

**PERAN UNIT PRAKTEK PEMASARAN “EDU MINAMART” DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA TARUNA
PRODI AGRIBISNIS PERIKANAN POLITEKNIK KP SIDOARJO**

***THE ROLE OF MARKETING PRACTICE UNIT “EDU MINAMART” IN
IMPROVING TARUNA’S ENTREPRENEURIAL INTEREST,
FISHERIES AGRIBUSSINESS STUDY PROGRAM,
MARINE AND FISHERIES POLYTECHNICS OF SIDOARJO***

Oleh:

Prayoto^{1*} dan Jefri Putri Nugraha¹

¹ Program Studi Agribisnis Perikanan, Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, Sidoarjo

* E-mail : prayoto.poltekkspsda@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine activities are carried out by Taruna in the "Edu Minamart" Marketing Practice Unit, and the role of the Unit is in increasing the interest in entrepreneurship. This research is a descriptive research. The subjects were Taruna, of Agribusiness Study Program for Academic Year 2019/2020, totaling 81 (entire population). The validity test of the questionnaire was done by Product Moment correlation. While the reliability test uses the Cronbach's Alpha formula. After doing the data interpretation and making conclusions so that the description of the results of the research is obtained. The conclusions are: (1) Taruna's activities in "Edu Minamart" not only maintains shops, arranges product displays, sells products and routine tasks maintain the cleanliness of the store, is also given the authority to plan the number and type of products that will be stocked at the store, take part in exhibitions and bazaars, serve fast food products, and visit services; (2) The activities carried out by Taruna in the "Edu Minamart" tend to play a role in increasing Taruna's entrepreneurial interest, they feel that their confidence in starting a business increases, compelled to work actively to achieve optimal results, dare to take risks on business decisions done, easy to get along and open in exchanging ideas as a form of mature leadership attitude, little by little began to pour ideas, creativity, and innovation into business ideas, and have a view to the future related to the business that will be done after graduation, as well as trying and working hard to make it happen.

Keywords: *entrepreneurial interest, fisheries agribusiness, marketing practice unit*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan rutin yang dilakukan Taruna di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, dan peranannya Unit tersebut dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna Prodi Agribisnis Perikanan Politeknik KP Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Subyek penelitian adalah Taruna Prodi Agribisnis Perikanan Tahun Akademik 2019/2020 yang berjumlah 81 Taruna (seluruh populasi). Uji validitas butir angket dilakukan dengan korelasi *Product Moment*. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*. Kesimpulan dari penelitian ini: (1) Kegiatan Taruna di “Edu Minamart” tidak hanya menjaga toko, dan tugas rutin menjaga kebersihan toko, tapi juga diberikan kewenangan untuk merencanakan jumlah dan jenis produk yang akan di stock di toko, mengikuti kegiatan pameran dan bazar, melayani pemesanan produk siap saji, serta pelayanan kunjungan; (2) Kegiatan yang dilakukan “Edu Minamart” tersebut cenderung berperan meningkatkan minat berwirausaha pada Taruna, yakni Taruna merasa kepercayaan dirinya dalam memulai usaha meningkat, terdorong untuk berkerja giat untuk mencapai hasil optimal, berani mengambil resiko atas keputusan usaha, mudah bergaul dan terbuka dalam bertukar pikiran sebagai wujud sikap kepemimpinan yang matang, menuangkan ide, kreativitas, dan inovasinya ke dalam gagasan usaha, dan memiliki pandangan ke masa depan, serta berusaha dan bekerja keras untuk mewujudkannya.

Kata kunci : minat berwirausaha, unit praktek pemasaran, agribisnis perikanan

I. PENDAHULUAN

Dalam Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional disebutkan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara. Berdasarkan hal tersebut perlu adanya usaha sadar oleh peserta didik agar dapat menjadikan dirinya sebagai sumber daya manusia yang berkualitas.

Politeknik Kelautan dan Perikanan merupakan Perguruan Tinggi Vokasional di bawah naungan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia yang dipersiapkan untuk mencetak lulusan yang kompeten dalam bidangnya dan meningkatkan ketrampilan yang dimiliki Peserta Didik (Taruna). Salah satu ketrampilan yang harus dimiliki oleh Taruna Politeknik Kelautan dan Perikanan adalah ketrampilan berwirausaha. Politeknik Kelautan dan Perikanan sebagai Pendidikan Tinggi Diploma bertujuan agar Peserta Didik menguasai kompetensi program keahlian dan kewirausahaan untuk memenuhi tuntutan dunia kerja maupun untuk mengikuti pendidikan tinggi sesuai dengan kejuruannya (Lampiran Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 23 Tahun 2006 Tentang Standar Kompetensi Lulusan). Menurut Menurut Wiliam D. Bygrave dalam (Suparyanto, 2012: 11), seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan memiliki karakter khusus yang membedakannya dengan orang lain. Dalam hal ini percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, kepemimpinan, kreativitas dan disiplin menentukan jiwa kewirausahaan.

Minat berwirausaha adalah pemusatan perhatian, keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu pada bidang wirausaha untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan (Wulandari, 2013). Minat berwirausaha terdapat beberapa indikator yaitu percaya diri, berorientasi pada hasil dengan mengutamakan prestasi terlebih dahulu daripada prestise; berani mengambil risiko, mampu memotivasi sekelompok orang untuk melakukan sesuatu, mampu melakukan sesuatu dengan ide yang inovatif dan kreatif, dan berorientasi pada masa depan adalah mempunyai sikap dan pandangan untuk ke depan.

