

---

**ENTREPRENEURSHIP SISWI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN  
NEGERI 2 BALIKPAPAN PADA BISNIS *ONLINE SHOP***Siti Koriah<sup>1</sup>, Casmudi<sup>2</sup>, Prita Indriawati<sup>3</sup>Universitas Balikpapan<sup>1</sup>, Universitas Balikpapan<sup>2</sup>, Universitas Balikpapan<sup>3</sup>Pos-el : [Korikoriah19@gmail.com](mailto:Korikoriah19@gmail.com)<sup>1</sup>, [casmudi@uniba-bpn.ac.id](mailto:casmudi@uniba-bpn.ac.id)<sup>2</sup>, [prita@uniba-bpn.ac.id](mailto:prita@uniba-bpn.ac.id)<sup>3</sup>**ABSTRAK**

Fokus masalah mengenai *entrepreneurship* siswi sekolah menengah kejuruan negeri 2 Balikpapan pada bisnis *online shop* perlu adanya dukungan berupa motivasi dari orang tua, keluarga dan guru untuk menjadi *entrepreneur*, tidak semua orang tua mau memotivasi dan mengizinkan anaknya untuk menjadi *entrepreneur*. Tidak semua anak dan orang tua mau jika anaknya menjadi *entrepreneur*, mereka lebih menyukai bekerja di perusahaan. Peran orang tua dan guru sangat diperlukan untuk memotivasi siswi agar dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui motivasi yang diberikan untuk *entrepreneurship*, tingkat keberhasilan yang dicapai dalam memanfaatkan teknologi serta kendala yang dihadapi siswi pada bisnis *online shop*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah siswi dan guru kewirausahaan SMK Negeri 2 Balikpapan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) Motivasi siswi untuk menjadi *entrepreneur* untuk meningkatkan perekonomian keluarga dan mendapatkan penghasilan tambahan, (2) Tingkat keberhasilan siswi dalam *entrepreneurship* tergantung pada cara yang digunakan untuk menarik perhatian dengan memberikan inovasi pada produk, (3) Cara yang digunakan untuk memanfaatkan teknologi menggunakan *e-commerce* dengan mengetahui cara penggunaannya untuk menarik perhatian konsumen, (4) Kendala yang dihadapi dalam berwirausaha perlu adanya manajemen waktu dan manajemen keuangan yang baik untuk meminimalisir terjadinya kendala.

**Kata kunci:** *Entrepreneurship*, *Online Shop*, SMK Negeri 2 Balikpapan

**ABSTRACT**

*The focus of the problem regarding entrepreneurship in Balikpapan 2 state vocational high school students in online shop business needs support in the form of motivation from parents, family and teachers to become entrepreneurs, not all parents want to motivate and allow their children to become entrepreneurs. Not all children and parents want if their children become entrepreneurs, they prefer to work in the company. The role of parents and teachers is needed to motivate students to improve the family's economy. The purpose of this study is to determine the motivation given to entrepreneurship, the level of success achieved in utilizing technology and the constraints faced by students in the online shop business. This study used descriptive qualitative method. The object of this research is entrepreneurship student and teacher at SMK Negeri 2 Balikpapan. Data collection techniques are carried out by interviews, observation and documentation. Data analysis techniques with source triangulation. The results of the study conclude that (1) Motivation of students to become entrepreneurs to improve the family's economy and get additional income, (2)*

---

*The success rate of female students in entrepreneurship depends on the way used to attract attention by providing innovation in products, (3) Ways used for utilizing technology using e-commerce by knowing how to use it to attract the attention of consumers, (4) Constraints faced in entrepreneurship need time management and good financial management to minimize the occurrence of obstacles.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Online Shop, SMK Negeri 2 Balikpapan*

## 1. PENDAHULUAN

Kehadiran internet didunia telah membawa dampak yang besar bagi manusia. Didalam internet terdapat informasi, pesan – pesan yang dalam kecepatan tinggi menyebar keseluruh pelosok dunia, yang menjadi salah satu alat bagi semua orang untuk mendapatkan berbagai pengetahuan didalam maupun luar negeri. (Antow A. F., 2016)

Internet dapat digunakan untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi di dalam maupun luar negeri. Dengan adanya internet dapat mempermudah komunikasi dari jarak jauh maupun jarak dekat yang dapat mempermudah pengguna dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Melalui internet seorang pengguna akan mampu mengetahui keadaan lingkungan secara cepat dan tepat tanpa harus datang ketempat tersebut untuk mendapatkan informasi.

