

ANALISIS FAKTOR PEMILIHAN KOMPETENSI KEAHLIAN PEMASARAN PADA SISWA SMK

Yeni Susilowati¹⁾, Agung Haryono²⁾, Dwi Wulandari³⁾

Pascasarjana Universitas Negeri Malang

¹Yeni Susilowati email: yenisusilowati20@gmail.com

Pascasarjana Universitas Negeri Malang

²Agung Haryono email: agungharyono@ymail.com

Pascasarjana Universitas Negeri Malang

³Dwi Wulandari email: wulan501@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi siswa tentang kompetensi keahlian, kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian dan faktor yang melatarbelakangi kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri Kabupaten Blitar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis fenomenologi dengan paradigma interpretatif. Teknik pengambilan sampel adalah non probability sampling dengan bentuk purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan analisis data kualitatif yang mengikuti konsep Miles dan Huberman. Hasil dan kesimpulan penelitian ini adalah persepsi siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar masih banyak yang memiliki persepsi yang negatif karena mereka gengsi memilih kompetensi keahlian pemasaran, terpengaruh oleh teman, dan masyarakat beranggapan kalau kompetensi keahlian pemasaran kerjanya hanya berjualan. Siswa di SMK Negeri Kabupaten Blitar cenderung memilih kompetensi keahlian pemasaran sebagai pilihan yang terakhir karena mereka tidak mau disuruh berjualan, tidak keren karena tidak membawa laptop dan tidak diterima pada kompetensi keahlian lain. Faktor yang melatarbelakangi kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar ada faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari motivasi, cita-cita dan minat. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari keluarga, teman, lingkungan dan guru SMP.

Kata Kunci: *Persepsi siswa, Kecenderungan pemilihan kompetensi, Latar belakang kecenderungan pemilihan kompetensi dan Kompetensi keahlian pemasaran.*

Siswa SMK lulusan pemasaran siswa mempelajari materi kompetensi keahlian pemasaran ritel yang tergabung dalam mata diharapkan dapat menghadapi pelajaran produktif merupakan salah adanya Masyarakat Ekonomi Asean satu upaya untuk membuka peluang (MEA). Dalam menghadapi MEA kepada siswa SMK karena siswa SMK lulusan kompetensi kebutuhan tenaga kerja di sektor ritel keahlian pemasaran dituntut untuk cukup besar. Adanya perubahan mampu bersaing dengan negara lain. kurikulum merupakan salah satu cara Oleh karena itu dalam kurikulum pemerintah dalam menghadapi SMK kompetensi keahlian

MEA agar lulusan SMK mampu bersaing.

Kompetensi keahlian pemasaran masih relevan dengan kebutuhan lapangan pekerjaan yang ada di dunia usaha. Banyak perusahaan yang masih membutuhkan karyawan lulusan SMK khususnya kompetensi keahlian pemasaran. Ada perusahaan tertentu yang dalam perekrutan karyawan lebih memprioritaskan lulusan SMK kompetensi keahlian pemasaran. Bahkan, tidak sedikit lulusan SMK selain kompetensi keahlian pemasaran yang menjadi pramuniaga dan sales. Bidang pekerjaan tersebut seharusnya menjadi bidang pekerjaan siswa SMK lulusan kompetensi keahlian pemasaran. Mereka yang bukan jurusan pemasaran memutuskan untuk bekerja di bidang pemasaran karena memang peluang kerja yang paling banyak dibutuhkan dunia kerja pada saat ini adalah bidang pemasaran. Meskipun kompetensi keahlian pemasaran masih banyak dibutuhkan oleh dunia usaha, tetapi masih belum bisa menjadikan kompetensi keahlian pemasaran

menjadi pilihan pertama bagi calon siswa SMK.