Akan tetapi kondisi dunia kewirausahaan di Indonesia belum sesuai dengan harapan. Kenyataannya masih banyak Taruna Politeknik Kelautan dan Perikanan yang belum menggunakan keterampilan yang telah didapatkan di kampus untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu masih banyak lulusan Diploma Politeknik Kelautan dan Perikanan yang belum dapat menciptakan lapangan kerja sendiri. Hal ini dibuktikan masih banyaknya jumlah pengangguran yang berasal dari lulusan Diploma. Data Badan Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran pada tahun 2019 tingkat Pengangguran Terbuka pada Desember 2019, peringkat ke dua terbesar adalah lulusan Diploma, yaitu sebesar 6,89 %. Agar jumlah pengangguran dapat ditekan maka diperlukan sarana atau wadah yang dapat membuat peserta didik memiliki jiwa kewirausahaan. Salah satu program yang dimiliki Politeknik KP Sidoarjo adalah adanya Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” yang berguna sebagai wadah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” merupakan sarana penunjang pendidikan di Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, yang dikembangkan untuk pelaksanaan pendidikan dan pengajaran yang berbasis *Teaching Factory*. Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” memiliki fungsi untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan taruna melalui kegiatan praktek secara langsung di lapangan.

Pengelolaan kegiatan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dilakukan oleh Program Studi Agribisnis Perikanan (AGP) yang melibatkan seluruh Taruna Prodi Agribisnis Perikanan dengan dibimbing oleh dosen-dosen terkait dengan kegiatan praktek tersebut. Taruna Prodi Agribisnis Perikanan dilibatkan secara langsung dalam pengelolaan kegiatan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, sehingga konsep pembelajaran di kelas juga terintegrasi dengan teknik pembelajaran di lapangan dengan beberapa mata kuliah terkait. Cara kerja Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” ini sama dengan Business Center di sekolah ataupun perguruan tinggi pada umumnya. Menurut Pedoman Prani *Business Center* dalam (Ferlani, 2015: 25), *business center* sebagai tempat belajar sambil berbuat (*learning by doing*)”.

Dengan demikian peserta didik dapat belajar untuk menjual jasa maupun merencanakan pekerjaan. *Business Center* merupakan pusat pelatihan dan pendidikan bagi peserta didik yang berfungsi sebagai sarana unit produksi sekolah dan sebagai laboratorium kewirausahaan bagi para peserta didik untuk melaksanakan praktik penjualan, perhitungan ataupun pembukuan. Adanya praktik ini maka dapat menumbuhkan kualitas dan motivasi peserta didik untuk meningkatkan nilai tambah yang diperoleh dari ketrampilan yang dimiliki dan mengembangkan kewirausahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti fenomena yang terjadi, serta menggali beberapa rumusan masalah, yakni: (1) kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Taruna Prodi Agribisnis Perikanan di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”?; (2) bagaimana peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna Prodi Agribisnis Perikanan di Politeknik KP Sidoarjo. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengambil kebijakan, dalam hal ini adalah unsur Pimpinan Politeknik KP Sidoarjo, Prodi Agribisnis Perikanan dan Pengelola Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan kualitas pengembangan sarana praktek pemasaran Taruna, sehingga minat kewirausahaan Taruna dapat dioptimalkan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif tentang peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha pada Taruna.

2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” Politeknik KP Sidoarjo pada Bulan Maret hingga April 2020.

2.3 Subyek Penelitian

Penentuan subyek penelitian ditetapkan berdasarkan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Berdasarkan tujuan penelitian yaitu mengetahui peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan minat berwirausaha Taruna Prodi Agribisnis Perikanan, maka subyek dalam penelitian ini adalah seluruh Taruna Prodi Agribisnis Perikanan Tahun Akademik 2019/2020, yang berjumlah 81 Taruna (seluruh populasi), yang terdiri dari 29 Remaja, 25 Madya, dan 27 Perdana, yang akan diperoleh datanya melalui angket.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Teknik wawancara meng-hendaki komunikasi langsung antara penulis dengan subyek penelitian (responden).

b. Angket

Angket diberikan kepada seluruh Taruna Prodi Agribisnis Perikanan yang ikut serta dalam kegiatan yang ada di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dan merasakan manfaat secara langsung ketika mengikuti kegiatan. Bentuk angket bersifat tertutup dengan 4 (empat) alternatif pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS – skor 4), Setuju (S – skor 3), Tidak Setuju (TS – skor 2), dan Sangat Tidak Setuju (STS – skor 1).

c. Dokumentasi

Teknik Dokumentasi pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang tersedia dalam bentuk arsip atau buku yang menunjang penelitian. Dokumen yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah daftar nama Taruna, dan jadwal piket jaga Taruna setiap harinya.

2.5 Instrumen Penelitian

Data peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha diperoleh melalui angket dengan 20 butir pernyataan dan jumlah responden 81 Taruna. Penulis menyebarkan angket kepada Taruna Prodi Agribisnis Perikanan melalui aplikasi *Google Form*.

Tabel 1. Kisi-kisi Angket Tertutup

Indikator Minat Berwirausaha	Nomor Angket
Percaya diri	1, 2, 3
Berorientasi Hasil	4, 5, 6, 7, 8
Pengambilan Resiko	9, 10, 11
Kepemimpinan	12, 13, 14
Keorisnilan	15, 16, 17
Berorientasi Masa Depan	18, 19, 20

Diadopsi dari Buchari Alma (2013)

Sebelumnya angket penelitian diuji coba untuk mendapatkan instrument yang memiliki kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) sesuai dengan ketentuan, sehingga dapat digunakan untuk memperoleh data yang akurat. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen adalah korelasi *Product Moment* dari Pearson, perhitungan akan dilakukan dengan bantuan program *SPSS Versi 21*. Menguji reliabilitas instrumen, digunakan rumus koefisien *alpha Cronbach*.