Kegiatan bisnis *online* dan transaksi elektronik saat ini telah berkembang pesat di Indonesia, bahkan sudah melibatkan masyarakat *awam* seperti ibu rumah tangga, remaja dan masyarakat umum.

Perkembangan bisnis *online* dan transaksi elektronik dapat berdampak positif, mempermudah masyarakat serta mempercepat kemajuan perekonomian nasional. (Cita Yustisia Serfiani, 2013, p. ix)

Media sosial adalah suatu alat yang digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain yang dilakukan secara *Online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media social dapat digunakan untuk berkomunikasi, berinteraksi, mengirim pesan dan membangun jaringan. Dengan media sosial komunikasi akan lebih cepat dan mudah, namun diperlukan jaringan yang mendukung untuk mempercepat proses komunikasi antara pengirim pesan dengan penerima pesan. (Antow A. , 2016)

*Smartphone* adalah ponsel dengan kemampuan tingkat tinggi, kemampuan yang hampir menyerupai komputer ini memberikan kelebihan seperti layanan *push e-mail*, telephone, SMS, layanan internet dan kemampuan nirkabel lainnya. Kecanggihan *Smartphone* memungkinkan para pengguna untuk mengakses berbagai fitur social media

atau lebih dikenal dengan media sosial. (Miranda, 2017)

Peran kaum muda dalam kewirausahaan dan peningkatan ekonomi pernah dilakukan oleh Manjusmita Dash & Kulveen Kaur (2012) di Orissa, India. Mereka menemukan bahwa kewirausahaan oleh kaum muda dalam beberapa tahun terakhir telah berhasil mendongkrak persaingan ekonomi dan meningkatkan perekonomian di daerah tersebut. Kewirausahaan di kalangan muda jarang dieksplorasi secara khusus. Kemunculan kewirausahaan oleh kaum muda disebabkan tingginya pengangguran di antara anak muda dan kesenjangan sosial di antara mereka. (Rhenald Kasali, 2011)

Menurut (Reza Puspita Sari, 2014) tingginya angka pengangguran dan banyaknya penganggur terdidik di Indonesia disebabkan oleh kurangnya lapangan pekerjaan dan minat untuk berwirausaha. Dalam hal ini sekolah memiliki peluang yang lebih besar untuk menumbuhkan minat berwirausaha..

Berdasarkan pendapat dari (Setiawan, 2017) Seorang wirausaha sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Faktor-faktor tersebut sebagai salah satu motivasi utama seseorang untuk memilih karir menjadi seorang wirausaha. Salah satu strateginya, pemerintah Indonesia mulai memperkenalkan kewirausahaan sejak di level Sekolah Menengah Atas.

Menurut (Effendi, 2017, p. 167) SMK Kompetensi Kejuruan Pemasaran sudah banyak menggunakan teknologi internet, tentunya strategi marketing secara *online* akan berbeda bahkan lebih besar kemungkinan berhasilnya dalam penjualan produk dibandingkan dengan tidak *online*. Peserta didik kelas 10 Pemasaran sudah terampil menggunakan internet serta mampu menggunakan media sosial maupun *blog* sebagai sarana untuk dapat melakukan penjualan produk secara *online* (Kinerja Penjualan *Online*), Kinerja penjualan *online* adalah hasil pencapaian pekerjaan terhadap standar yang telah ditentukan dalam penjualan *online*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu oleh (Reza puspita sari, 2014), (Setiawan, 2017), (Efendi 2017) menyatakan bahwa penyebab siswi menjadi *Entrepreneurship* adalah adanya pengangguran pada lulusan SMK yang tidak memiliki keterampilan lain. Selain itu kurangnya dorongan dari orangtua untuk menumbuhkan minat dan memberikan izin kepada anaknya untuk berwirausaha yang disebabkan akan terganggunya antara pendidikan anak disekolah dengan kegiatan diluar sekolah seperti berwirausaha.

