

Wirausaha Muda Mandiri Sebagai Penggerak Ekonomi Bangsa

Shinta Ayu Purnamawati¹, Rahmawati Khadijah Maro², Sidik Sunaryo^{*3*}, M. Jihadi⁴,
Endah Lestari⁵

¹²³⁴ Universitas Muhammadiyah Malang

⁵Universitas Narotama

Email: sweetest_shinta@yahoo.com¹, rihawaj@gmail.com², sidik_sunaryo@yahoo.co.id^{3*}

*Corresponding Author: Sidik Sunaryo³

Info Artikel

Article History:

Received: October 15, 2021

Accepted: November 19, 2021

Published: November 28, 2021

Kata Kunci:

Pengabdian; Pendidikan;
Wirausaha

Keywords:

Community Service; Training;
Entrepreneurship,

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertemakan Pendidikan Kewirausahaan (Entrepreneurship) ini bertujuan untuk menciptakan wirausaha baru mandiri yang berbasis ipteks. Pemilihan tema dalam kegiatan pengabdian ini didasarkan pada kondisi faktual di masyarakat pada saat ini yang, menunjukkan angkatan kerja sangat tinggi yang tidak diimbangi dengan jumlah lapangan kerja sehingga berakibat pada tingginya angka pengangguran. Permasalahan yang dihadapi mitra sebagai Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Malang (SMK Muhammadiyah 2 Malang) adalah terbatasnya kegiatan diluar kurikulum yang menunjang wirausaha siswa, dan minimnya pengetahuan dan ketrampilan siswa mengenai seluk beluk wirausaha. Sehingga hal ini berakibat pada rendahnya alumni dan lulusan yang memilih wirausaha. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membentuk dan meningkatkan keterampilan wirausaha bagi peserta didik di lokasi Mitra. Target khusus yang ingin dicapai adalah terbentuknya komunitas siswa yang mandiri dan memiliki ketrampilan menjadi wirausaha mandiri. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk seminar yang dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan kewirausahaan. Mitra dalam kegiatan ini adalah SMK Muhammadiyah 2 Malang. Kegiatan diikuti oleh 110 peserta didik dan 15 orang guru dan Tenaga Kependidikan. Evaluasi dilakukan dengan pengisian kuesioner untuk mengetahui pemahaman peserta didik terkait pelaksanaan program dan juga melalui rekam hasil usaha sebelum dan setelah program pengabdian dilaksanakan. Hasil yang dicapai setelah dilaksanakannya program pengabdian ini adalah meningkatnya tingkat pemahaman dan ketrampilan peserta didik di bidang wirausaha, yang ditunjukkan dengan jumlah penjualan produk dan jasa wirausaha dilokasi mitra mengalami peningkatan.

Abstract

Independent Youth Entrepreneurs As A Driving Force fot The Nation's Economy

This community service took education entrepreneurship or edupreneurship as the theme which aims to create independent entrepreneurship based on science and technology. The reason of taking this theme was on the factual condition of the rising numbers of job seekers in Indonesia comparing to the unequal stock of job vacancies which impacting on the highest numbers of jobless. Vocational school, as a formal education institution in developing students' skills to work in their respective field, seems still focus on expanding students' cognitive skills regardless assisting them with supplementary skills to support their competence. Hence, the team had been collaborating with one of Vocational Schools in Malang, East Java in providing entrepreneurship trainings for students in order to train them to be a skilled independent entrepreneur; besides, with some trainings and personal assistance, students were expected to create entrepreneur community at school as a school entrepreneur training center. The series of trainings materials had been participated by 110 students and 15 teachers. At the end of training series, questionnaire was given to the participants to evaluate their understanding of presented materials and identify some obstacles while developing their startup business. The results showed that some students have started their own business or collaborative business with some teachers and the presented materials had been well-implemented in expanding their business.



