

PENGGUNAAN MEDIA INFORMASI DALAM MEMBENTUK KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA PADA SISWA

¹Mukhlis Bin Ilyas, ²Fatmaridah Sabani, ³Fasiha

IAIN PALOPO

E-mail: mukhlisbinilyas@gmail.com

Abstract

This research is motivated by the fact that at SMP Negeri 2 Kamanre there are 10% of students who are successful entrepreneurs in the market through social media, there are also some students who are less interested in this learning. However, interest in entrepreneurship is more dominant in students, so looking at the numbers and facts in the field makes researchers want to know how the use of social media and information technology in shaping students' entrepreneurial skills and also what motivates students in carrying out their entrepreneurship. This writing was developed with a qualitative approach oriented with data analysis through 3 stages (1) data reduction, (2) data presentation, and (3) conclusions. Based on this method, the results of this research show that the use of network technology in forming students' entrepreneurial skills at SMP Negeri 2 Kamanre has succeeded in producing products and marketing them through network technology and providing opportunities that not only support the development of students' entrepreneurial skills, but also prove that this initiative can have a positive impact at the local level. Students not only learn how to utilize networking technologies effectively, The results of this research also provide an overview of the very significant role of information media in driving the development and success of entrepreneurial students. Students not only utilize various information media platforms as a tool to market their products and businesses, but also actively explore the opportunities offered by the digital world. Information media as an effective forum for building skills and promoting students' businesses is proven by the success in opening and running their businesses.

Keywords: Information Media, Student Entrepreneurship

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kenyataan di SMP Negeri 2 Kamanre terdapat 10% siswa yang menjalankan wirausaha terbilang sukses di pasaran melalui media social, juga masih terdapat beberapa siswa yang kurang minat terhadap pembelajaran ini. Akan tetapi minat berwiurausaha lebih dominan terlihat pada siswa sehingga melihat angka dan fakta yang ada di lapangan membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana penggunaan media social dan teknologi informasi dalam membentuk keterampilan berwirausaha siswa dan juga apa yang menjadi motivasi siswa dalam menjalankan wirausahanya. Penulisan ini dikembangkan dengan berorientasi pada pendekatan kualitatif dengan analisis data melalui 3 tahapan (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) kesimpulan. Berlandaskan metode tersebut hasil penelitian ini menunjukkan Penggunaan teknologi jaringan dalam membentuk keterampilan berwirausaha siswa di SMP Negeri 2 Kamanre berhasil menghasilkan produk dan memasarkan melalui teknologi jaringan serta memberikan peluang yang tidak hanya mendukung pengembangan keterampilan berwirausaha siswa, tetapi juga membuktikan bahwa inisiatif ini dapat memberikan dampak positif pada tingkat lokal. Hasil penelitian ini juga memberikan gambaran peran media informasi sangat signifikan dalam menggerakkan perkembangan dan keberhasilan siswa berwirausaha, siswa tidak hanya memanfaatkan

berbagai platform media informasi sebagai alat untuk memasarkan produk dan usaha mereka, tetapi juga secara aktif mengeksplorasi peluang yang ditawarkan oleh dunia digital

Kata Kunci: Media Informasi, Berwirausaha Siswa

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat juga berdampak pada dunia komunikasi bisnis. Purwanto dalam Burhanudin mengatakan “dewasa ini seseorang dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan bisnis ke berbagai penjuru dunia melalui internet”.¹ Internet sebagai sebuah jaringan komunikasi global memiliki berbagai fasilitas yang dapat digunakan untuk kepentingan bisnis maupun non bisnis. Menurut Poerwanto dan Sukirno bisnis kini telah difasilitasi oleh kemajuan teknologi komunikasi informasi. Bisnis modern harus mampu beradaptasi secara radikal terhadap pemanfaatan *Information Communication Technology* (ICT).²

Faktor yang dapat mempengaruhi intensi berwirausaha diantaranya yaitu teknologi informasi. Burhanudin menyatakan “teknologi informasi (information technology) adalah gabungan antara teknologi komputer dan teknologi komunikasi.” Teknologi komputer merupakan teknologi yang berhubungan dengan komputer dan peralatannya, contoh teknologi komputer yaitu printer, proyektor, mesin sidik jari. Teknologi komunikasi merupakan teknologi yang digunakan untuk komunikasi jarak jauh, seperti telepon dan televisi. Kecanggihan teknologi yang ada saat ini merupakan salah satu hal mempermudah pekerjaan dalam kehidupan sehari-hari.