Diketahui bahwa di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Balikpapan berdasarkan hasil wawancara dengan guru kewirausahaan yang menyatakan terdapat empat siswi yang menjadi

---

*Entrepreneur* dan menjajakan usahanya melalui *online shop*.

sumber/informan yang berbeda (Ulfatin, 2014, p. 278).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bersifat deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive dan snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi* (Sugiyono, 2015, p. 15).

Penelitian ini menggunakan teknik *Triangulasi*. Menurut (Ulfatin, 2014, p. 278) *Triangulasi* adalah pemeriksaan/pengecekan keabsahan data dengan menggunakan banyak sumber data, banyak metode/teknik pengumpulan untuk konfirmasi data, banyak waktu dan banyak penyidik/investigator. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2015, p. 372). *Triangulasi* dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Jenis penelitian ini menggunakan *Triangulasi* Sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik informasi atau data yang diperoleh dari

Cara yang digunakan untuk melakukan pengecekan keabsahan data adalah melakukan kegiatan wawancara sehingga mendapatkan banyak sumber informasi, kemudian tidak lupa merekam semua informasi yang telah didapatkan melalui wawancara, sehingga jadilah transkrip wawancara dari hasil wawancara yang didapatkan, setelah adanya transkrip wawancara hasil penelitian berupa hal-hal penting yang dirangkum yang kemudian menjadi *triangulasi* yang merupakan kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti menguraikan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan *Entrepreneurship* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Balikpapan Pada Bisnis *Online Shop*. Data hasil penelitian ini didasarkan pada urutan pertanyaan penelitian berdasarkan rumusan masalah mengenai:

- 1) Motivasi siswi SMK Negeri 2 Balikpapan untuk menjadi *entrepreneurship*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, yang menyatakan bahwa Dengan adanya hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa peranan orang tua sangat diperlukan untuk memotivasi siswa-siswi untuk memacu semangat siswa-siswi dalam berwirausaha, tetapi pada

kenyataannya tidak semua orang tua bersedia dan mau memotivasi siswa-siswi untuk menjadi *entrepreneur*, hal tersebut menjadi salah satu yang menyebabkan rendahnya minat siswa-siswi untuk menjadi *entrepreneur*.

2.2) Tingkat keberhasilan siswi SMK Negeri 2 Balikpapan dalam mencapai kesejahteraan melalui bisnis *Online Shop*.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti, barang yang dijual berupa : ketertarikan masyarakat untuk membeli produk dari keempat siswi tersebut mayoritas adalah kalangan remaja siswi SMP, SMA/SMK dan Mahasiswi seperti usia 15-21 tahun. Kalangan remaja yang membeli produk tersebut antara lain lebih suka membeli produk melalui media social, selain cara memesannya yang mudah, yaitu melalui *handphone* yang setiap hari mereka gunakan menambah kemudahan untuk melengkapi produk yang mereka butuhkan.

2.3) Cara yang dilakukan siswi SMK Negeri 2 Balikpapan dalam memanfaatkan *e-commerce*. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, dapat diketahui bahwa cara yang dilakukan siswi untuk memanfaatkan *e-commerce* adalah peranan *e-commerce* khususnya untuk aplikasi *Instagram*, *Line*, *Whatsapp*, dan *Facebook* dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan siswi yang mempunyai usaha *online shop*,serta dapat membantu siswi untuk mengenalkan produk yang dijual didalam dan diluar kota. Peranan *e-commerce* dalam bisnis sangat

diperlukan untuk mengembangkan produk dan mengenalkan produk kepada calon konsumen. Siswi mampu memanfaatkan teknologi *e-commerce* khususnya dalam bidang usaha *online*.

2.4) Kendala yang dihadapi siswi SMK Negeri 2 Balikpapan pada bisnis *Online Shop*.

Menurut hasil wawancara terhadap kendala yang terjadi siswi SMK Negeri 2 Balikpapan pada bisnis *online shop* dapat disimpulkan bahwa tidak hanya sekedar mampu menguasai pasar agar tidak menurunnya minat konsumen dalam hal pembelian produk, tetapi perlu adanya manajemen waktu dan pengelolaan yang baik agar penjual mampu memperhatikan kondisi keuangan setiap bulannya. Dengan manajemen yang baik, maka kendala apapun yang dihadapi seorang *entrepreneur* akan dengan mudah menanggapi berbagai jenis kendala yang akan dihadapi.