2.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang berarti bahwa data yang diperoleh dari penelitian disajikan apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran terhadap fakta yang terjadi. *Pertama*, reduksi data yaitu meng-golongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu serta mengorganisir sehingga dapat diambil kesimpulan terakhir. *Kedua*, penyajian data berupa teks naratif atau tabel. *Ketiga* penarikan kesimpulan yang merupakan hasil analisis yang dapat digunakan dalam mengambil tindakan.

Setelah itu melakukan analisis data sebagai berikut:

- Mengelompokkan jawaban-jawaban yang relevan dengan masalah penelitian, yang di dapatkan dari hasil wawancara kepada narasumber yang telah di tetapkan sebelumnya.
- Kemudian menghitung angket yang diberikan kepada 81 orang Taruna Prodi Agribisnis mengenai minat berwirausaha yang meraka dapatkan setelah melakukan kegiatan di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” yaitu disajikan dengan persentase. Penghitungan angket dilakukan dengan rumus yaitu :
 - Identifikasi kecenderungan ubahan setiap sub variabel digunakan digunakan patokan

nilai Mean (M) dan Standar Deviasi (SD).

- 2) Kemudian setiap sub variabel dikategorikan menjadi tiga kategori dengan menggunakan skala dari Saifudin Azwar (2009 : 149). Pedoman dalam menentukan kriteria atau klasifikasi yaitu:

$$X \geq M + SD \quad = \text{Tinggi}$$

$$M - SD \leq X < M + SD = \text{Sedang}$$

$$X < M - SD \quad = \text{Rendah}$$

Setelah melakukan inteprestasi data dan membuat kesimpulan sehingga di dapatkan deskripsi hasil penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kegiatan Taruna Prodi Agribisnis Perikanan di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”

Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” Politeknik KP Sidoarjo berbentuk seperti minimarket sederhana, tidak terlalu luas untuk ukuran sebuah tempat praktik pembelajaran bisnis Taruna. Unit ini menyediakan berbagai macam produk hasil perikanan, baik konsumsi (batari crispy, batari asap, bakso ikan, nugget ikan, otak-otak, abon ikan, kerupuk ikan, stik ikan, stik rumput laut, permen rumput laut, dodol rumput laut, jelly sari rumput laut, sirup mangrove, dan lainnya) maupun non konsumsi (produk kekerangan seperti gantungan kunci dan hiasan lampu, serta *merchandise* lainnya). Produk yang dijual di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” adalah produk hasil pengolahan *Teaching Factory* dari Prodi Teknik Pengolahan Produk Perikanan (TP3) maupun produk konsinyasi dengan UMKM Mitra. Kegiatan Taruna di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” memang sudah terbilang meningkat.

Taruna tidak hanya diberikan kepercayaan menjaga toko, menata *display* produk, menjualkan produk yang ada, melakukan pencatatan penjualan, pengecekan *stock opname* harian, mempromosikan produk di media sosial Instagram untuk memperluas jaringan pemasaran, serta tugas rutin menjaga kebersihan dalam dan luar lingkungan toko. Namun, Taruna juga diberikan kewenangan untuk merencana-kan jumlah dan jenis produk yang akan di stock di toko. Akan tetapi dalam hal keuangan, Taruna tidak mengetahui sistem pembukuan arus laba rugi toko, karena mereka hanya bertugas mencatat penjualan harian sesuai jadwal piket dan menyetorkan hasil penjualan kepada pengelola unit setiap pergantian shift jaga.

Selain menjual produknya di toko dan menunggu pelanggan datang, Taruna mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pameran produk yang secara insidental diselenggarakan oleh pihak-pihak di luar institusi Politeknik KP Sidoarjo, seperti Pasar Tani yang diselenggarakan oleh Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo setiap satu bulan sekali. Pameran UMKM yang diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sidoarjo, serta pameran-pameran lain yang diselenggarakan oleh Pemprov Jawa Timur. Dengan mengikuti kegiatan seperti ini, Taruna secara otomatis mempraktekkan teknik penjualan secara *direct selling* diantara para kompetitor lainnya, hal ini melatih Taruna dalam mengelola rasa percaya diri dan daya saing nya.

Kegiatan lain yang dilakukan Taruna di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” adalah menjual produk makanan siap saji yang secara bergiliran dilakukan per kelompok. Kegiatan ini merupakan wujud praktek pemasaran produk perikanan dengan mengoptimal-kan *Food Court* di halaman toko.

Sistem produksi yang digunakan adalah *made by order*. Konsumen dari Dosen, pegawai dan Taruna. Menu yang ditawarkan pun berbeda setiap harinya, sesuai dengan menu unggulan per kelompok yang bertugas pada hari tersebut, antara lain sushi, nasi lele geprek, kebab ikan, tahu bakso ikan, teh susu rumput laut, kopi rumput laut, es kopyor sirup mangrove, dan lain-lain. Namun cuaca yang tidak menentu belum memungkinkan Edu Minamart untuk membuka *Food Court* dan menyajikan makanan yang bisa dinikmati di tempat. Hal ini karena halaman depan belum tertutup kanopi dengan rapat. Selain itu, kegiatan ini masih belum bisa dilaksanakan dengan optimal karena Taruna tetap harus memprioritaskan kuliah, sehingga produksi hanya bisa dilakukan setelah jam perkuliahan usai. Padahal konsumen minta bisa dilayani setiap waktu mereka memesan, sedangkan Taruna tidak bisa memenuhi orderan tepat waktu karena keterbatasan waktu dan tenaga. Sehingga masih banyak keluhan dari konsumen (pemesan) terkait hal tersebut.