Copyright ©2021 by Author(s);

This work is an open access article under the [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Memilih karir pasca menyelesaikan studi di Pendidikan formal merupakan hal yang sangat penting dipersiapkan. Budaya masyarakat saat ini masih sangat konvensional. Pekerjaan-pekerjaan di sektor formal menjadi primadona, sehingga mengabaikan sektor informal yang sebenarnya juga sangat menjanjikan. Pola pikir masyarakat tersebut membawa dampak sosial yang sangat besar, yaitu semakin tingginya angka pengangguran pada angkatan kerja dengan usia produktif. Sebuah Langkah pembaharuan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menciptakan lapangan kerja mandiri, berusaha mandiri, dan tidak mengandalkan upah atau pekerjaan dari orang lain. Namun menjalankan solusi ini tidaklah mudah. Wirausaha masih kerap dipandang sebelah mata dalam masyarakat kita, seorang wirausaha yang baru merintis karirnya sulit untuk mendapatkan kepercayaan dan tempat baik di masyarakat pada saat memasarkan produk usahanya maupun pada saat mengurus perijinan maupun saat mencari tambahan modal usaha.

Kondisi faktual di masyarakat tersebut berimbas kepada mitra yang merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan. SMK Muhammadiyah 2 Malang merupakan sekolah kejuruan yang kurikulumnya 70% menawarkan praktek dan mengasah ketrampilan. Target mitra adalah menghasilkan lulusan yang siap kerja baik berkarir sebagai karyawan maupun sebagai wirausaha. Untuk mencapai tujuan tersebut, mitra

mebutuhkan dukungan dari banyak pihak, baik masyarakat maupun *user* yang siap memperkerjakan lulusan/alumni. Terkait dengan lulusan yang siap berwirausaha dan menciptakan lapangan kerja, peminatnya jauh lebih sedikit dibandingkan dengan lulusan yang merencanakan bekerja pada orang lain. Mempertimbangkan kondisi tersebut, pengabdian mengidentifikasi kebutuhan mitra berupa *brainstorming* yang dapat merubah paradigma peserta didik agar tertarik menjalankan wirausaha mandiri. Saat ini sebagian dari kurikulum memadai bagi peserta didik untuk bisa membuka peluang usaha selepas tamat sekolah. Namun demikian sebagian besar peserta didik belum mempunyai bekal dan keberanian yang cukup untuk membuka usaha sendiri. Pendidikan dan ketrampilan yang diberikan oleh mitra hanya sebatas pada bidang tertentu, belum mengarah pada pembentukan jiwa wira usaha dan juga seluk beluk usaha. Karenanya mitra membutuhkan pelatihan dan pendampingan untuk peserta didik agar dapat mengenal lebih baik segala aspek wirausaha.

Jika pada program pengabdian sebelumnya Mitra telah mendapatkan pelatihan mengenai pembangunan mental dan karakter dalam rangka menghadapi era 4.0 bagi generasi muda, maka dalam kegiatan pengabdian kali ini akan lebih dikhususkan mengenai pembentukan mental wirausaha bagi peserta didik di lokasi Mitra. Menumbuhkan jiwa wirausaha dikalangan generasi muda merupakan hal krusial mengingat tingginya angka pengangguran dan pencari kerja serta dalam rangka mendukung program pemerintah yang mencanangkan 1000 lapangan pekerjaan bagi angkatan kerja dimasa usia produktif (Franita, 2016). Pelaksanaan program pengabdian ini diharapkan mampu mewujudkan tujuan pendidikan Mitra, menciptakan lulusan yang siap mandiri berwira usaha.

Program pengabdian masyarakat ini dirancang khusus untuk menumbuhkan jiwa wirausaha dan meningkatkan ketrampilan dibidang wirausaha, semisal dalam hal pengelolaan modal, penemuan ide kreatif, pemasaran, management resiko, hingga pengetahuan dan ketrampilan terkait administrasi hukum yang mendukung kegiatan wirausaha. Telah dipaparkan sebelumnya saat ini wirausaha menjadi angin segar dan *trending topic* dikalangan pencari kerja (Nurhayani et al., 2021). Berwirausaha memiliki nilai tersendiri karena pelaku wirausaha telah menunjukkan dirinya adalah boss bagi dirinya sendiri. Tidak perlu bekerja dibawah perintah orang lain dengan aturan-aturan yang seringkali mengekang dan memberatkan. Sisi lainnya adalah pelaku wirausaha telah menunjukkan bahwa dirinya memiliki kreatifitas tinggi hingga mampu membuka peluang usaha, bahkan lapangan kerja bagi orang lain serta mendapatkan *income* dari usaha yang dilakukan (Etika Sabariah, 2021).