## B. Pembahasan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah dipaparkan, menyatakan bahwa fokus penelitian yang akan dibahas oleh peneliti adalah Motivasi siswi SMK Negeri 2 Balikpapan untuk menjadi *entrepreneurship*, Tingkat keberhasilan siswi SMK Negeri 2 Balikpapan dalam mencapai kesejahteraan melalui bisnis *Online Shop*, Cara yang dilakukan siswi SMK Negeri 2 Balikpapan dalam memanfaatkan *e-commerce*, dan kendala yang dihadapi siswi SMK Negeri 2 Balikpapan pada bisnis *Online Shop*.

2.1) Motivasi siswi SMK Negeri 2 Balikpapan untuk menjadi *entrepreneurship*.

Berdasarkan hasil wawancara menyatakan bahwa salah satu motivasi siswi untuk menjadi *entrepreneur* adalah dengan melihat semakin tingginya kebutuhan pokok dan rendahnya perekonomian keluarga, hal tersebut salah satu yang memotivasi siswi-siswi untuk menjadi *entrepreneur* untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga, tidak hanya untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

Hasil wawancara tersebut merujuk pada penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa tidak semua pemuda mau menjadi *entrepreneur* karena pandangan mereka menjadi *entrepreneur* khususnya diusia muda akan membuat lelah dan tidak mampu mengontrol usaha yang dikelola, selain itu, tidak semua orang tua mau mendukung anaknya untuk menjadi *entrepreneur*, diusia muda pemuda di sibukkan dengan aktivitas disekolah saja dan bukan untuk kewajiban mencari uang,

Berdasarkan teori pada penelitian (Retno Budi Lestari, 2012, p. 113) menyatakan bahwa fenomena rendahnya minat dan motivasi pemuda Indonesia untuk berwirausaha perlu adanya upaya untuk mengubah *mindset* para pemuda melalui pendidikan kewirausahaan dan menumbuhkan

minat pemuda untuk mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri serta menumbuhkan minat mereka untuk menjadi *entrepreneur* (2.1-Pr/II/Hal.23). Sedangkan penelitian dalam penyusunan oleh (Eny Eko Sulistyowati, 2016, p. 2226) Minat kewirausahaan siswi SMA Negeri se-Kabupaten Malang menggunakan penelitian kualitatif yang menghasilkan sampel sejumlah 347 siswa SMA, dan ditemukan bahwa pendidikan kewirausahaan dilingkungan keluarga sangat berpengaruh terhadap minat kewirausahaan siswa-siswi, dengan adanya pembelajaran kewirausahaan disekolah serta perlu adanya dukungan dari orang tua untuk meningkatkan motivasi siswa-siswi (2.1-Pr/II/Hal.22).

2.2) Tingkat keberhasilan siswi SMK Negeri 2 Balikpapan dalam mencapai kesejahteraan melalui bisnis *Online Shop*.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa dengan memberikan inovasi dari jenis usaha yang dijalankan akan menarik minat konsumen untuk mencoba dan mau membeli produk yang kami sediakan. Seyogyanya tidak mengambil keuntungan besar tetapi menumbuhkan kepercayaan pelanggan dengan harga terjangkau dan kualitas serta kuantitas yang baik dari suatu produk akan menambah daftar

pelanggan untuk membeli variasi jenis produk yang telah disediakan.

Berdasarkan teori yang merujuk pada penelitian terdahulu dan hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa adanya keselarasan antara teori dengan hasil wawancara, yaitu dengan memberikan inovasi terhadap jenis barang yang dijual tidaklah cukup usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penghasilan dengan cara memberikan inovasi dari produk yang dijual, tetapi dengan mengembangkan produk usaha melalui media social merupakan hal yang efektif untuk mengenalkan dan mengembangkan produk kepada konsumen.