Kemudian, kegiatan Taruna Prodi Agribisnis yang lainnya adalah melayani kunjungan edutrip siswa dan siswi dari PAUD, TK, SD, SMP, dan SMA dari dalam dan luar kota; bahkan kunjungan dari instansi lain yang melakukan studi banding ataupun kunjungan kedinasan dari Pejabat lingkup Kementerian Kelautan dan Perikanan. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang terintegrasi dengan kegiatan P3M, Tefa VAP, Tefa Pengolahan Modern, dan Tefa Budidaya Air Tawar. Biasanya pengunjung berkeliling ke Unit-unit Tefa dan terakhir berbelanja di Edu Minamart. Kegiatan ini memberikan dapat positif untuk Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, yakni peningkatan penjualan pada hari tersebut.

Namun dari sekian hal yang menjadi program kegiatan Taruna Prodi Agribisnis di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, permasalahan yang juga muncul adalah jadwal jaga Minamart oleh Taruna Prodi Agribisnis Perikanan yang masih bentrok dengan jadwal perkuliahan, sehingga timbul potensi ketidakhadiran Taruna dalam perkuliahan. Di dalam Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” sudah tersedia beberapa fasilitas yang memadai. Dalam kaitannya dengan fasilitas, di unit ini sudah tersedia beberapa rak display yang bisa digunakan untuk menata produk-produk yang ada, *Freezer*, *Showcase*, dan meja kasir manual, meskipun ruangnya kurang efektif untuk menempatkan fasilitas tersebut, karena kurang luas. Menurut penelitian yang dilakukan Utami (2015), menyatakan bahwa sarana prasana di unit praktek bisnis berpengaruh terhadap minat berwirausaha peserta didik. Jika ketersediaan sarana prasarana tidak lengkap serta variasi barang yang ada kurang, maka menjadi suatu kendala dalam melaksanakan kegiatan kewirausahaan.

3.2 Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Taruna Prodi Agribisnis Perikanan

Sebelum menganalisis data yang diperoleh terkait peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna, berikut disajikan hasil uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian. Pada pengujian validitas ini diperoleh nilai *r*-tabel sebesar 0,349 dengan $df = n - 2$ dan taraf signifikan (5%). Instrument dikatakan valid jika memenuhi syarat yaitu *r*-hitung lebih besar dari pada *r*-tabel, dengan $N = 32$ (jumlah responden untuk uji coba validitas dan reliabilitas instrument penelitian).

Berdasarkan Tabel Uji Validitas dapat dijelaskan bahwa semua item pernyataan masing-masing memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* atau r-hitung lebih besar dari pada r-tabel. Sehingga dari hasil uji validitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan setiap variable adalah valid, sehingga dapat dilakukan uji selanjutnya yaitu Uji Reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas

Konstruk / Variabel	Item	Corrected Item - Total Correlation	Ket.
Percaya diri	1	0,469	Valid
	2	0,748	Valid
	3	0,664	Valid
Berorientasi Hasil	4	0,752	Valid
	5	0,761	Valid
	6	0,747	Valid
	7	0,640	Valid
Pengambilan Resiko	8	0,547	Valid
	9	0,471	Valid
	10	0,700	Valid
Kepemimpinan	11	0,694	Valid
	12	0,674	Valid
	13	0,617	Valid
Keorisinilan	14	0,475	Valid
	15	0,836	Valid
	16	0,867	Valid
Berorientasi Masa Depan	17	0,819	Valid
	18	0,718	Valid
	19	0,740	Valid
	20	0,718	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan bahwa nilai koefisien *Alpha* (α) lebih besar atau sama dengan 0,6. Berdasarkan perhitungan maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang memenuhi syarat tersebut adalah reliabel. Setelah dilakukan uji reliabilitas diperoleh hasil yang relative sama atau tidak mengalami perubahan saat dilakukan pengujian ulang, sehingga hasil pengukuran tersebut dapat dipercaya. Berikut disajikan tabel pengujian reliabilitas instrument penelitian.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

Item	Alpha	Ket.
1	0,935	Reliabel
2	0,929	Reliabel
3	0,930	Reliabel
4	0,928	Reliabel
5	0,928	Reliabel
6	0,929	Reliabel
7	0,931	Reliabel
8	0,933	Reliabel
9	0,934	Reliabel
10	0,937	Reliabel
11	0,930	Reliabel
12	0,930	Reliabel
13	0,931	Reliabel
14	0,933	Reliabel
15	0,927	Reliabel
16	0,926	Reliabel
17	0,927	Reliabel
18	0,929	Reliabel
19	0,929	Reliabel
20	0,929	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna Prodi Agribisnis ditandai dengan sikap Taruna selama ataupun setelah berkegiatan di Unit tersebut, yaitu percaya diri, berorientasi hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi masa depan. Data peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha diperoleh melalui angket dengan 20 butir pernyataan dan jumlah responden 81 Taruna. Kemudian data tersebut diolah menggunakan program *SPSS 21.00 For Windows*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 55.00 dan skor terendah sebesar 47.00. Hasil analisis mean (M) sebesar 47.28, median sebesar 40.00, modus sebesar 41.00 dan standar deviasi (SD) sebesar 3.807. Penentuan kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna dapat dikategorikan dalam tiga kategori sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 X \geq M + SD &= \text{Tinggi} \\
 M - SD \leq X < M + SD &= \text{Sedang} \\
 X < M - SD &= \text{Rendah}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dibuat distribusi frekuensi dan kecenderungan data peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna yang dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi dan Kecenderungan Data Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Taruna