Kompetensi keahlian pemasaran sering dijadikan pilihan terakhir bagi calon siswa SMK. Mereka baru akan mendaftar pada kompetensi keahlian pemasaran apabila sudah tidak diterima pada kompetensi keahlian lain. Hal ini menunjukkan bahwa minat siswa dalam memilih kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar tergolong masih rendah. Mereka masih kurang menunjukkan tingkah laku yang positif terhadap kompetensi keahlian pemasaran. Mereka masih mempunyai persepsi kalau kompetensi keahlian pemasaran itu menyuruh siswa untuk berjualan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi siswa dalam memilih kompetensi keahlian, misalnya dorongan dari teman, orang tua, bakat, kemampuan, nilai ujian nasional dan persepsi siswa. Setiap siswa memiliki alasan tersendiri mengenai kompetensi keahlian pemasaran, sehingga alasan tersebut dapat membuat mereka untuk memutuskan untuk masuk atau tidak

masuk kompetensi keahlian pemasaran. Ada beberapa penyebab yang membuat kompetensi keahlian pemasaran menjadi pilihan terakhir. Sebagian besar dari penyebab tersebut karena persepsi siswa yang menganggap kompetensi keahlian pemasaran adalah kompetensi keahlian yang siswanya merupakan siswa yang tidak diterima pada kompetensi keahlian lain, sehingga memunculkan persepsi yang negatif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran, kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran dan faktor yang melatarbelakangi keenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran.

Kompetensi keahlian Pemasaran termasuk salah satu dari bidang keahlian SMK kelompok Bisnis dan Manajemen. Mata pelajaran yang dipelajari dalam paket kejuruan pemasaran meliputi, pengantar ekonomi dan bisnis, pengantar administrasi perkantoran, pengantar akuntansi, analisa dan riset pemasaran, perencanaan pemasaran,

pengelolaan usaha pemasaran, strategi pemasaran, pemasaran online, simulasi digital, prinsip-prinsip bisnis, pengetahuan produk, display product, komunikasi bisnis, administrasi barang, administrasi transaksi, dan administrasi penjualan.

Pengambilan keputusan merupakan proses memilih suatu alternatif dengan mempertimbangkan kelemahan dan akibat yang mungkin terjadi. Pengambilan keputusan oleh individu selalu dihadapkan pada pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh sesuatu pada batas-batas tertentu dengan memperhatikan perubahan keuntungan atau biayanya.

Faktor yang mendukung dalam pemilihan kompetensi keahlian pemasaran ada dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari minat, motivasi, bakat dan nilai yang diperoleh siswa saat lulus SMP/ MTs. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari peranan orang tua, pengaruh teman sebaya, kondisi sosial ekonomi orang tua dan peluang kerja masa depan.

Pola pikir atau mindset adalah cara berpikir berdasarkan

pengalaman dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam bertindak melakukan sesuatu. Persepsi adalah suatu proses masuknya pesan atau informasi yang diserap oleh seseorang sebagai pribadi yang utuh dengan proses kegiatan meliputi membedakan, mengelompokkan, memfokuskan dengan menggunakan panca indera yang dimiliki, yang selanjutnya diinterpretasikan dan akan mempengaruhi pola pikir seseorang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis fenomenologi dengan paradigma interpretatif

Subyek penelitian ini adalah SMK Negeri 1 Panggungrejo. Sumber data berasal dari subyek peneliti, yaitu siswa kelas XI kompetensi keahlian pemasaran SMK Negeri Kabupaten Blitar.

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan bentuk *Purposive Sampling*. *Non Probability Sampling*

merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap umur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. *Purposive Sampling* digunakan karena peneliti memilih orang tertentu yang telah dipertimbangkan memberikan data yang diperlukan.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu Observasi (*Observation*), Wawancara mendalam (*In-depth interview*), dan metode dokumen (*Method of document*). Teknik pengumpulan data wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh data secara mendalam dan mendasar serta spesifik. Teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*) yang artinya pedoman wawancara yang digunakan tidak mutlak dan lebih bersifat fleksibel. Sedangkan modus perekamannya menggunakan dimensi fidelity. *Fidelity* adalah

kemampuan peneliti untuk memproduksi data secara akurat yang akan menjadi bukti bagi peneliti.