Menurut Pethomas W. Zimmerer er al. (Suryana, 2006, p. 158) (2.2-Te/II/Hal.14-15) mengemukakan bahwa perlu adanya proses inovasi sebagai alat pemberdayaan sumber-sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. Proses inovasi tersebut dibutuhkan kreativitas produsen yang menjadi rantai antara pengenalan cara baru untuk mengkombinasikan sumber-sumber produk dan proses pengembangannya secara sistematis kedalam inovasi yang sedang digunakan dipasaran. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu disampaikan oleh (Effendi, 2017, p. 163) adalah menganalisa pengaruh hasil belajar pemasaran *online* terhadap kinerja penjualan *online*,

seperti yang diterapkan peserta didik kelas 10 SMK Negeri Bidang keahlian Manajemen Bisnis terdapat 135 sampel peserta didik yang disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan *online*, perlu adanya peningkatan pengetahuan dalam meningkatkan penjualan *online* dengan memanfaatkan teknologi serta memberikan kualitas dan kuantitas produk dengan harga terbaik untuk menciptakan inovasi-inovasi baru yang menarik perhatian (2.2-Pr/II/Hal.22).

### 2.3) Cara yang dilakukan siswi SMK Negeri 2 Balikpapan dalam memanfaatkan *e-commerce*.

Menurut hasil wawancara, peneliti menyatakan bahwa semakin berkembangnya teknologi saat ini, menimbulkan pemikiran baru oleh keempat siswi agar memanfaatkannya dengan menjajakan jenis barang mereka kemedial sosial, yang tidak hanya melalui mulut kemulut atau menawarkan secara langsung, dengan melakukan tersebut konsumen tidak hanya pada lingkungan sekitar, tetapi akan mendapatkan konsumen dari masyarakat luas.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti menyimpulkan bahwa semakin berkembangnya zaman bagi pemakai alat teknologi sebaiknya menggunakan peralatan tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Sebelum adanya aplikasi atau bahkan situs-situs yang dapat dijangkau diseluruh dunia membutuhkan waktu

lama untuk proses penggunaan teknologi secara efisien.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti, teori dan merujuk pada penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa peranan *e-commerce* khususnya untuk aplikasi *Instagram*, *Line*, *Whatsapp*, dan *Facebook* dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan siswi yang mempunyai usaha *online shop*, serta dapat membantu siswi untuk mengenalkan produk yang dijual didalam dan diluar kota.

Menurut (Hendraningrat & Setiawan, 2017) *e-commerce* (2.3-Te/II/Hal.19-20) merupakan tahap berkembang seiring pertumbuhan jumlah pengguna jasa telekomunikasi, pemanfaatan *e-commerce* di Indonesia terus tumbuh. Pertumbuhan *e-commerce* terlihat positif melalui banyaknya layanan seperti pariwisata, music dan belanja *online*. Berdasarkan teori tersebut dapat dikemukakan pendapat menurut penelitian terdahulu yaitu (Seprina & dkk, 2017) menyatakan bahwa telah diperoleh bahwa rata-rata data motivasi penggunaan aplikasi *e-commerce* pada kelompok yang telah miliki akun sebesar 27,77 sedangkan yang tidak/belum memiliki akun sebesar 24,22 atau lebih kecil. (2.3-Pr/II/Hal.22).

2.4) Kendala yang dihadapi siswi SMK Negeri 2 Balikpapan pada bisnis *Online Shop*.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menyatakan bahwa terdapat beberapa kendala yang terjadi kepada keempat siswi dalam mengelola jenis usaha yang dilakukan, antara lain modal yang kurang, sehingga menyebabkan terhambatnya produksi atau penyediaan *stok* barang, Selain itu waktu dalam mengantar barang yang terganggu karena dapat dilakukan setelah pulang sekolah, sehingga perlu adanya manajemen yang baik dalam mengelola usaha.

Berdasarkan hasil wawancara, teori yang merujuk pada penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa mengenai kendala yang terjadi dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengetahuan oleh calon *entrepreneur* dalam mengelola suatu usaha sehingga tidak adanya keinginan untuk mencoba, terlebih lagi jika seorang calon *entrepreneur* tidak berani mengambil risiko, tidak memiliki modal yang cukup sehingga tidak dapat menjalankan suatu usaha serta

Menurut (Suryana, 2006, pp. 158-159) Strategi kewirausahaan yang didalamnya menyangkut kesesuaian kemampuan internal dan aktivitas dengan lingkungan eksternal, dimana setiap wirausaha harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis (2.4-

Pr/II/Hal.61).

