

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Konsep Teoritis

##### 1. Hasil Belajar

###### a. Pengertian Hasil Belajar

Reigeluth dalam Jamil Suprihatiningrum mengemukakan hasil belajar atau pembelajaran dapat juga dipakai sebagai pengaruh yang memberikan suatu ukuran nilai dari metode (strategi) alternative dalam kondisi yang berbeda.<sup>12</sup>

Hasil belajar adalah pola-pola perbuatan, nilai-nilai, pengertian-pengertian, sikap-sikap, apresiasi dan keterampilan.<sup>13</sup> Sehingga hasil belajar merupakan suatu akibat yang diperoleh seseorang dari perbuatan belajarnya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa hasil belajar merupakan suatu kegiatan belajar dengan suatu metode tertentu dan menghasilkan nilai, sikap, serta keterampilan yang diperoleh seseorang dari kegiatan belajar itu sendiri yang dapat dituliskan dengan hasil seperti nilai ujian, nilai tugas, maupun nilai akhir.

<sup>12</sup> Jamil Suprihatiningrum, M.Pd.Si. *Strategi Pembelajaran*. Yogyakarta: 2013. Hal. 37

<sup>13</sup> Agus Suprijono. *Teori dan Aplikasi Paikem*. Yogyakarta: 2012. Hal. 5



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Jiwa Kewirausahaan

### a. Pengertian Jiwa Kewirausahaan

Berjiwa wirausaha adalah sikap yang mandiri dan pandai berbakat mengenai produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.<sup>14</sup>

Hartanti dan Erfikas Widyatnoto juga menyebutkan jiwa kewirausahaan yaitu merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang ada pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan melalui sifat, karakter dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.<sup>15</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa jiwa kewirausahaan merupakan suatu kreatifitas dan keberanian seseorang untuk menghadapi resiko, dan dapat menciptakan suatu barang dengan nilai jual dan dapat menciptakan lapangan kerja. Dengan kewirausahaan orang tidak perlu lagi sibuk mencari kerja yang saat ini sangat langka dan sulit dicari. Oleh karena itu jiwa kewirausahaan harus tertanam dalam diri manusia dengan beberapa karakteristik yang dimiliki.

<sup>14</sup> Zainal Aqib. *Pendidikan Karakter di Sekolah Membangun Karakter dan Kepribadian Anak*. Bandung: Yarama Widya. 2012. Hal. 154

<sup>15</sup> Erfikas Widyatnoto. *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Budaya Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada siswa SMKN 1 Wonosari dan SMKN 2 Wonosari dikabupaten Gunungkidul*. program Studi Pendidikan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta: 2013. Hal. 5

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mc Clelland memperinci karakteristik seorang wirausaha yang memiliki Nach (dorongan) yang tinggi, yaitu:

1. Lebih menyukai pekerjaan dengan resiko realistis
2. Bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental
3. Bekerja lebih giat karena adanya imbalan uang
4. Ingin bekerja pada situasi dimana dapat diperoleh pencapaian pribadi (personal achievement)
5. Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas positif
6. Cenderung berfikir kemas depan serta memiliki pemikiran jangka panjang.<sup>16</sup>

Indicator Jiwa Kewirausahaan adalah sebagai berikut:

- a. Dorongan berprestasi: semua wirausahawan yang berhasil memiliki keinginan besar untuk mencapai suatu prestasi.
- b. Bekerja keras: sebagian besar wirausahawan “mabuk kerja”, demi mencapai sasaran yang ingin dicita-citakan.
- c. Memperhatikan kualitas: wirausahawan menangani dan mengawasi sendiri bisnisnya sampai mandiri, sebelum ia mulai dengan usaha yang baru lagi.
- d. Sangat bertanggung jawab: wirausahawan sangat bertanggung jawab atas usaha mereka, baik secara moral, legal, maupun mental.
- e. Optimis: Wirausahawan hidup dengan doktrin semua waktu baik untuk bisnis, dan segala sesuatu mungkin.

<sup>16</sup> Yuyus Suryana, Kartib Bayu. *Kewirausahaan pendekatan karakteristik wirausahawan sukses*. Jakarta: 2010. Hal.41

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Mampu mengorganisasikan: kebanyakan wirausahawan mampu memadukan bagian-bagian dari usahanya dalam usahanya. Mereka umumnya diakui sebagai “komandan” yang berhasil. Berjiwa wirausaha adalah sikap yang mandiri dan pandai berbakat mengenai produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.<sup>17</sup>

### 3. Penataan Produk

#### a. Pengertian Penataan Produk

Penataan produk atau dikenal juga dengan istilah display, adalah suatu cara pemajangan produk atau tata letak barang yang diterapkan oleh perusahaan, dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan agar melihat dan membeli produk yang ditawarkan.<sup>18</sup>