Teknologi Informasi berfungsi sebagai alat untuk membantu sumber daya manusia dalam penyimpanan, pembuatan, konversi, komunikasi, dan penyebaran informasi.³ Kemudian dapat disimpulkan bahwa manusia menggunakan teknologi informasi sebagai wadah dan alat untuk pemasaran, jual beli, dan komunikasi. Pemanfaatan TI dalam mendorong keterampilan berwirausaha sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukirman menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap perilaku kewirausahaan, peningkatan pengetahuan kewirausahaan mampu meningkatkan terbentuknya keterampilan berwirausaha.⁴ Temuan penelitian

¹ Imam Tahyudin, Rahman Rosyidi, Waidi, Yusyida Munsa Idah, Andi Dwi Riyanto. *Technopreneurship*. CV ZT Corpora. 2022.

² Pratana, N. K., & Margunani. (2019). Pengaruh Sikap Berwirausaha, Norma Subjektif, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*. Volume 3. No. 1.

³ Wahyuni, S., Fadah, I., & Tobing, D. S. Pengaruh kompetensi sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kualitas laporan keuangan melalui pengelolaan barang milik daerah. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(1), (2018). 66-80.

⁴ Sukirman, Zazuli, A., & Afifi, Z. Analisis Pengetahuan Kewirausahaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Perilaku Kewirausahaan. *Isu-isu Riset Bisnis dan Ekonomi di Era Disrupsi: Strategi Publikasi di Jurnal Bereputasi* (pp. 116-123). Semarang: Madic. (2019).

ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Indraswati⁵ namun berbeda dengan temuan penelitian oleh Prasetyo yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi tidak mampu mempengaruhi keterampilan berwirausaha siswa.⁶

Penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan di sekolah melalui kegiatan pembelajaran dan praktik kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendukung berkembangnya wirausaha di suatu bangsa. Zimmerer dalam Sintya, menyatakan bahwa pihak sekolah bertanggung jawab dalam memberikan serta mendidik siswa agar memiliki kemampuan berwirausaha serta menginspirasi mereka untuk berani memilih wirausaha sebagai karier mereka di masa depan.⁷ Salah satu solusi untuk mengasah keterampilan berwirausaha bagi para siswa adalah dengan menciptakan pembelajaran wirausaha. Dengan pembelajaran berwirausaha, akan membantu siswa dalam mengeksplor diri juga minat bakatnya mengembangkan sebuah usaha mandiri yang bertujuan untuk menyejahterakan diri dan masyarakat.

Teknologi Jaringan adalah teknologi di mana sumber daya Internet digunakan tanpa kontak pribadi antara guru dan siswa. media informasi menjadi salah satu pendukung dalam meningkatkan sosialisasi dan informasi bagi masyarakat yang mana dapat di akses dari mana saja dan kapan saja. Oleh karena itu, dalam berwirausaha dan meningkatkan kreativitas dan keterampilan siswa dalam berusaha dibutuhkan teknologi jaringan dan media informasi dalam membantu siswa memasarkan usaha mereka. Dengan tujuan akhir atau hasil dari pemanfaatan teknologi jaringan dan media informasi ini yakni untuk membentuk kemandirian siswa dalam berwirausaha.

METODE

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif dan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan fenomenologis dan psikologi. Adapun responden penelitian yaitu siswa dan guru SMP Negeri 2 Kamanre. instrument dan pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

⁵ Indraswati, D., Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Mauliyda, M. A. Pengaruh Penggunaan Media Sosial di Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, (2021).17-34.

⁶ Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Media Sosial, Motivasi Instrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi*, 35-46.