Saat ini, ragam profesi dan bidang usaha semakin berkembang, salah satunya adalah wirausaha (Widnyana et al., 2019). Banyak orang yang menyebut dirinya adalah pengusaha atau wirausaha dengan hanya menjual produk di media sosial. Banyak istilah yang muncul untuk menyebut pengusaha sebagai pewirausaha, pedagang, atau bahkan tukang jualan, penjual, semua hanya soal istilah. Kewirausahaan didefinisikan sebagai

proses dimana individu mengejar peluang tanpa tergantung kepada sumber daya yang saat ini mereka kuasai untuk tujuan pemanfaatan barang dan jasa di masa depan. (Hutabarat, 2017) Seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki intensi atau niat keinginan untuk membuat suatu hal yang baru yang dapat menambah nilai kepada suatu produk atau jasa tidak hanya pada bentuk akhirnya namun juga pada proses-proses pendukungnya. (B.R Baringer & Ireland, 2016)

Sumbangan kewirausahaan terhadap pembangunan ekonomi suatu negara tidaklah disangsikan lagi. Suatu negara agar dapat berkembang dan dapat membangun secara ideal, harus memiliki wirausahawan sebesar 2% dari jumlah penduduk (PBB) (Perdagangan, 2020). Wirausahawan yang dimaksud adalah yang sesuai dengan kriteria memiliki keahlian profesional, memiliki karakter *entrepreneur* yang kuat, memiliki motivasi berprestasi tinggi (McClelland) dan kemampuan berinovasi (Drucker) serta kemampuan dalam berafiliasi atau membangun aliansi (Setiono, 2020). Kreatifitas adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan wirausaha. Berbagai ide bisnis bermunculan dan di diskusikan dalam berbagai forum pertemuan baik formal maupun informal. Seringkali ide-ide menarik muncul saat dalam kesulitan dan situasi yang sudah sangat menghimpit. Dari hal ini terlihat bahwa masyarakat kita justru merasa terpacu ketika dihadapkan pada suatu krisis yang berkepanjangan. Hal ini senada dengan pendapat yang dikemukakan David Fagin (Crouch, 2002), yang mengatakan bahwa sebagian besar tantangan dapat dihadapi dengan kreativitas. Tanpa kreativitas, problem jarang menjelma menjadi kesempatan. Paparan di atas menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat ini sangatlah penting untuk dilaksanakan di lokasi mitra, sebagai sekolah kejuruan yang target lulusannya harus memiliki keterampilan kerja.