Sedangkan metode dokumen (*Method of document*) digunakan untuk mengumpulkan data non manusia. Teknik ini dapat digunakan untuk mendapatkan data pendukung secara efisien yakni kuesioner yang berisi jawaban-jawaban responden yang akan dianalisis dan ditindaklanjuti dalam wawancara mendalam.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang mengikuti konsep Miles dan Huberman (1987: 21) mengatakan “*We consider that analysis consists of three concurrent flows of activity: data reduction, data display, and conclusion drawing/ verification*”. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data display*, and *conclusion drawing/ verification*. Langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data rekaman dan isian angket kuesioner
2. Reduksi data dengan memilih, memusatkan, mengabstraksi dan menjaga pernyataan penting
3. Melakukan identifikasi pada kuesioner dan mengidentifikasi hasil wawancara dengan siswa yang pada akhirnya dipaparkan dalam bentuk transkrip
4. Melakukan identifikasi persepsi siswa tentang kompetensi keahlian, kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian dan latar belakang siswa dalam pemilihan kompetensi keahlian.
5. Melakukan penyimpulan hasil penelitian tentang persepsi siswa tentang kompetensi keahlian, kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian dan latar belakang siswa dalam pemilihan kompetensi keahlian.

Validasi keabsahan temuan menggunakan perpanjangan penelitian yang bermakna menambah waktu keikutsertaan di lapangan penelitian sampai dengan kejenuhan pengumpulan data benar-benar terpenuhi, triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilita

data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, *member check* digunakan untuk pengecekan kebenaran data dengan cara mengembalikan kebenaran data tersebut kepada sumber data untuk diperiksa kebenarannya, *audit trail* yang merupakan pemeriksaan terhadap kesesuaian temuan peneliti dengan data di lapangan melalui pelacakan terhadap catatan-catatan laporan, metode pengumpulan data dan teknik analisisnya dan *expert opinion* yang merupakan bentuk validasi yang dilakukan dengan cara meminta tanggapan dari para ahli dan praktisi. Dalam konteks ini, peneliti menempatkan dosen pembimbing tesis sebagai ahli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kompetensi keahlian pemasaran di Kabupaten Blitar memiliki peminat yang sedikit. Banyak persepsi siswa yang negatif terhadap kompetensi keahlian pemasaran. Persepsi negatif siswa dipengaruhi oleh teman dari kompetensi keahlian lain, tetangga, saudara dan masyarakat. Mereka

mempunyai persepsi negatif karena pengetahuan mereka tentang kompetensi keahlian pemasaran masih kurang. Mereka hanya beranggapan kalau kompetensi keahlian pemasaran hanya berjualan saja. Sekolah belum pernah mengadakan sosialisasi tentang kompetensi keahlian pemasaran kepada siswa ataupun wali murid.

Siswa yang masuk kompetensi keahlian pemasaran sebagian besar adalah siswa perempuan. Siswa laki-laki jarang yang mau masuk kompetensi keahlian pemasaran. Persepsi siswa merupakan suatu proses masuknya pesan atau informasi yang diserap siswa dengan menggunakan panca indera dan akan mempengaruhi pola pikir siswa.

Persepsi siswa dapat dilihat dari peminat kompetensi keahlian pemasaran, perlakuan kompetensi keahlian lain terhadap kompetensi keahlian pemasaran dan pendapat siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran. Dalam penelitian ini peneliti menemukan persepsi siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar. Persepsi siswa

tentang kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar masih banyak yang memiliki persepsi yang negatif karena mereka gengsi memilih kompetensi keahlian pemasaran, terpengaruh oleh teman, dan masyarakat beranggapan kalau kompetensi keahlian pemasaran kerjanya hanya berjualan. Data jumlah siswa SMK Negeri 1 Panggungrejo dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Siswa SMK Negeri 1 Panggungrejo Tahun Pelajaran 2015/2016

No	Kompetensi Keahlian	Jumlah Siswa
1.	Teknik Kendaraan Ringan	335
2.	Teknik Komputer dan Jaringan	350
3.	Pemasaran	79
Jumlah Total		764

(Sumber: Tata Usaha SMK Negeri Panggungrejo Blitar)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Tata Usaha SMK Negeri 1 Panggungrejo diketahui bahwa kompetensi keahlian pemasaran berjumlah 79 siswa. Dari ketiga kompetensi keahlian tersebut

kompetensi keahlian pemasaran memiliki jumlah siswa yang paling rendah. Jumlah siswa kompetensi keahlian pemasaran yang rendah tersebut menunjukkan bahwa kompetensi keahlian pemasaran memiliki peminat rendah apabila dibandingkan dengan kompetensi keahlian lain.

Sebagain besar responden mendapatkan perlakuan yang kurang baik dari kompetensi keahlian lain. Perlakuan tersebut seperti dianggap remeh, tidak ada kerjanya, hanya jualan saja, rajin dandan dan selalu ramai siswanya. Tidak semua siswa dari kompetensi keahlian lain memperlakukan kompetensi keahlian pemasaran kurang baik.