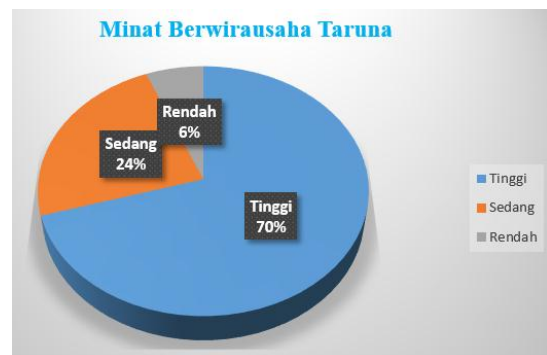
Skor	Frekuensi		Kategori
	F	%	
$X \geq 50,37$	57	70	Tinggi
$44,19 \leq X < 50,37$	19	24	Sedang
$X < 44,19$	5	6	Rendah
Total	81	100	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan kecenderungan peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna pada kategori tinggi dengan jumlah 57 Taruna (70%), pada kategori sedang dengan jumlah 19 Taruna (24%) dan pada kategori rendah dengan jumlah 5 Taruna (6%). **Kesimpulan dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha Taruna dalam kategori tinggi.** *Business Center* merupakan pusat pelatihan dan pendidikan bagi siswa yang berfungsi sebagai sarana unit produksi sekolah dan sebagai laboratorium kewirausahaan bagi para peserta didik untuk melaksanakan praktik penjualan, perhitungan ataupun pembukuan. Adanya praktik ini maka dapat menumbuhkan kualitas dan motivasi siswa untuk meningkatkan nilai tambah yang diperoleh dari ketrampilan yang dimiliki

dan mengembangkan kewirausahaan secara kuantitas lebih tinggi (Ferlani, 2015).

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pengelola Unit Praktek Pemasaran bahwa minat berwirausaha Taruna selama ini tidak hanya sebatas tugas kuliah untuk mendapatkan nilai saja, namun jiwa dan semangat mereka memang sangat bisa dirasakan. Mereka berpendapat bahwa dengan keberadaan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” saat ini mendorong mereka untuk berusaha menginovasi produk-produk baru dengan mengkombinasikan produk lama atau bahkan berusaha membuat produk yang belum pernah ada, untuk bisa dipasarkan melalui Edu Minamart. Antusiasme mereka juga sangat terlihat ketika mereka dilibatkan pada kegiatan bazar/pameran, karena dengan kegiatan tersebut mereka dapat belajar banyak dari pesaing ataupun hal-hal yang mereka temui di lapangan.



Gambar 1. Kecenderungan Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Taruna

Selanjutnya peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan minat berwirausaha pada Taruna Prodi Agribisnis Perikanan akan dijabarkan dalam enam indikator sebagai berikut.

a. Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap Percaya Diri

Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan minat berwirausaha dilihat dari sikap percaya diri, yakni sikap keberanian dan keyakinan Taruna untuk mampu berwirausaha dengan kegiatan yang dilakukan di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”. Data Indikator Percaya Diri diperoleh melalui angket dengan 3 butir pernyataan dan jumlah responden 81, diolah dengan program *SPSS 21.00*. Kemudian diperoleh skor tertinggi sebesar 9.00 dan skor terendah sebesar 5.00.

Hasil analisis menunjukkan Mean (M) sebesar 6.89, median sebesar 7.00, modus sebesar 6.00 dan standar deviasi (SD) sebesar 1.193. Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi dan Kecenderungan Data Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan sikap Percaya Diri

Skor	Frekuensi		Kategori
	F	%	
$X \geq 8,08$	60	74	Tinggi
$5,60 \leq X < 8,08$	17	21	Sedang
$X < 5,60$	4	5	Rendah
Total	81	100	

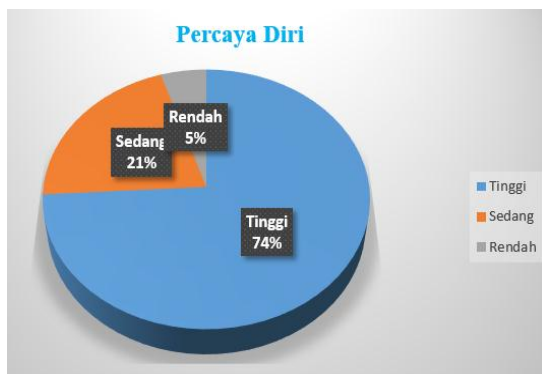
Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Kesimpulan dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan rasa percaya diri Taruna dalam kategori tinggi.

Sistem pelaksanaan unit bisnis sebagai program ekstrakurikuler kewirausahaan di lembaga pendidikan dapat membentuk karakter percaya diri siswa yang ditandai oleh sikap percaya pada kemampuan yang dimiliki, optimis dan tanggung jawab yang terbentuk pada diri setiap siswa yang mengikuti kegiatan tersebut (Sarfilianty, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara, Taruna berpendapat bahwa dengan keberadaan dan mengikuti kegiatan yang ada di “Edu Minamart”, Taruna terdorong dan percaya diri untuk melakukan praktek usaha, memiliki usaha sendiri setelah lulus, bahkan ada yang akan segera merintis usaha sejak sekarang, dan mereka menjadi yakin dapat mengembangkan usaha dengan bekal pengetahuan berwirausaha di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”. Dalam pelaksanaannya, rasa percaya diri Taruna dapat ditingkatkan dengan melatih mereka dalam melayani konsumen dengan baik, ramah, dan tidak malu-malu.