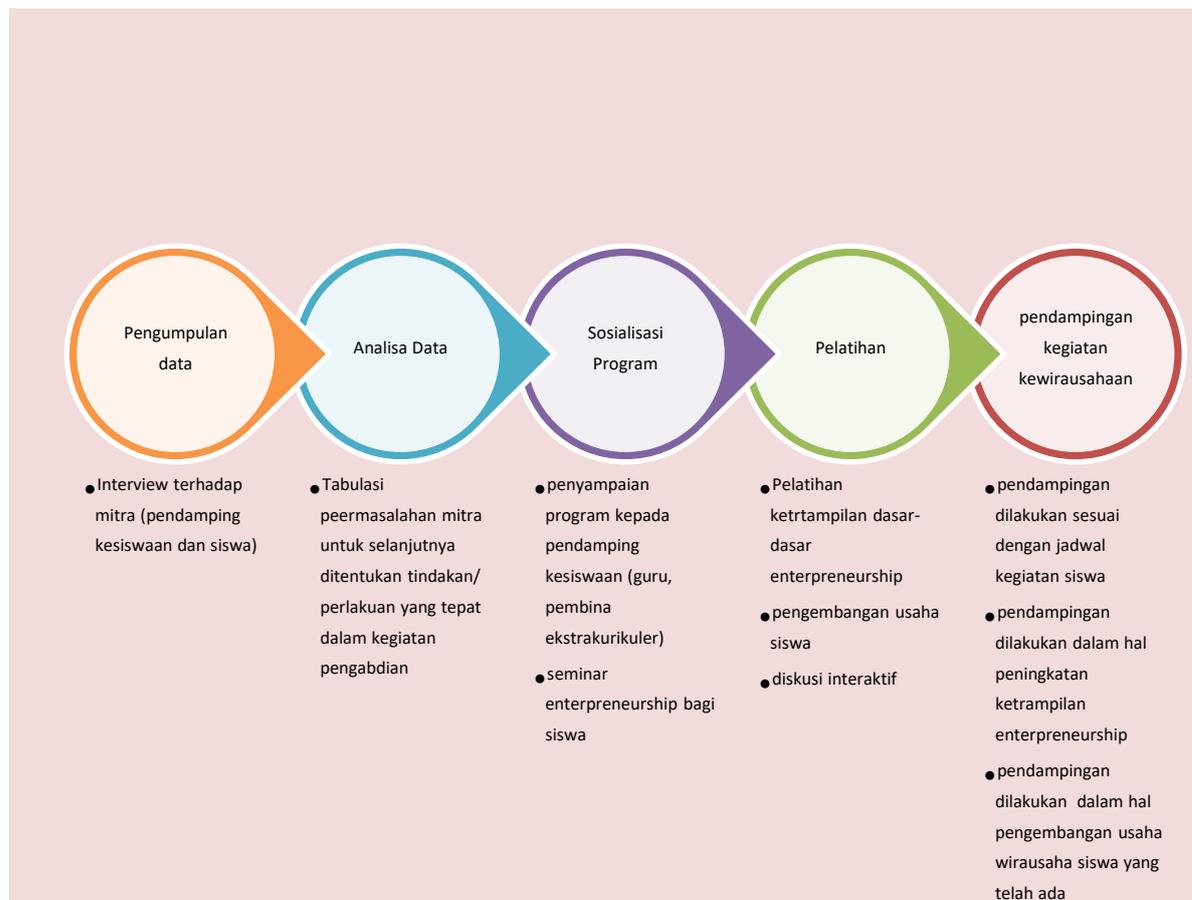
1. Rumusan Masalah dan Solusi

Permasalahan Mitra	Tawaran Solusi
<ol style="list-style-type: none">1. Terbatasnya kegiatan diluar kurikulum yang dapat menunjang keahlian siswa.2. Masih sedikit siswa yang dapat mengembangkan ketrampilannya menjadi kegiatan wirausaha selepas lulus dari sekolah.3. Rekam jejak alumni juga menunjukkan, untuk alumni yang tidak melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi,4. Kebanyakan masih menggantungkan mencari kerja, dan belum memiliki kepercayaan diri untuk membuka usaha sendiri.	<p>PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN</p> <p>(1) Pendampingan Manajemen Karir:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Start Up Businessb) Teknik Manajerialc) Teknik Negosiasi <p>(2) Komunitas Wirausaha Siswa</p>

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan mengenai hal-hal terkait wirausaha. Sebagai langkah awal, untuk memberikan informasi mengenai kewirausahaan, pengabdian memberikan sosialisasi. Sosialisasi ini dilakukan 2 kali pertemuan dengan tema pembahasan yang berbeda. Teknis sosialisasi, peserta dibagi menjadi 3 kelompok besar sesuai dengan tingkatan kelasnya pendampingan selanjutnya berisi paparan tema – tema pembahasan yang sebelumnya telah dirumuskan oleh tim pengabdian. Media yang digunakan dalam sosialisasi ini adalah pemutaran film pendek yang berisi testimoni wirausaha muda yang sukses dalam usahanya, ceramah dan diskusi untuk mengetahui dan memberikan *problem solving*. Setelah memberikan sosialisasi, untuk meningkatkan pemahaman peserta didik, pengabdian melakukan pelatihan wirausaha. Pelatihan wirausaha meliputi pembuatan *business plan*, menyusun rencana keuangan, teknik pemasaran usaha, penyusunan dokumen hukum, praktek penanganan konflik dalam usaha, dan juga pengelolaan manajemen usaha. Tahap akhir adalah pendampingan. Pendampingan dalam kegiatan pengabdian merupakan salah satu upaya efektif menumbuhkan kesadaran dalam komunitas sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai (Esfandiari, 2021). Dalam pendampingan wirausaha ini, peserta dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil, kemudian masing – masing kelompok dalam waktu yang telah ditetapkan diminta untuk melakukan pengembangan usaha wirausaha siswa yang telah ada. Kegiatan ini dilakukan dengan *monitoring* dan evaluasi dari pengabdian.