William J. Shultz dalam Widaningsih berpendapat bahwa, display adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat pelanggan terhadap produk atau toko, serta keinginan untuk membeli melalui daya tarik penglihatan secara langsung (display consist of stimulating customers attention and interest in a product or a store, and desire to buy the product or patronize the store, through direct visual appeal).<sup>19</sup>

Dapat disimpulkan bahwa penataan produk berpengaruh atas minat konsumen untuk membeli, dengan penataan produk yang baik dan menarik maka konsumen akan tertarik untuk membeli, maka semakin baik display akan semakin tinggi pula minat konsumen untuk membeli. Untuk semakin jelasnya penjelasan tentang penataan display

<sup>17</sup> Indra Zultiar, Leonita Siwiyanti. *Jiwa Kewirausahaan dan Nilai kewirausahaan*. Universitas Muhammadiyah Sukabumi. 2017. Hal. 17-18

<sup>18</sup> Widiyaningsih, Samsul Rizal. *Menata Produk*. Jakarta: 2013. Hal. 25

<sup>19</sup> Widiyaningsih, Samsul Rizal. *Menata Produk*. Jakarta: 2013. Hal. 26

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terdapat beberapa buku lain yang menerangkan tentang maksud dari penataan produk.

Display (pemajangan barang) merupakan salah satu aktivitas terpenting dalam keseharian operasional pengelolaan sebuah toko output yang dihasilkan dari aktivitas yang satu ini berpengaruh langsung pada tingkat keberhasilan penjualan didalam toko, terlebih bagi toko-toko ritel modern yang memiliki format layanan mandiri (swalayan) seperti minimarket, swalayan, maupun hypermarket.<sup>20</sup> Belakangan ini display yang dilakukan peritel modern semakin inovatif, terutama sejak semakin banyaknya peritel yang memahami konsep dan pemanfaatan alat bantu display visual merchandising yang kini semakin populer bentuk arsitektur sebuah toko menunjukkan status social, budaya dan perubahan dari ekonomi setempat. Dahulu, bentuk ritel berupa toko-toko milik keluarga yang berdiri sendiri. Namun, kini berubah menjadi toko-toko didalam satu arcade atau suatu mall, dimana dengan suasana terlindung dan menyenangkan. Konsep ini menjadi gambaran semakin besarnya kebutuhan ruang wisata belanja.

<sup>20</sup>Devi Puspitasari. *Penjualan*. Jakarta: 2012. Hal.125

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## b. Macam-Macam Penataan Produk

Secara umum display dapat dibagi menjadi:

### 1. Window Display

Window display atau jendela kegiatan usaha adalah pemajangan barang dagangan di etalase (tempat penataan produk yang berbentuk kaca).<sup>21</sup> Tujuan window display adalah untuk menarik minat konsumen sekaligus menjaga keamanan barang dagangan. Window display hanya memperlihatkan barang dagangan yang ditawarkan saja, tanpa dapat disentuh oleh konsumen, sehingga pengamanan menjadi lebih mudah.

Bila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut tentang barang yang ada di etalase maka ia dipersilahkan untuk masuk atau produk diambil oleh penjaganya atau pramuniaga untuk menjelaskan dari pengamatan konsumen. Fungsi dari window display adalah untuk menarik perhatian orang (konsumen), menarik perhatian terhadap barang-barang yang dijual di toko, menimbulkan dorongan seketika untuk membeli, menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko, menyatakan kualitas barang yang baik dari ciri khas toko tersebut.<sup>22</sup>

### 2. Interior Display

Interior display adalah pemajangan barang dagangan didalam toko. Interior display banyak digunakan untuk barang-barang yang

<sup>21</sup> Drs.Sutrisno, Kusmawan Ruswandi,S.Pd.*Menata Produk* .Sukabumi:2013.Hal.613

<sup>22</sup> *Ibid*,613

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sudah dikenal luas oleh masyarakat.<sup>23</sup> Seperti produk-produk sehari-hari yang digunakan masyarakat, biasanya produk-produk ini akan ditata di gondola. Gondola yaitu rak yang biasanya ada di toko-toko yang digunakan untuk menyusun produk. Seorang konsumen yang sudah mengenal produk keseharian akan mencari dan memilih sendiri dengan langsung mengambil di rak dan biasanya sudah adanya harga tertera di rak gondola dengan nominal sesuai harga produk itu sendiri.