Kepercayaan diri mereka dapat diterapkan saat melayani konsumen. Seperti menyapa konsumen saat datang, melayani konsumen saat mencari produk, dan mengucapkan terimakasih saat pembeli selesai membayar. Meskipun masih terdapat beberapa siswa yang kurang percaya diri dalam melayani masyarakat masih malu-malu, tetapi lama-kelamaan dengan beberapa kali praktek siswa mampu percaya diri. Untuk lebih memantapkan rasa percaya diri Taruna, bisa dilakukan dengan mengundang narasumber dari wirausahawan sukses sebagai *role model* untuk memotivasi Taruna agar lebih percaya diri dalam memulai usaha. Selbihnya hasil kategorisasi data dapat dijelaskan dengan Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Kecenderungan Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam Meningkatkan Sikap Percaya Diri Taruna

b. Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap Berorientasi pada Hasil

Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan minat berwirausaha dilihat dari sikap berorientasi pada hasil. Setelah mengikuti kegiatan di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, Taruna diharapkan dapat berwirausaha dengan tekun, mempunyai target dan yang paling penting bekerja keras. Data indikator berorientasi pada hasil diperoleh melalui angket dengan 5 butir pernyataan dan jumlah responden 81. Data Indikator berorientasi pada hasil diolah menggunakan program *SPSS 21.00 For Windows*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 17.00 dan skor terendah sebesar 10.00. Hasil analisis menunjukkan Mean (M) sebesar 12.58, median sebesar 12.00, modus sebesar 12.00 dan standar deviasi (SD) sebesar 1.513. Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 6. Distribusi Frekuensi dan Kecenderungan Data Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan sikap Berorientasi pada Hasil

Skor	Frekuensi		Kategori
	F	%	
$X \geq 14,09$	58	71,7	Tinggi
$11,06 \leq X < 14,09$	23	28,3	Sedang
$X < 11,06$	0	0	Rendah
Total	81	100	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Kesimpulan dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap berorientasi hasil pada Taruna dalam kategori tinggi. Sikap siswa yang berorientasi pada tugas dan hasil sangat penting untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Dimana di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” Taruna sudah mampu menyelesaikan tugasnya dengan maksimal, yakni dengan melaksanakan praktek dengan antusias, baik dalam pelayanan terhadap konsumen, dalam penataan display produk, tanggung jawab dalam perawatan peralatan yang ada, maupun dalam pemasaran di luar toko, seperti di kegiatan pameran/bazar.

Namun masih terdapat beberapa siswa yang bosan dan kurang antusias sebelum di tegur pengelola Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”. Agar Taruna berorientasi pada tugas dan hasil harus ada bimbingan lebih maupun pendampingan dari pihak sekolah. Perlu dilakukan kerja sama antara Dosen dan pengelola Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, dengan memberikan reward jika antusias dan semangat. Hal ini akan sangat efektif bagi Taruna yang memang mempunyai antusiasme ataupun keinginan berprestasi yang tinggi.

Menurut Geoffrey (2002:5) “berorientasi pada hasil merupakan kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan yang kuat, energik, tekun dan tabah, tekad dan kerja keras serta inisiatif”. Selebihnya hasil kategorisasi data dapat dijelaskan dengan Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Kecenderungan Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam Meningkatkan Sikap Berorientasi Hasil pada Taruna

c. Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap pengambilan Resiko

Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan minat berwirausaha dilihat dari sikap Taruna dalam keberanian mengambil resiko, menyukai tantangan, tidak patah semangat dan tidak takut gagal. Data Indikator Pengambilan Resiko diperoleh melalui angket dengan 3 butir pernyataan dengan responden 81. Data indikator pengambilan resiko diolah menggunakan program *SPSS 21.00 For Windows*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 7.00 dan skor terendah sebesar 3.00. Hasil analisis menunjukkan Mean (M) sebesar 4.59, median sebesar 5.00, modus sebesar 4.00 dan standar deviasi (SD) sebesar 0.947. Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 7. Distribusi Frekuensi dan Kecenderungan Data Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan sikap Pengambilan Resiko

Skor	Frekuensi		Kategori
	F	%	
$X \geq 14,09$	50	62	Tinggi
$11,06 \leq X < 14,09$	24	29	Sedang
$X < 11,06$	7	9	Rendah
Total	81	100	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Kesimpulan dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap pengambilan resiko pada Taruna dalam kategori tinggi.

Berdasarkan data yang ada, memang masih ada beberapa Taruna yang masih rendah keberanian mengambil risikonya. Mereka masih merasa takut menanggung resiko kegagalan berdagang sendiri. Risiko merupakan salah satu hal wajar yang akan memberikan banyak pengalaman dan wawasan dalam membangun sebuah usaha. Sikap ini masih harus mendapat perhatian dari pengelola Unit dan Dosen agar keberanian berspekulasi Taruna meningkat.

Menurut Angelita S. Bajaro dalam Suryana (2013: 40) “seorang wirausaha yang menanggung resiko adalah orang yang selalu ingin menjadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik”. Untuk lebih memantapkan sikap berani mengambil resiko pada Taruna, bisa dilakukan dengan mengundang narasumber dari wirausahawan sukses dari DUDI ataupun alumni sebagai *role model* untuk memotivasi Taruna agar lebih berani dalam memulai usaha.