Deskripsi singkat tentang profil mitra dapat digambarkan yakni SMK Muhammadiyah 2 Malang (selanjutnya disebut dengan Mitra) adalah Sekolah Menengah Kejuruan di Kota Malang. Dalam kegiatan ini, diikuti sebanyak 101 peserta didik di lokasi Mitra, 15 orang guru dan tenaga kependidikan, dengan jumlah anggota pengabdian 4 orang. Pembagian kelompok saat sosialisasi mengikuti tingkat kelas masing – masing yaitu kelas X, XI, dan XII. Sedangkan kelompok kecil saat kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan cara membagi kelas menjadi beberapa kelompok, dalam 1 kelompok terdiri dari 4-5 siswa. Berikut ini adalah bagan yang menggambarkan tahapan kegiatan pelaksanaan pengabdian:



Gambar 1. Bagan Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Peningkatan Kapasitas Wirausaha Muda Mandiri Sebagai Penggerak Ekonomi (Studi di SMK Muhammadiyah 2 Malang)

Materi kegiatan dalam program pengabdian ini meliputi:

1. Menggali ide kreatif berwirausaha;
2. Strategi Pengembangan usaha;
3. Teknik Managerial;
4. Management resiko dan penanganan konflik;
5. Menggapai Kinerja Unggul dan Motivasi diri.
6. Penyusunan dan pengelolaan bahan hukum (ijin usaha, pendaftaran usaha, pendaftaran mereka dan hak cipta, produk halal, dan juga materi perjanjian sederhana)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan program pengabdian ini, Mitra menghendaki beberapa tema pelatihan dan pendampingan, menyesuaikan dengan kebutuhan Mitra. Dalam kegiatan entrepreneurship, Mitra memiliki produk unggulan berupa Minuman Herbal dalam kemasan, Kunyit Asam. Produk lainnya adalah *softener*, pewangi pakaian, detergen cuci piring, jasa jahit, jasa catering, dan kuliner, serta jasa pelayanan hantaran nikah. Kendala

yang dihadapi mitra terkait dengan usahanya ini adalah: keterbatasan dalam hal produksi, karena terbatasnya peralatan produksi, dan juga pemasaran yang terbatas. Produk usaha Mitra belum maksimal dalam hal pemasaran, karena Mitra belum memiliki sertifikat kelayakan uji laboratorium yang menentukan kadaluwarsa produk. Sehingga beberapa relasi dan konsumen dari Mitra tidak dapat menerima produk Mitra dalam jumlah besar. Produksi yang dilakukan oleh Mitra juga terbatas, tidak dalam jumlah besar (*made by order*) dan tidak ada stok produksi. Sehingga keuntungan menjadi tidak maksimal, karena biaya produksi yang tinggi.

Sosialisasi diikuti oleh 110 peserta, yang meliputi 95 siswa - siswi kelas X - XII, dan 15 orang guru pendamping. Tema yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

1. *Branding Product* & Rekeyasa Pemasaran Melalui Media Online
2. Manajemen Resiko Wirausaha Mandiri
3. Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (*From Zero to Hero*)

Teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan secara luring dengan jadwal sebagai berikut:

Tahap 1: Pra Kegiatan (Inventarisir Masalah)

Tabel 1. Jadwal Pra Kegiatan

Inventarisir Masalah Kewirausahaan dan Pendampingan Guru dan Tenaga Pendidik		
Waktu	Materi	PIC
08.00 - 09.00	Peer Group Penyusunan DIM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tim Pengabdi ▪ Guru dan Tendik
09.00 - 11.00	Problem Solving	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Team Pengabdi



Gambar 2 : *Peer Group* Penyusunan DIM dan Penyampaian *Problem Solving*

Tahap 2: Kegiatan



Gambar 3. Sosialisasi Materi Kewirausahaan



Gambar 4. Pendampingan (Monitoring dan Evaluasi Kegiatan)

Kegiatan Sosialisasi Kewirausahaan dan Aspek Hukumnya

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan mengelompokkan menjadi 3 kelas dengan rangkaian acara sebagai berikut:

Tabel 2. Jadwal Kegiatan Sosialisasi

KELAS A	
Waktu	Materi
08.00 – 08.45	Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (<i>From Zero To Hero</i>)
08.45 – 09.30	Manajemen Resiko Wirausaha Mandiri
09.30 – 10.15	<i>Branding Product</i> & Rekayasa Pemasaran Melalui Media Online Management Usaha dan Sumber Daya
10.15 – 11.00	Prosedur Hukum Kelayakan Usaha (Merk, BPOM, Hak Cipta)
11.00 – 11.45	Quality Control & Perlindungan Konsumen pasca produksi
KELAS B	
Waktu	Materi
08.00 – 08.45	<i>Quality Control</i> & Perlindungan Konsumen pasca produksi
08.45 – 09.30	Prosedur Hukum Kelaikan Usaha (Merk, BPOM, Hak Cipta)
09.30 – 10.15	Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (<i>From Zero To Hero</i>)
10.15 – 11.00	Manajemen Resiko Wirausaha Mandiri
11.00 – 11.45	<i>Branding Product</i> & Rekayasa Pemasaran Melalui Media Online Manajemen Usaha dan Sumber Daya
KELAS C	
Waktu	Materi
08.00 – 08.45	Management Usaha dan Sumber Daya
08.45 – 09.30	<i>Quality Control</i> & Perlindungan Konsumen pasca produksi
09.30 – 10.15	Prosedur Hukum Kelaikan Usaha (Merk, BPOM, Hak Cipta)
10.15 – 11.00	Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (<i>From Zero To Hero</i>) Management Resiko Wirausaha Mandiri
11.00 – 11.45	<i>Branding Product</i> & Rekayasa Pemasaran Melalui Media Online

Hasil Kegiatan Sosialisasi Kewirausahaan dan Aspek Hukumnya

Hasil yang dicapai dari kegiatan ini berdasarkan observasi dan questioner yang disebarakan kepada peserta menunjukkan:

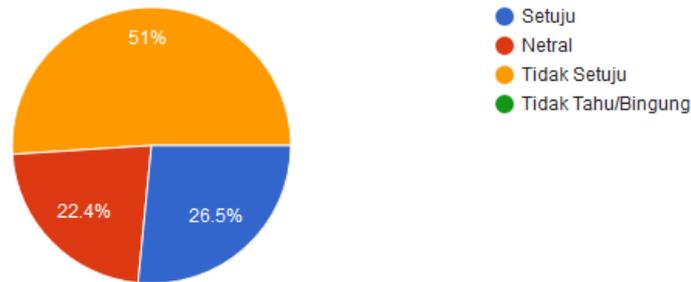


Diagram 1. *Independent*: Banting setir saat gagal usaha

ss

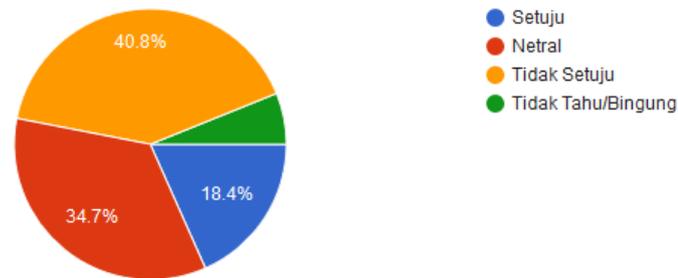


Diagram 2. *Honesty*: Harga jual dinaikkan saat untung besar

Diagram 1 adalah sebuah studi kasus tentang nilai kemandirian atau *independent*, yaitu ketika seorang pebisnis muda dihadapkan pada sebuah realita pengambilan keputusan ketika harus segera banting setir ke usaha lain saat usaha yang dirintis mengalami kerugian. Ada 51% atau lebih dari setengah respondent menjawab tidak Setuju dan sebanyak 22,4% dan 26,5% menyatakan netral dan setuju. Dilain sisi ketika siswa dihadapkan pada nilai *Honesty* atau kejujuran (Diagram 2) dimana ketika mereka harus mengambil keputusan disaat kondisi keberuntungan bisnis, yaitu ketika harga jual dinaikkan setingginya akibat dari permintaan pasar yang tinggi, sebanyak 40.8% siswa menyatakan ketidak setujuan. Namun, angka 34,7% (hampir mendekati responden tidak setuju) menunjukkan sikap netral (sikap bisa ya dan tidak) sebanyak 34.7% dan hanya 18% responden yang memastikan kesetujuan sikap mereka.