Barang dagangan yang dipajang secara interior display diantaranya:

- a. Barang-barang yang mudah rusak, sehingga barang-barang itu perlu disimpan
  - b. Barang-barang yang berharga untuk mencegah adanya pencurian.<sup>24</sup>
3. Ekterior Display

Ekterior display adalah pemajangan barang dagangan ditempat tertentu diluar kegiatan usaha yang biasa digunakan.<sup>25</sup> Pemajangan sisem ini banyak digunakan untuk promosi barang, pengenalan produk baru, penjualan istimewa seperti cuci gudang, discount dan sejenisnya. Untuk pemasaran secara tetap

<sup>23</sup> Devi Puspitasari. *Penjualan*. Jakarta: 2012. Hal.167

<sup>24</sup> Ating Tedjasutisna, *Pemasaran SMK jilid 12*. Bandung: 2012. Hal.240

<sup>25</sup> Devi Puspitasari. *Penjualan*. Jakarta: 2012. Hal.116

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemajangan sistem ini kurang optimal karena kelemahan factor pengaman, cuaca, pengiriman barang, dan sebagainya.

Eksterior display ini sering diadakan di supermarket, salah satu contohnya adalah Ramayana. Ramayana sering melakukan eksterior display saat akhir pekan atau akhir tahun saat cuci gudang. Intinya, eksterior display hanya dipergunakan untuk kondisi penjualan tertentu.

Kebaikan eksterior display adalah diantaranya:

1. Barang dagangan dapat dijual dengan cepat
2. Pemilik toko dengan mudah mengadakan perubahan susunan pajangan bilamana sewaktu-waktu diperlukan
3. Alat-alat yang dipakai untuk memamerkan barang-barang sederhana.

Barang-barang yang dipajangkan secara eksterior display diantaranya:

1. Barang-barang yang lama lakunya
2. Barang-barang yang ingin cepat habis
3. Barang-barang yang dibeli atas dorongan hati.<sup>26</sup>
4. Solary Display

Solary display adalah penataan barang dagangan di toko untuk menambah daya tarik pengunjung (konsumen) setelah masuk ke dalam toko, misalnya pakaian yang digunakan oleh boneka model

<sup>26</sup> Ating Tedjasutisna. *Pemasaran SMK jilid 12*. Bandung: 2012. Hal.203



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(manekin).<sup>27</sup> Solary display yaitu menempatkan barang dagangan dibagian department store sebagai daya tarik bagi konsumen setelah masuk kedalam toko, misalnya pakaian yang digunakan oleh boneka model (menequen).<sup>28</sup> Kedua pengertian tersebut sama-sama menjelaskan tentang solary display, yang mana adalah penempatan barang atau produk dengan menggunakan manekin.

Patung peraga ini adalah cara penjual menarik konsumen untuk membeli, karena pakaian yang dikenakan oleh manekin akan terlihat menarik. Dengan open interior display, maupun dengan closed interior display, barang dagangan itu perlu diatur, ditata, dan disusun sedemikian rupa, agar para konsumen atau para pelanggan dapat tertarik dan berminat untuk membelinya.

Banyak cara yang dilakukan para pengusaha untuk memikat, merangsang agar barang dagangannya banyak diminati, disenangi para konsumen dan para pelanggan. Salah satu cara untuk memajukan barang dagangannya, diantaranya dengan ikut serta menyelenggarakan pameran. Pameran adalah salah satu cara promosi barang dagangan dengan melalui pameran khusus.

<sup>27</sup> Widiyaningsih, Samsul Rizal .*Menata Produk*.Jakarta:2013. Hal.31

<sup>28</sup> Devi Puspitasari. *Penjualan*.Jakarta: 2012.Hal.178

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**c. Syarat-Syarat Penataan Produk**

Menyusun barang dagangan juga merupakan salah satu hal yang tidak kalah pentingnya, karena itu merupakan kesan pertama dari pengunjung toko tersebut, oleh karena itu barang-barang dagangan yang dipajang didalam ruangan toko maupun etalase harus ditata sedemikian rupa sehingga kelihatan rapi, serasi dan menarik.<sup>29</sup> Kerapian suatu pajangan pasti akan indah dilihat semua orang terutama calon pembeli. Oleh karena itu, apabila konsumen datang ke sebuah toko yang penataan barangnya tidak rapi, sebagai seorang pembeli pasti akan merasa tidak nyaman melihat pemandangan yang tidak enak untuk dipandang.

Jika barang disusun tidak sesuai dengan jenis dan merknya maka sebagai seorang konsumen yang akan membeli produk pasti akan merasa kesulitan. Untuk penataan barang-barang diperlukan keahlian khusus, kreasi dan seni yang tinggi jadi tidak setiap orang bisa menata sendiri, agar penataan terlihat menarik, perlu menyewa orang-orang yang ahli dalam dekorasi penataan barang, dengan harapan hal ini bisa dipakai sebagai dasar contoh atau acuan untuk penataan berikutnya.