Selebihnya hasil kategorisasi data dapat dijelaskan dengan Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Kecenderungan Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam Meningkatkan Sikap Keberanian Mengambil Risiko pada Taruna

d. Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap Kepemimpinan

Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan minat berwirausaha dilihat dari sikap kepemimpinan Taruna. Setelah mengikuti beberapa kegiatan yang ada di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, Taruna diharapkan mempunyai jiwa kepemimpinan, bertanggungjawab, mau menerima kritik dan saran serta tanggap pada permasalahan yang ada sebagai bekal dalam berwirausaha. Karena jika lulus, Taruna bisa menciptakan lapangan kerja untuk orang lain, dan harus mampu menjadi pemimpin usahanya kelak dengan jiwa kepemimpinan.

Data indikator kepemimpinan diperoleh melalui angket dengan 3 butir pernyataan dan jumlah responden 81 Taruna. Data sikap kepemimpinan diolah menggunakan program *SPSS 21.00 For Windows*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 12.00 dan skor terendah sebesar 3.00. Hasil analisis menunjukkan Mean (M) sebesar 7.54, median sebesar 7.00, modus sebesar 6.00 dan standar deviasi (SD) sebesar 1.522.

Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 8. Distribusi Frekuensi dan Kecenderungan Data Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan sikap Kepemimpinan

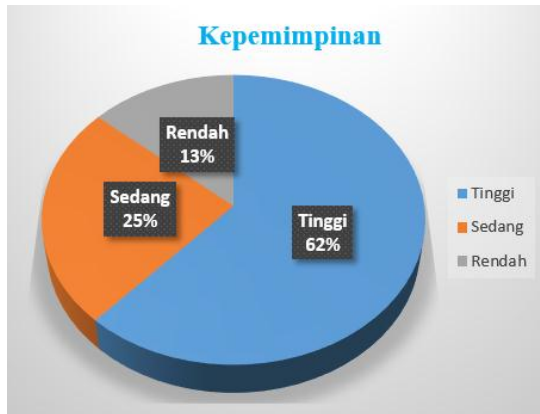
Skor	Frekuensi		Kategori
	F	%	
$X \geq 14,09$	50	62	Tinggi
$11,06 \leq X < 14,09$	20	25	Sedang
$X < 11,06$	11	13	Rendah
Total	81	100	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Kesimpulan dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap kepemimpinan pada Taruna dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara, kegiatan di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” mengajarkan Taruna untuk lebih bertanggung jawab terhadap usaha mereka, berlatih bernegosiasi, mudah bergaul, lebih terbuka dalam bertukar pikiran dengan teman satu kelompok ataupun kakak dan adik tingkat, serta mengajarkan pada mereka untuk responsif atau cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan yang ada.

Menurut Geoffrey (2002:5) “berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran dan kritik”. Selebihnya hasil kategorisasi data dapat dijelaskan dengan Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Kecenderungan Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” Meningkatkan Sikap Kepemimpinan

e. **Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap Keorisinalan**

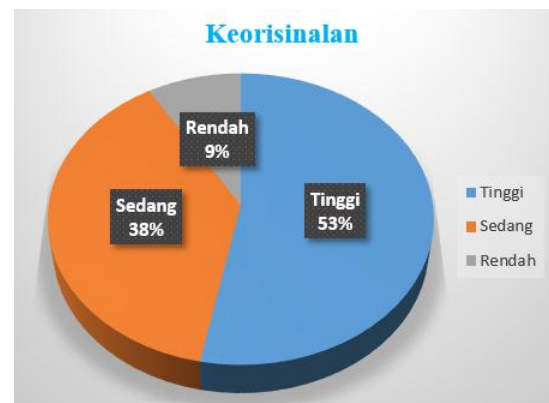
Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan minat berwirausaha dilihat dari sikap keorisinalan, yakni kemampuan menggali ide-ide baru terkait produk yang dibutuhkan konsumen, kreatif dan inovatif dalam mengkombinasikan produk baru dengan produk lama, serta membuat produk yang benar-benar belum pernah ada di pasaran. Hal-hal tersebut merupakan bekal yang penting dalam berwirausaha. Data indikator keorisinalan diperoleh melalui angket dengan 3 butir pernyataan dan jumlah responden 81. Data Keorisinalan diolah menggunakan *program SPSS 21.00 For Windows*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 9.00 dan skor terendah sebesar 5.00. Hasil analisis menunjukkan Mean (M) sebesar 7.35, median sebesar 7.00, modus sebesar 6.00 dan standar deviasi (SD) sebesar 1.176. Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat Tabel 9, distribusi frekuensi sebagai berikut.

Tabel 9. Distribusi Frekuensi dan Kecenderungan Data Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan Keorisinalan

Skor	Frekuensi		Kategori
	F	%	
$X \geq 14,09$	43	53	Tinggi
$11,06 \leq X < 14,09$	31	38	Sedang
$X < 11,06$	7	9	Rendah
Total	81	100	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Kesimpulan dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap keorisinalan pada Taruna dalam kategori tinggi. Berdasarkan pengamatan dan hasil data dapat diketahui bahwa keorisinalan Taruna dalam pengembangan produk-produk baru masih harus mendapatkan perhatian. Karena, sikap kreatif dan inovatif ini masih belum sepenuhnya dimiliki oleh semua Taruna. Mereka masih sedikit kesulitan jika harus membuat sesuatu yang benar-benar baru. Menurut Harvard’s Theodore Levit dalam Suryana (2013: 42) mengemukakan definisi “inovasi dan kreativitas lebih mengarah pada konsep berpikir dan bertindak yang baru”.