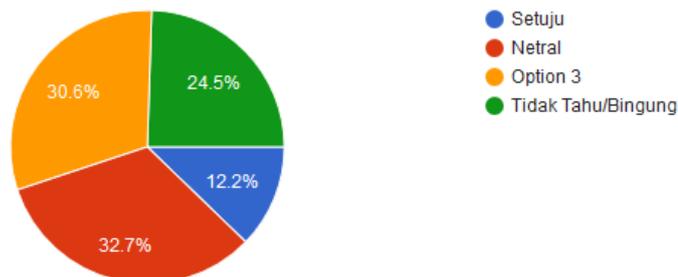


Diagram 3. *Responsibility*: Andil dalam Pengabdian

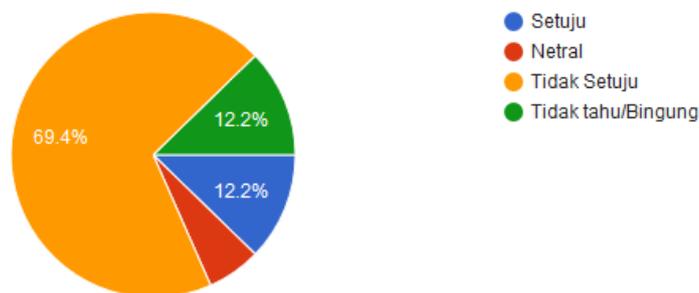


Diagram 4. Strategic Risk: Monitoring dan Evaluasi Kinerja Usaha

Salah satu kewajiban yang wajib dimiliki seorang pegiat usaha adalah sikap tanggungjawab (Watusseke, 2019). Jika dihadapkan pada tanggungjawab akan usaha sendiri pastilah jawabannya tentu saja, namun bagaimana jika dihadapkan pada kondisi dimana jika sebagai pebisnis muda, pemerintah meminta bantuan seorang *businessman* muda yang sukses untuk memberikan tips mengembangkan komunitas usaha anak muda. Namun sikap yang diberikan adalah penolakan dengan pertimbangan buang-buang waktu dan tidak memiliki keuntungan pemasukan bisnis. Terdapat 32,7% menyatakan sikap netral, 30,6% memberikan sikap tidak setuju dan 24% bingung/ragu/tidak dapat memberikan pilihan dengan kondisi ini. Sementara 24,5% memberikan jawaban tidak setuju dan hanya 12% yang memilih setuju. Ternyata studi kasus berupa *Responsibility/Tanggungjawab* adalah aspek yang menarik karena responden memberikan jawaban yang tidak jauh berbeda antara pilihan. Terlebih jika diarahkan pada sikap menolong sesama sehingga ungkapan *business is business* dikesampingkan sementara waktu.

Diantara kelima nilai-nilai dalam berwirausaha ada beberapa strategi berwirausaha yang wajib diketahui dan dimiliki oleh perintis usaha baru, yaitu strategi berwirausaha. Salah satunya adalah *strategic risk* (Dewi, 2017). *Strategic Risk* adalah sebuah teknik yang mengedepankan upaya mengatasi berbagai permasalahan dalam berbisnis seperti ketepatan dalam mengambil keputusan, upaya dalam menghadapi kegagalan, strategi ketika tidak adanya SOP kerja, monev, dan audit usaha. Penerapan teknologi tepat guna pada masyarakat akan meningkatkan produktifitas proses yang dilakukan (Catur Harsito, 2021). Diagram 4 menjelaskan tentang studi kasus Ketika seorang pebisnis muda melihat adanya progress dalam usaha yang dirintis dimana tidak terlihat/tidak nampak kerugian usaha, maka sikap yang bisa diambil adalah dengan tidak perlu melakukan monitoring dan evaluasi terhadap usaha rintisan. Sangat menarik ternyata sebanyak 69,4% partisipan tidak setuju dengan sikap tersebut, hanya sejumlah 12,2 responden yang masing-masing menyatakan sikap setuju dan ragu - ragu.