Penataan barang sebaiknya setiap saat diubah agar tidak membosankan dan disesuaikan dengan keadaannya, hal yang perlu diperhatikan ialah bagian bentuk, warna, ukuran, dan tempat serta perlengkapan-perengkapan lainnya itu dipadukan sehingga penataan

<sup>29</sup>Devi Puspitasari. *Penjualan*. Jakarta: 2012. Hal.110

barang-barang itu kelihatan rapi dan menarik, yang pada akhirnya akan bisa menarik pengunjung atau calon pembeli tertarik untuk memiliki barang-barang tersebut.

Syarat penataan produk yang baik adalah sebagai berikut:

1. Display harus mampu membuat barang –barang yang dipajang menjadi mudah dilihat, mudah dicari dan mudah dijangkau.
2. Display harus memperhatikan aspek keamanan, baik keamanan bagi pengelola toko dari potensi-potensi kehilangan, maupun keamanan bagi pengunjung (konsumen) yang berada didalam toko, berkaitan dengan ini biasanya peritel tidak akan menempatkan barang –barang yang mudah pecah disemberangan rak. Barang-barang yang mudah pecah disemberangan rak. Barang-barang yang mahal terutama yang fisik ukurannya kecil biasanya dipajang etalase. Barang-barang kemasan kaleng yang cukup berat juga biasanya ditempatkan pada shelve paling bawah untuk menghindari resiko timbulnya cedera bagi pengunjung (terutama anak-anak) jika barang tersebut jatuh.
3. Display yang dilakukan oleh peritel harus informative dan komunikatif, para peritel dapat memanfaatkan alat bantu seperti shelf taker, satnding poster signane dan jenis-jenis point purchase (POP) materials yang lain.<sup>30</sup>

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>30</sup>Devi Puspitasari. *Penjualan*. Jakarta: 2012. Hal.145

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Penelitian Yang Relevan

1. Wilda Wirawati (2014), dalam penelitiannya tentang “Pengaruh Hasil Belajar Siswa Pada Pelajaran Pendidikan Agama Islam Terhadap Tingkah Laku Siswa Di Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Siak Kecamatan Tualang Kabupaten Siak”. Hasil dari penelitiannya adalah tidak ada pengaruh yang signifikan Hasil Belajar Siswa Pada Pelajaran Pendidikan Agama Islam Terhadap Tingkah Laku Siswa Di Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Siak Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.
2. Lukman (2009), dalam penelitian pengaruh koperasi sekolah terhadap jiwa kewirausahaan siswa kelas X SMA Negeri tembilahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koperasi dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa.
3. Dewi febrianti (2012), dalam penelitian pengaruh praktek kewirausahaan terhadap minat siswa untuk berwirausaha jurusan tata niaga XI Nuruk Falah Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktek kewirausahaan dapat menumbuhkan minat siswa untuk berwirausaha.

Dalam penelitian Wilda Wirawanti (2014) memiliki persamaan pada variable Y, dalam penelitian Lukman (2009) memiliki persamaan pada variable X. sedangkan dalam penelitian Dewi Febrianti (2012) memiliki persamaan juga memiliki perbedaan yaitu pada tempat penelitian, pada populasi, dan pada sampel.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## C Konsep Operasional

Konsep operasional pada penelitian ini adalah jiwa kewirausahaan siswa (variabel Y), Indikator jiwa kewirausahaan (variabel Y) adalah sebagai berikut:

- a. Siswa memiliki hasrat dan keinginan berhasil dalam belajar
- b. Siswa selalu berusaha mencapai hasil belajar yang lebih tinggi dari standar komulatif (KKM)
- c. Memiliki dorongan bahwa belajar itu penting
- d. Bersikap aktif dalam belajar
- e. Tidak tergantung pada orang lain saat mengerjakan tugas sekolah
- f. Tidak putus asa dalam mengerjakan tugas sekolah
- g. Mengerjakan tugas sekolah dengan sepenuh hati dan sungguh sungguh
- h. Memiliki keinginan dan dorongan untuk belajar
- i. Memiliki cita-cita masa depan
- j. Siswa mampu menarik kesimpulan.

Konsep operasional pada hasil belajar siswa (Variabel X) peneliti menggunakan hasil belajar siswa yang diperoleh dari data sekolah yang berupa hasil ulangan atau ujian mata pelajaran menata produk yang terdapat pada laporan nilai semester siswa.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## D. Asumsi Dasar dan hipotesis Penelitian

### 1. Asumsi

Dengan adanya pemahaman siswa pada mata pelajaran menata produk akan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada diri mereka.

### 2. Hipotesis Penelitian

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan antara pemahaman siswa pada mata pelajaran menata produk terhadap jiwa kewirausahaan siswa pada siswa SMK N 1 Rengat Jurusan Tata Niaga (pemasaran).

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pemahaman siswa pada mata pelajaran menata produk terhadap jiwa kewirausahaan siswa pada siswa SMK N 1 Rengat Jurusan Tata Niaga (pemasaran).