⁷ Sintya, N. M. Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *JSAM (Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen)*, 1(1), (2019). 337-380.

Penggunaan Teknologi Jaringan dalam Membentuk Keterampilan Berwirausaha pada Siswa di SMP Negeri 2 Kamanre

Siswa di SMP Negeri 2 Kamanre aktif memanfaatkan teknologi jaringan sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha. Penggunaan media informasi, seperti internet, wifi, dan platform online, menjadi bagian integral dari strategi siswa dalam memasarkan produk dan mengelola usaha mereka. Hal ini tidak hanya membantu siswa dalam membuka lapangan pekerjaan baru, tetapi juga turut mendukung upaya pemerintah dalam mengatasi angka pengangguran di Indonesia.

Siswa juga menunjukkan kreativitas dalam memanfaatkan jaringan internet untuk berjualan, baik itu produk berupa barang seperti pakaian dan skincare, maupun jasa seperti jualan pulsa, paket data, dan makanan dengan sistem preorder. Dukungan dari sekolah, terutama melalui fasilitas wifi, memberikan kesempatan kepada siswa untuk belajar berwirausaha secara praktis. Inisiatif ini tidak hanya membantu siswa dalam hal pendapatan tambahan, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian keluarga mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Joseph A Schumpeter dalam Wininatin Khamimah yang menyatakan bahwa Pembangunan ekonomi adalah kenaikan output yang disebabkan oleh inovasi yang dilakukan oleh para wirausaha (entrepreneur). Salah satu ekonom pengagas teori pertumbuhan ekonomi menyatakan entrepreneur mempunyai andil besar dalam pembangunan ekonomi melalui penciptaan inovasi, lapangan kerja, dan kesejahteraan. Dunia usaha yang dibangun entrepreneur akan mendorong perkembangan sektorsektor produktif. Semakin banyak suatu negara memiliki entrepreneur, maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan semakin tinggi.⁸ Dan hal ini di buktikan siswa dengan membuka usaha dan menjalankan bisnis tersebut dengan baik. Hasil penelitian penulis didukung dengan hasil penelitian dari Karsim dkk yang menghasilkan penelitian Beberapa siswa berhasil mengembangkan ide bisnis mereka sendiri dan memulai usaha kecil. Meskipun ada beberapa kendala selama pelaksanaan, seperti keterbatasan sumber daya dan tantangan teknis dalam pemasaran digital, program mampu memberikan kontribusi positif dalam mempersiapkan siswa untuk masa depan yang terhubung secara digital. Dengan kolaborasi antara sekolah, siswa, dan industri lokal, program ini menjadi landasan yang kuat untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang kewirausahaan dan digital marketing di SMK Panca Bhakti Sungai Raya. Diharapkan program ini akan terus berdampak positif pada pembekalan keterampilan siswa dan mempersiapkan untuk menjadi pelaku bisnis yang sukses di masa mendatang.⁹

⁸ Wininatin Khamimah. Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 4, No.3, Mei 2021 (228-240). p-ISSN 2621-797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493. DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>

⁹ Karsim. Pendampingan Kewirausahaan Dan Digital Marketing Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Panca Bhakti Sungai Raya. Communnity Development Journalvol.4 No. 4 Tahun 2023.

Kota Palopo saat ini sedang berkembang pesat menjadi kota jasa terkemuka di Sulawesi Selatan, memiliki Indeks Pembangunan Manusia 77,30, dan pertumbuhan ekonomi melambat sebesar 6,75 pada tahun 2023. Di Palopo UMKM Ekonomi kreatif hadir dengan corak yang diyakini mampu meningkatkan perekonomian baik secara lokal maupun nasional. Bahkan di beberapa kampus berkembang socio-technopreneur di kalangan mahasiswa dan pendidiknya.¹⁰ Konsep ekonomi kreatif ternyata mampu memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian di beberapa negara. Di Indonesia, ekonomi kreatif dimulai dari permasalahan akan pentingnya meningkatkan daya saing produk nasional untuk menghadapi pasar global.

