future Gate, Bekasi, Jawa Barat.

b. Populasi Terjangkau

Populasi terjangkau pada penelitian ini adalah siswa kelas X semester ganjil SMP Future Gate, Bekasi Jawa Barat. Dipilih 2 kelas yang satunya tidak mendapatkan treatment disebut dengan kelas konvensional sedangkan yang lainnya diberi treatment disebut dengan kelas kontrol.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada pengolahan data dibawah ini,peneliti memakai SPSS 21.

Adapun hasil (output) yang didapat sebagai berikut :

Descriptive Statistics

Dependent Variable: nilai

Metode	Self_esteem	Mean	Std. Deviation	N
cooperatif	tinggi	74.4667	1.84649	30
	rendah	68.5333	6.08120	30
	Total	72.5000	5.34822	60
konvensional	tinggi	67.6667	4.01189	30
	rendah	64.8000	6.40535	30
	Total	66.2333	5.44998	60
Total	tinggi	71.5667	5.01503	60
	rendah	67.1667	6.59197	60
	Total	69.3667	6.21634	120

Tabel 1. Deskripsi Statistik

Tabel 1. merupakan ukuran statistik deskriptif pemakaian metode kooperatif . Jumlah anak yang mendapat nilai tinggi pada pemakaian Kooperatif sebanyak 15 dengan rata-rata kemampuan minat berwirausaha sebesar 74.4667, sedangkan siswa yang memperoleh nilai rendah rata-rata sebesar 68.5333. Jumlah anak yang mendapat nilai katagori rendah pada pemakaian *cooperatif* sebanyak 15 dengan rata-rata kemampuan minat berwirausaha sebesar 67.6667, sedangkan siswa yang memperoleh nilai rendah rata-rata sebesar 64.8000.

Pengaruh Metode *cooperatif* dan Penguasaan Self esteem Terhadap Minat berwirausaha .

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil dari uji *Two Way Anova*.

Tabel.2 .Uji Two Wy Anova

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: nilai

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model ^a	914.733	3	304.911	12.507	.000
Intercept	288704.067	1	288704.067	11842.534	.000
metode_cooperatif	589.067	1	589.067	24.163	.000
self_esteem	290.400	1	290.400	11.912	.001
metode_cooperatif * self_esteem	35.267	1	35.267	1.447	.234
Error	1365.200	56	24.379		
Total	290984.000	60			
Corrected Total	2279.933	59			

a. R Squared = .401 (Adjusted R Squared = .369)

Pada corrected model,dapat dijelaskan bahwa semua variable independen (metode kooperatif dan penguasaan self esteem) secara bersama-sama terhadap variable dependent (minat berwirausaha).Nilai sig. sebesar 0.000,berarti sig. < 0.05 (alfa)= signifikan,berarti nilai model valid. Nilai R

Squared sebesar 0.401,terdapat pengaruh sebesar 40.1 % (tingkat sedang) antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pada data tabel 2 pada kolom metode *tps* dan penguasaan self esteem nilai Sig. sebesar 0.234, hal ini menunjukkan bahwa nilai Sig. > 0.05 (alfa) = tidak signifikan.Dapat disimpulkan bahwa pengaruh metode kooperatif dan penguasaan self esteem secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha Bahasa Indonesia tidak berpengaruh signifikan. Metode kooperatif merupakan model belajar kooperatif yang dapat digunakan dikelas. Penguasaan struktur yang baik dapat mempengaruhi kemampuan berbicara.Secara teoritis dapat dikatakan semakin baik metode kooperatif diterapkan dengan diikuti kemampuan pemahaman struktur ,maka semakin baik pula minat berwirausaha yang akan didapat siswa.

Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh metode kooperatif dan penguasaan struktur terhadap minat berwirausaha .

Pengaruh Metode *Cooperatif* Terhadap Minat berwirausaha

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diperoleh untuk nilai sig. metode *tps* sebesar 0.000,berarti nilai sig. < 0.05 (alfa),sehingga dapat dikatakan signifikan.

Berarti metode *tps* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Semakin baik penerapan metode *tps* maka minat berwirausaha akan lebih meningkat. Pemberian metode yang berkesinambungan akan turut meningkatkan minat berwirausaha siswa.

Pengaruh Self esteem Terhadap Minat berwirausaha Bahasa Indonesia.

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diperoleh nilai sig. penguasaan struktur sebesar 0.000, berarti nilai sig. < 0.05 (alfa), sehingga dapat dikatakan signifikan. Berarti penguasaan self esteem berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Penguasaan self esteem yang baik akan membantu dalam meningkatkan minat berwirausaha

DAFTAR PUSTAKA

- Desmita. (2014). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ester Heydeman, 2016. Pola Asuh Orang tua, Konsep diri, Motivasi Diri, Iklim Sekolah, Dan Kesadaran Diri Siswa SMP, Jurnal Ilmu Pendidikan. Volume ;17(2)
- Hendriati Agustiani. (2009). *Psikologi Perkembangan (Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja)*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kadir. (2015). *Statistika terapan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kusnoh Efendi, 2012, Hubungan Antara Konsep Diri Dan Kemampuan Verbal Dengan Prestasi Belajar Pada Siswa Kelas Lima SD Muhammadiyah Sukonandi Yogyakarta Humanitas Volume 1(1):26-31 Universitas Ahmad Dahlan
- Toha, M. Chabib (1996). *Kapita Selekta Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rakhmad, Jalaluddin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- RuSMPn. (2014). *Model-model Pembelajaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Slameto. 2015. *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.