Gambar 6. Kecenderungan Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” Meningkatkan Sikap Keorisinalan

f. Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap Berorientasi pada Masa Depan

Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan minat berwirausaha dilihat dari sikap berorientasi pada masa depan. Taruna diharapkan mempunyai pandangan ke depan dan berprospektif terhadap ide usaha yang akan dikembangkan. Data indikator berorientasi pada masa depan diperoleh melalui angket dengan 3 butir pernyataan dan jumlah responden 81. Data indikator berorientasi pada masa depan diolah menggunakan program *SPSS 21.00 For Windows*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 12.00 dan skor terendah sebesar 6.00. Hasil analisis menunjukkan Mean (M) sebesar 8,26, median sebesar 9.00, modus sebesar 9.00 dan standar deviasai (SD) sebesar 1.635. Berdasarkan perhitungan, maka dapat dibuat tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

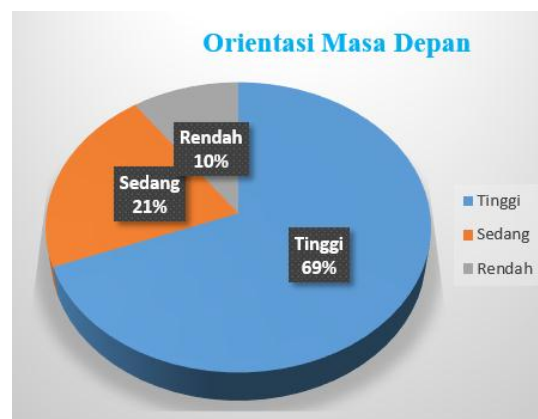
Tabel 10. Distribusi Frekuensi dan Kecenderungan Data Peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam menumbuhkan sikap Orientasi Masa Depan

Skor	Frekuensi		Kategori
	F	%	
$X \geq 14,09$	56	69	Tinggi
$11,06 \leq X < 14,09$	17	21	Sedang
$X < 11,06$	8	10	Rendah
Total	81	100	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Kesimpulan dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar kecenderungan peranan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” dalam meningkatkan sikap orientasi masa depan pada Taruna dalam kategori tinggi.

Orang yang berorientasi pada masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang jauh ke masa depan, maka ia selalu berusaha dan berkarya. Menurut Menurut George, G. Meredith (2002: 6) “memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan merupakan watak dari wirausahawan”. Namun, masih ada Taruna yang dalam kategori rendah. Padahal untuk mempunyai usaha harus mempunyai prespektif ke depan tujuan usaha, pencapaian usaha dan strategi untuk memuaskan pelanggan. Sehingga Pengelola Unit bisa lebih berperan aktif dalam memberikan motivasi Taruna dengan memberikan *reward* dan *punishment* dalam kegiatan praktik penjualan. Hal tersebut dilakukan agar Taruna bisa mencari peluang strategi agar praktik penjualannya bisa sukses. Selibuhnya hasil kategorisasi data dapat dijelaskan dengan Gambar 7 berikut



Gambar 7. Kecenderungan Peran Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” Meningkatkan Orientasi Masa Depan

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kegiatan rutin Taruna di Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” tidak hanya menjaga toko, menata *display* produk, menjualkan produk, melakukan pencatatan penjualan, pengecekan *stock opname* harian, mempromosikan produk di media sosial, serta tugas rutin menjaga kebersihan toko, juga diberikan kewenangan untuk merencanakan jumlah dan jenis produk yang akan di stock di toko, mengikuti kegiatan pameran dan bazar yang diselenggarakan pihak luar, melayani pemesanan produk siap saji dengan menu harian, serta pelayanan kunjungan edutrip dari sekolah, instansi maupun kunjungan dinas pejabat KKP.
- b. Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart” cenderung berperan meningkatkan minat berwirausaha pada Taruna, hal ini dapat dilihat berdasarkan data penelitian yang ditemukan bahwa selama dan setelah mengikuti kegiatan Unit Praktek Pemasaran “Edu Minamart”, Taruna merasa kepercayaan dirinya dalam memulai usaha meningkat, terdorong untuk berkerja giat untuk mencapai hasil optimal, berani mengambil resiko atas keputusan usaha yang dilakukan, mudah bergaul dan terbuka dalam bertukar pikiran sebagai wujud sikap kepemimpinan yang matang, sedikit demi sedikit mulai menuangkan ide, kreativitas, dan inovasinya ke dalam gagasan usaha, dan memiliki pandangan ke masa depan terkait usaha yang akan dilakukan setelah lulus, serta berusaha dan bekerja keras untuk mewujudkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 2009. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Ferlanie, FN. 2015. Peranan Business Center dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Siswa. Skripsi. UNY. Yogyakarta.
- Geoffrey, G. Meredith. 2002. *Kewirausahaan : Teori dan Praktek*. PPM. Jakarta
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 23 Tahun 2006. *Tentang Standar Kompetensi Lulusan*.
- Suparyanto. 2012. *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Alfabeta. Bandung
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta.
- Utami, FN. 2015. *Pengaruh Sarana Prasarana Business Center dan Lingkungan Keluarga melalui Proses Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa*. Skripsi. Unes. Semarang.
- Wulandari. 2013. *Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XII di SMK Negeri 1 Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Volume 1(1)

Received : 08 Mei 2020

Reviewed : 26 Juni 2020

Accepted : 26 Juni 2020