Hal ini juga terjadi di kalangan siswa berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang telah dilakukan peneliti, peningkatan kewirausahaan siswa dengan memanfaatkan teknologi sangat berkembang khususnya di sekolah-sekolah. Siswa mampu mengembangkan keterampilan berwirausaha dengan adanya teknologi yang semakin canggih sehingga mereka memanfaatkannya untuk berwirausaha. Dengan keterampilan tersebut, beberapa siswa sudah mampu untuk menghasilkan pendapatan sendiri.

Wawancara dengan siswa menunjukkan bahwa berwirausaha di sekolah bukan hanya sekadar usaha untuk diri sendiri, tetapi juga merupakan bentuk kontribusi kepada keluarga. Siswa aktif memanfaatkan hasil penjualan mereka untuk menambah uang jajan, mengurangi ketergantungan pada orang tua, bahkan memberikan dukungan finansial kepada keluarga. Guru-guru di sekolah memberikan bimbingan dan arahan kepada siswa yang berminat berwirausaha, dengan fokus pada pemanfaatan teknologi jaringan seperti internet. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Selwendri dan Onan Marakali Siregar bahwa Internet memberikan keuntungan bagi produsen dalam memperkenalkan produk baru kepada calon konsumen, memasarkan produknya secara cepat dan dapat meminimalisis biaya. Sedangkan bagi konsumen, internet mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan dengan cepat, dapat menghemat waktu dan tenaga serta menimbulkan rasa senang dan nyaman.¹¹

Oviliani Yenty Yuliana dalam artikelnya juga menyatakan hal yang sama bahwa Internet dalam bisnis digunakan untuk pertukaran informasi, katalog produk, media promosi, surat elektronik, bulletin boards, kuesioner elektronik, dan mailing list. Internet juga bisa digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan konsultasi dengan konsumen secara on-line, sehingga konsumen dapat dilibatkan secara proaktif dan interaktif dalam perancangan, pengembangan, pemasaran, dan penjualan produk. Siswa

¹⁰ Pajarianto, H., Adigoena, A. M., Ukkas, I., & Pribadi, I. (2019). Program Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi. SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 3(1), 104. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v3i1.121>

¹¹ Selwendri dan Onan Marakali Siregar. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Peluang Usaha Kelompok Pemuda Karang Taruna Di Kelurahan Pulo Brayen Bengkel Medan. *Abdimas Talenta* 3 (2) 2018: 373-377 <http://jurnal.usu.ac.id/abdimas> ISSN Printed Version: 2549-4341 ISSN Online Version: 2549-418X

memanfaatkan teknologi jaringan dengan memasarkan barang jualan mereka di platform yang sudah di sediakan dengan bantuan teknologi jaringan internet berupa wifi ataupun kuota.

Teknologi, internet dan media sosial merupakan satu kesatuan yang saling terkait atau berhubungan dan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kalangan masyarakat saat ini. Keterampilan berwirausaha siswa SMP Negeri 2 Kamanre tidak lepas dari media informasi. Media informasi menjadi wadah bagi siswa dalam memasarkan usaha mereka sesuai yang telah di paparkan pada wawancara. peran media informasi sangat signifikan dalam menggerakkan perkembangan dan keberhasilan siswa berwirausaha di SMP Negeri 2 Kamanre. Siswa-siswa tidak hanya memanfaatkan berbagai platform media informasi sebagai alat untuk memasarkan produk dan usaha mereka, tetapi juga secara aktif mengeksplorasi peluang yang ditawarkan oleh dunia digital.

Kreativitas siswa terlihat dalam upaya mereka menciptakan dan mengelola usaha sendiri, termasuk penggunaan strategi seperti menjual produk yang sedang populer. Media sosial menjadi alat pemasaran yang efektif bagi mereka. Inisiatif ini tidak hanya membantu siswa dalam penjualan produk, tetapi juga mengembangkan keterampilan berwirausaha, pemasaran, dan manajemen usaha.