Pendapat siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran berbeda sebelum dan sesudah menjadi siswa kompetensi keahlian pemasaran. Pendapat siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran sebelum menjadi siswa kompetensi keahlian pemasaran adalah siswa beranggapan pemasaran hanya berjualan saja dan kerjanya menjadi sales. Sedangkan pendapat siswa setelah menjadi siswa kompetensi

keahlian pemasaran adalah siswa beranggapan pemasaran dapat membimbing menjadi wirausaha, membantu perusahaan memasarkan produknya dan peluang kerjanya banyak.

Kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran adalah menurun setiap tahunnya. Siswa kompetensi keahlian pemasaran lebih banyak didominasi oleh perempuan. Siswa laki-laki kurang berminat untuk masuk pada kompetensi keahlian pemasaran. Siswa laki-laki memiliki kecenderungan untuk masuk pada kompetensi keahlian teknik kendaraan ringan.

Kompetensi keahlian pemasaran masih banyak dibutuhkan. Banyak perusahaan yang masih membutuhkan karyawan lulusan SMK khususnya kompetensi keahlian pemasaran. Setiap perusahaan membutuhkan kompetensi keahlian pemasaran untuk menjual produknya. Mereka yang bukan jurusan pemasaran memutuskan untuk bekerja dibidang pemasaran karena peluang yang

paling dibutuhkan dunia kerja pada saat ini adalah bidang pemasaran.

Peluang kerja dibidang pemasaran yang lebih besar belum dapat mempengaruhi kecenderungan dalam pemilihan kompetensi keahlian pemasaran. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran pada siswa SMK Negeri Kabupaten Blitar. Siswa di SMK Negeri Kabupaten Blitar cenderung memilih kompetensi keahlian pemasaran sebagai pilihan yang terakhir karena mereka tidak mau disuruh berjulan, tidak keren karena tidak membawa laptop dan tidak diterima pada kompetensi keahlian lain.

Pemilihan kompetensi keahlian pemasaran dapat dilihat dari banyak faktor yang mempengaruhinya. Ada faktor yang berasal dari dalam diri siswa dan faktor yang berasal dari luar diri siswa. Faktor yang melatarbelakangi pemilihan kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar adalah faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal datang dari watak dan kebiasaan siswa dalam memandang suatu permasalahan dan memanfaatkan peluang yang baik. Faktor internal mencakup pengetahuan siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran dan keinginan siswa di masa depan. Faktor internal yang melatarbelakangi kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar terdiri dari motivasi, cita-cita dan minat.

Faktor eksternal berasal dari lingkungan dan orang yang terdekat dengan siswa. Mereka adalah seseorang yang dapat mempengaruhi pola pikir siswa. Siswa mengalami masa remaja yang masih membutuhkan seseorang yang dapat memberikan pendapat dalam memilih kompetensi keahlian pemasaran. Faktor eksternal terdiri dari keluarga, teman, lingkungan dan guru SMP.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dan hasil

analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar masih banyak yang memiliki persepsi yang negatif karena mereka gengsi memilih kompetensi keahlian pemasaran, terpengaruh oleh teman, dan masyarakat beranggapan kalau kompetensi keahlian pemasaran kerjanya hanya berjualan. Siswa di SMK Negeri Kabupaten Blitar cenderung memilih kompetensi keahlian pemasaran sebagai pilihan yang terakhir karena mereka tidak mau disuruh berjualan, tidak keren karena tidak membawa laptop dan tidak diterima pada kompetensi keahlian lain. Faktor yang melatarbelakangi kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran di SMK Negeri Kabupaten Blitar ada faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari motivasi, cita-cita dan minat. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari keluarga, teman, lingkungan dan guru SMP.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian di atas, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut. Sekolah perlu mengadakan promosi kepada calon peserta didik baru, sosialisasi tentang arti pentingnya pemasaran dan bidang pekerjaan yang cocok dengan kompetensi keahlian pemasaran, membatasi kelas kompetensi keahlian lain agar siswa dapat memilih kompetensi keahlian pemasaran dan bekerjasama dengan dunia usaha agar siswa langsung mendapatkan pekerjaan setelah lulus.