Berdasarkan teori diatas dapat didukung melalui penelitian terdahulu yang mengemukakan oleh (Lieli Suharti, 2011, p. 124) mengenai hambatan yang berpengaruh terhadap menurunnya minat untuk berwirausaha, adanya rasa takut mengalami kerugian untuk menjadi seorang *entrepreneur*, tidak memahami cara menghadapi pesaing, dan tidak memiliki modal, hal tersebut merupakan hambatan seseorang untuk berwirausaha (2.4-Pr/II/Hal.24).

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang ditemukan peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa motivasi untuk menjadi *entrepreneur* dapat ditumbuhkan dengan adanya peranan keluarga dan orang terdekat seperti orang tua dan sahabat, selain itu seorang *entrepreneur* diharapkan mampu membaca peluang, manajemen keuangan dan waktu serta berkomunikasi dengan baik kepada konsumen guna siap dalam mengelola penghasilan dengan memanfaatkan teknologi telekomunikasi khususnya *e-commerce* yang sangat berpengaruh untuk memperkenalkan dan mengembangkan suatu produk kepada masyarakat sesuai dengan permintaan pasar, dalam

orang terdekat seperti orang tua dan sahabat, selain itu seorang *entrepreneur* diharapkan mampu membaca peluang, manajemen keuangan dan waktu serta berkomunikasi dengan baik kepada konsumen guna siap dalam mengelola penghasilan dengan memanfaatkan teknologi telekomunikasi khususnya *e-commerce* yang sangat berpengaruh untuk memperkenalkan dan mengembangkan suatu produk kepada masyarakat sesuai dengan permintaan pasar, dalam mencegah terjadinya kendala diperlukan suatu usaha untuk memberikan inovasi-inovasi baru untuk menciptakan sebuah karya baru dalam menghadapi persaingan.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Antow, A. (2016). Pengaruh layanan online shop (belanja online) terhadap konsumerisme siswa SMA Negeri 9 Manado. *e-journal "Acta Diurna" Volume V No. 3*.
- Dewi, S. S. (2017). *Konsep Dan Pengembangan Kewirausahaan Di Indonesia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Effendi, H. (2017). Pengaruh Hasil Belajar Pemasaran Online Dan Hasil Belajar Kewirausahaan Terhadap Kinerja Penjualan Online Peserta Didik SMK Negeri Surabaya. 167.
- Hendraningrat, D. K., & Setiawan, D. (2017). *Roadmap Broadband*

- Indonesia Menuju Era Teknologi 5G*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kasali Rhenald, P. (2011). *Wirausaha Muda Mandiri*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kusmulyono, M. S. (2017). Peran Pendidikan Kewirausahaan dan Dukungan Orangtua Pada Siswa SMA. *AJEFB - Asian Journal Of Entrepreneurship And Family Business*, 26.
- Lestari Budi Retno, d. (2012). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 2.
- Lieli Suharti, d. (2011). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) . *Jurnal manajemen dan kewirausahaan Vol. 13, No. 2* , 124.
- Miranda, S. (2017). *Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3.
- Moleong. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Oswari, T. (2005). Membangun jiwa kewirausahaan (Entrepreneurship) menjadi mahasiswa pengusaha (Entrepreneur student) sebagai modal untuk menjadi pelaku usaha baru.
- Sari Puspita Reza, d. (2014). The Development Material Of Interest In Entrepreneurship For Student Of Class X SMA. 2,3,11.
- Seprina, I., & dkk. (2017). Motivasi penggunaan e-commerce dalam berwirausaha pada siswa SMK Bina Jaya. 35.
- Setiawan. (2017). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dan Dukungan Orangtua Pada Siswa SMA. *AJEFB - Asian Journal Of Entrepreneurship and Family Business Vol. 1 No. 1*, 25.
- Slamet Franky, d. (2014). *Dasar-dasar Kewirasahaan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suiryuk. (2014). E-Commerce dan teknologi informasi.
- Sulistiyowati Eko Eny, d. (2016). Pengaruh pendidikan kewirausahaan di lingkungan keluarga, pembelajaran kewirausahaan disekolah, serta Achievement Motive terhadap minat kewirausahaan siswa SMA . 2226.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Selemba Empat.
- Ulfatin, N. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan : Teori Dan Aplikasinya*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wahyuningsih, T. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMKN Pontianak. 4.
- Yustisia, C. (2013). *Bisnis Online Dan Tranaksi Online Dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.