Berdasarkan wawancara bersama siswa dan guru kewirausahaan, ditemukan hasil bahwa media informasi bukan hanya sebagai sumber informasi, melainkan juga sebagai wadah yang efektif untuk membangun keterampilan dan mempromosikan usaha lebih dari itu siswa di ajarkan untuk hidup lebih mandiri dan membangun kreativitas belajar dan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan yang di katakan Aris dkk Bahwa *Digital Advertising* atau sering disingkat *Digital Ads* adalah pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menggunakan iklan media digital internet dengan tujuan untuk menjangkau para calon pelanggan sesuai target, dengan jangkauan luas dan cepat. Iklan media internet yang biasa digunakan saat ini seperti mesin pencari Google, Youtube, Facebook, Instagram dan lain sebagainya. *Digital advertising* tidak hanya untuk dilakukan oleh perusahaan yang bermodal besar saja, melainkan bisa juga dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM. Iklan digital memiliki biaya yang lebih murah dibandingkan dengan konvensional, karena iklan digital bisa diatur berdasarkan target.¹²

Digital Advertising atau sering disingkat *Digital Ads* adalah pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menggunakan iklan media digital internet dengan tujuan untuk menjangkau para calon pelanggan sesuai target, dengan jangkauan luas dan cepat. Iklan media internet yang biasa digunakan saat ini seperti mesin pencari Google, Youtube, Facebook, Instagram dan lain sebagainya. *Digital advertising* tidak hanya untuk dilakukan oleh perusahaan yang bermodal besar saja, melainkan bisa juga dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM. Iklan digital memiliki biaya yang

¹² Aris Ariyanto, dkk. Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. Penerbit Insan Cendekia Mandiri. 2021

lebih murah dibandingkan dengan konvensional, dan hal ini dilakukan oleh siswa SMP Negeri 2 Kamanre dalam menjalankan usahanya. Mereka menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan barang jualan mereka.

Penggunaan Media Informasi dalam Membentuk Keterampilan Berwirausaha pada Siswa di SMP Negeri 2 Kamanre

Penggunaan media informasi atau media sosial dalam dunia kewirausahaan cukup penting, media sosial dapat digunakan untuk memahami pandangan atau umpan balik pelanggan terhadap produk maupun jasa. Media sosial digunakan untuk mendistribusikan informasi yang dapat dibuat oleh pemilik akun itu sendiri dan memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan teman virtual dan media untuk berbagi data, seperti audio atau video.¹³ Media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil mengubah cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk, dan layanan dan berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun hubungan yang baik.¹⁴

Penggunaan media informasi, termasuk platform sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram, telah membuka peluang baru bagi siswa di SMP Negeri 2 Kamanre untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha mereka. Melalui platform-platform ini, siswa dapat mengakses informasi tentang berbagai peluang bisnis, belajar dari pengalaman wirausahawan lain, dan membangun jejaring yang penting dalam dunia bisnis. Dengan Facebook, siswa dapat bergabung dalam grup atau komunitas yang berkaitan dengan minat atau bidang bisnis tertentu. Mereka dapat berdiskusi, bertukar ide, dan bahkan menjalin kemitraan dengan sesama anggota grup untuk memulai usaha bersama. WhatsApp juga memainkan peran penting dalam memfasilitasi komunikasi antara siswa dan calon konsumen atau mitra bisnis potensial. Lewat fitur obrolan grup dan siaran pesan, siswa dapat dengan mudah mempromosikan produk atau jasa mereka kepada audiens yang lebih luas.

Selain itu, Instagram memberikan platform visual yang kuat bagi siswa untuk memamerkan produk atau karya mereka kepada dunia. Dengan membagikan foto dan video tentang produk atau proses kreatif mereka, siswa dapat menarik perhatian calon pelanggan dan membangun merek pribadi yang kuat. Selain itu, fitur-fitur seperti Instagram Stories dan IGTV

¹³ Olanrewaju, A.-s., Hossain, M., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 90-110

¹⁴ Firman, A., & Putra, A. (2020). The Effect of Social Media Utilization, Campus Environment and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest. *Point of View Research Management*, 1(4), 131-143.