Penelitian ini hanya sebatas pada bagaimana persepsi siswa tentang kompetensi keahlian pemasaran, kecenderungan pemilihan kompetensi keahlian pemasaran dan faktor yang melatarbelakangi kecenderungan kompetensi keahlian pemasaran, sehingga perlu kajian lebih lanjut mengenai hal lain yang belum dibahas dalam penelitian ini. Sampel penelitian ini hanya siswa SMK Negeri 1 Panggungrejo Blitar belum memberikan data yang representatif karena Kabupaten Blitar memiliki 6

SMK Negeri yang tersebar di berbagai kecamatan, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut dengan objek yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Artini, I Dewa Ayu Juli, dkk. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA) sebagai Tempat Kuliah.(Online), (<http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJM/article/view/3386/2758>), diakses 9 Januari 2016.
- Daryanto. 2010. Panduan Proses Pembelajaran. Jakarta: AV Publisher.
- Elfiky, Ibrahim. 2015. Terapi Berpikir Positif. Terjemahan Khalifurrahman Fath & M. Taufik Damas. Jakarta: Zaman.

- Gunawan, Adi W. 2007. *The Secret of Mindset*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fisher, Alec. 2008. *Berpikir Kritis Sebuah Pengantar*. Terjemahan Benyamin Hadinata. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Nursa. 2011. Analisis Faktor Mempengaruhi Minat Memilih Jurusan. Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Gorontalo. (Online), (https://scholar.google.co.id/scholar?start=40&q=pemilihan+jurusan+smk&hl=id&as_sdt=0,5), diakses 9 Januari 2016.
- Hanushek, Woessmann dan Zhang. 2011. *General Education, Vocational Education, and Labor Market Outcomes Over The Life Cycle*. (Online), (<http://www.nber.org/papers/w17504.pdf>), diakses 15 Januari 2016.
- Ismaya, Bambang. 2015. *Bimbingan dan Konseling Studi, Karier, dan Keluarga*. Bandung: Refika Aditama.
- Kalla, Jusuf. 2015. SMK Diarahkan Menjadi Garda Depan Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). (Online), (<http://dapodiknews.blogspot.co.id/2015/03/jusuf-kalla-smk-diarahkan-menjadi-garda.html>), diakses 16 Januari 2016.
- Kuswana, Wowo Sunaryo. 2011. *Taksonomi Berpikir*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Prinsiples of Economics Pengantar Ekonomi Mikro Edisi 3*. Terjemahan Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat.
- Narmiadi, Purnomo. 2014. *Menyiapkan Wirausaha dan Tenaga Penjualan*. (Online), (<http://smkassulaimaniyyah.blogspot.co.id/2010/11/menyiapkan-wirausaha-dan-tenaga.html>), diakses 16 Januari 2016.
- Nofiyanti, Eva. 2011. *Faktor-Faktor Pendukung dalam Memilih Jurusan Busana pada Siswa*

- Kelas X SMKN 1 Pengasih Kulonprogo. (Online), (<http://eprints.uny.ac.id/27524/1/Eva%20Nofi%20055013241003.pdf>), diakses 9 Januari 2016.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2013 Tentang Kerangka Dasar dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/ Madrasah Aliyah Kejuruan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
- Renaldi, Brisma. 2009. Pola Pikir Pegawai Negeri Sipil. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Rintyastini, Yulita dan Charlotte S, Suzy Yulia. 2006. Bimbingan Dan Konseling SMP. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Salusu. 2015. Pengambilan Keputusan Strategik. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sarwono, Sarlito W. 2012. Pengantar Psikologi Umum. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2007. Pendekatan Penelitian Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Velde, Christine. 1999. An Alternative Conception of Competence: Implications for Vocational Education. (Online), (<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13636829900200087>), diakses 13 Januari 2016.
- Walgito, Bimo. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyati, Hilda. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa Memilih Jurusan Pemasaran di SMK N 3 Pontianak.(Online),



(<http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/6606/6839>), diakses 8 November 2015.

Wulandari, Indah Suci. 2012. Alasan Pemilihan Jurusan pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. (Online), (<http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/sosant/article/view/2303>), diakses 8 November 2015



National Conference On Economic Education

Agustus 2016

ISBN: 978-602-17225-5-8