memungkinkan siswa untuk berbagi kisah sukses, tips bisnis, atau tutorial yang dapat menginspirasi dan membimbing orang lain yang tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bagaimana siswa mengembangkan keterampilannya. Adapun aspek kewirausahaan yang terdapat pada hasil penelitian yakni siswa mampu membuat kreativitas dengan inisiatif sendiri yang dibuktikan dengan kemampuan siswa untuk membuka peluang berjualan atau berwirausaha, kemudian siswa mampu mengembangkan keterampilan komunikasi yang dibuktikan dengan kemampuan siswa bernegosiasi dengan pelanggan dan akad jual beli dan sebagainya. Siswa juga mampu menemukan solusi kreatif untuk masalah bisnis yang dihadapi seperti ketika penjualan menurun. Siswa juga mampu meningkatkan keterampilan manajemen waktunya di tandai dengan bagaimana siswa mampu memanajemen waktu antara belajar dan jualan.

Dengan demikian, penggunaan media informasi seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram telah membuka pintu bagi siswa di SMP Negeri 2 Kamanre untuk belajar dan berkembang dalam dunia wirausaha. Dengan memanfaatkan platform-platform ini secara efektif, siswa dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan dukungan yang mereka butuhkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses di masa depan. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Ahmed media informasi memiliki peran penting dalam membentuk keterampilan berwirausaha pada siswa. Dalam penelitiannya, Ahmed menemukan bahwa akses yang mudah terhadap informasi melalui berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan LinkedIn memungkinkan siswa untuk memperoleh pengetahuan tentang konsep bisnis, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan. Hal ini memberi mereka landasan yang kuat untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka sendiri.¹⁵ Hal serupa juga di jelaskan oleh Putri bahwa dengan akses mudah ke informasi dan jaringan sosial yang luas, media sosial dapat meningkatkan intensi dan kemampuan individu untuk meraih kesuksesan dalam dunia wirausaha. Mengingat tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, dapat diasumsikan bahwa penggunaan media sosial untuk berwirausaha cukup signifikan. Banyak pengusaha di Indonesia yang memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk dan jasa mereka. Beberapa di antaranya bahkan berhasil membangun merek yang sukses dan terkenal melalui media sosial.¹⁶

¹⁵ Ahmed, S. (2019). The Role of Social Media in Entrepreneurship Education. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 8(1), 105-113.

¹⁶ Putri Andhieni Nur Salsabila dan Agus Wibowo. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2986-609x(2023),2(4):67-89

Pendapat serupa diungkapkan oleh Smith et al. dalam studi mereka tentang pengaruh media sosial terhadap keterampilan berwirausaha di kalangan remaja. Smith et al. menemukan bahwa siswa yang aktif menggunakan media sosial cenderung lebih berani dalam mengambil risiko, lebih inovatif dalam menciptakan ide bisnis, dan lebih mampu menjalin hubungan dengan pelanggan potensial. Mereka juga menekankan pentingnya penggunaan media informasi sebagai alat pembelajaran yang efektif dalam menginspirasi dan membimbing siswa untuk menjadi wirausahawan yang sukses.¹⁷ Media informasi dapat menjadi sarana untuk membangun jejaring dan kolaborasi antara siswa dengan wirausahawan yang sudah berpengalaman. mentorship dan dukungan dari komunitas bisnis yang terbentuk melalui media informasi dapat memberikan siswa akses kepada sumber daya dan peluang yang mungkin tidak mereka dapatkan di lingkungan sekolah tradisional.

Dengan demikian, berdasarkan pandangan dari beberapa ahli juga berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media informasi dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk keterampilan berwirausaha pada siswa. Dengan akses yang mudah terhadap informasi, kemampuan untuk berkolaborasi, dan inspirasi dari komunitas online, siswa dapat memperoleh pengetahuan dan dukungan yang mereka butuhkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses di masa depan.

PENUTUP

Penggunaan teknologi jaringan dalam membentuk keterampilan berwirausaha siswa di SMP Negeri 2 Kamanre berhasil menghasilkan produk dan memasarkan melalui teknologi jaringan serta memberikan peluang yang tidak hanya mendukung pengembangan keterampilan berwirausaha siswa, tetapi juga membuktikan bahwa inisiatif ini dapat memberikan dampak positif pada tingkat lokal. Siswa tidak hanya belajar bagaimana memanfaatkan teknologi jaringan secara efektif, tetapi juga menciptakan peluang bagi diri mereka sendiri dan menghasilkan kontribusi positif dalam masyarakat. Peran media informasi sangat signifikan dalam menggerakkan perkembangan dan keberhasilan siswa berwirausaha di SMP Negeri 2 Kamanre. Siswa-siswa tidak hanya memanfaatkan berbagai platform media informasi sebagai alat untuk memasarkan produk dan usaha mereka, tetapi juga secara aktif mengeksplorasi peluang yang ditawarkan oleh dunia digital. Media informasi sebagai wadah yang efektif untuk membangun keterampilan dan mempromosikan usaha siswa di buktikan dengan keberhasilan dalam membuka dan menjalankan usaha mereka. Adanya media informasi membantu siswa menjalankan usaha dengan lebih mudah, meningkatkan kreativitas, dan membangun keterampilan berwirausaha yang berguna untuk masa depan mereka.

¹⁷ Smith, J., et al. (2020). The Impact of Social Media on Entrepreneurial Skills: A Study of Teenagers' Perceptions. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(1), 1-10.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S. (2019). The Role of Social Media in Entrepreneurship Education. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 8(1).
- Aris Ariyanto, dkk. Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. Penerbit Insan Cendekia Mandiri. 2021
- Firman, A., & Putra, A. (2020). The Effect of Social Media Utilization, Campus Environment and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest. *Point of View Research Management*, 1(4).
- Imam Tahyudin, Rahman Rosyidi, Waidi, Yusyida Munsa Idah, Andi Dwi Riyanto. *Technopreneurship*. CV ZT Corpora. 2022.
- Indraswati, D., Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Mauliyda, M. A. Pengaruh Penggunaan Media Sosial di Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, (2021).
- Karsim. Pendampingan Kewirausahaan Dan Digital Marketing Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Panca Bhakti Sungai Raya. *Communnity Development Journal* vol.4 No. 4 Tahun 2023.
- Olanrewaju, A.-s., Hossain, M., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*.
- Pajarianto, H., Adigoena, A. M., Ukkas, I., & Pribadi, I. (2019). Program Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 3(1), 104. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v3i1.121>
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Media Sosial, Motivasi Instrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasusa. *Jurnal Sekretari & Administrasi*.
- Pratana, N. K., & Margunani. (2019). Pengaruh Sikap Berwirausaha, Norma Subjektif, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*. Volume 3. No. 1.
- Putri Andhieni Nur Salsabila dan Agus Wibowo. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Jurnalekonomi,Manajemendanakuntansi*2986-609x(2023),2(4).
- Selwendri dan Onan Marakali Siregar. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Peluang Usaha Kelompok Pemuda Karang Taruna Di Kelurahan Pulo

Brayan Bengkel Medan. *Abdimas Talenta* 3 (2) 2018: 373-377
<http://jurnal.usu.ac.id/abdimas> ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X

Sintya, N. M. Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *JSAM (Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen)*, 1(1), (2019).

Smith, J., et al. (2020). The Impact of Social Media on Entrepreneurial Skills: A Study of Teenagers' Perceptions. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(1).

Sukirman, Zazuli, A., & Afifi, Z. Analisis Pengetahuan Kewirausahaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Perilaku Kewirausahaan. *Isu-isu Riset Bisnis dan Ekonomi di Era Disrupsi: Strategi Publikasi di Jurnal Bereputasi* (pp. 116-123). Semarang: Madic. (2019).

Wahyuni, S., Fadah, I., & Tobing, D. S. Pengaruh kompetensi sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kualitas laporan keuangan melalui pengelolaan barang milik daerah. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(1), (2018).

Wininatin Khamimah. Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No.3, Mei 2021 (228-240). p-ISSN 2621-797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493. DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>