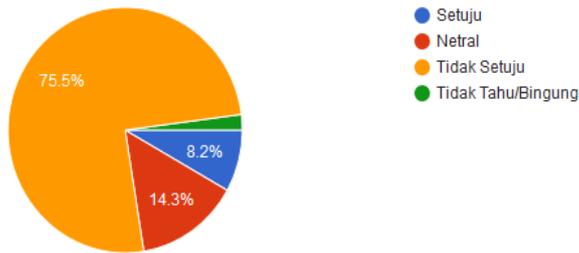


Diagram 5:
Mengubah jenis usaha ketika rugi

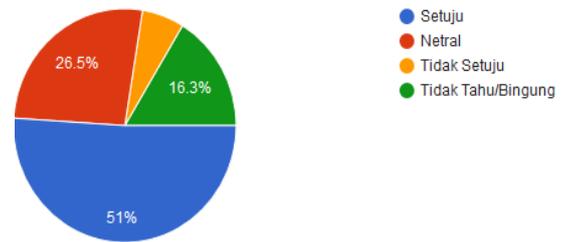


Diagram 6:
Sikap Mentolerir Kerugian

Diagram 5 adalah sebuah studi kasus yang menguji kesiapan dalam menghadapi resiko usaha yaitu sikap yang diambil ketika mengalami kerugian dan modal usaha belum kembali adalah dengan segera mengganti jenis usaha yang ditekuni agar tidak terjadi kerugian lagi. Sangat menarik respon yang diberikan para siswa di lokasi Mitra ternyata lebih dari setengah responden atau sebanyak 75,5% responden menyatakan sikap ketidaksetujuan dengan tetap bersikukuh untuk meneruskan usaha yang dijalankan. Dan sikap tetap pada pendirian meneruskan usaha pertama diikuti dengan bukti pada Diagram 6 yaitu dengan sikap mentolerir kerugian yang didapatkan oleh setengah responden (51%) walaupun sebanyak 26,5% responden memilih netral dan yang lain tidak setuju dan bingung.

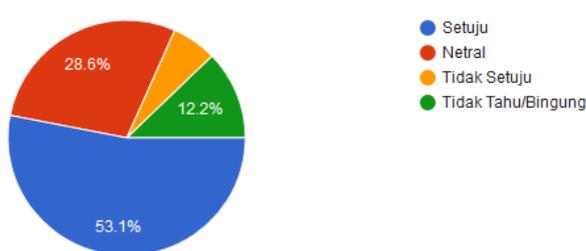


Diagram 7. Pemahaman Perdagangan Berjangka

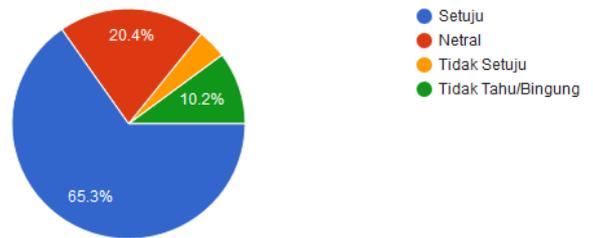


Diagram 8. Manfaat Positif Asuransi

Salah satu risiko dalam berwirausaha adalah mengalami kerugian (Syafariah, 2016), dan untuk mengantisipasi kerugian, hal yang perlu dilakukan adalah melakukan perdagangan berjangka. Sangat menarik ketika diketahui bahwa siswa SMK dapat memahami apa yang disebut sebagai perdagangan berjangka. Sehingga dalam mengisi kuisisioner pemahaman, Diagram 7 menunjukkan bahwa setengah dari responden (53,1%) menyatakan persetujuan mereka dan hanya 28,6% netral dan 12,2% persen lainnya menyatakan ketidaktahuan dengan konsep perdangan berjangka. Sementara itu, solusi dalam mengantisipasi resiko usaha adalah dengan menggunakan jasa asuransi. Sebanyak 65,3% siswa SMK ini menunjukkan sikap persetujuan siswa akan keefektifan asuransi dalam melindungi usaha, sementara sebanyak 20,4% lebih condong dengan bersikap netral dan sisanya adalah bersikap tidak tahu dan tidak setuju.

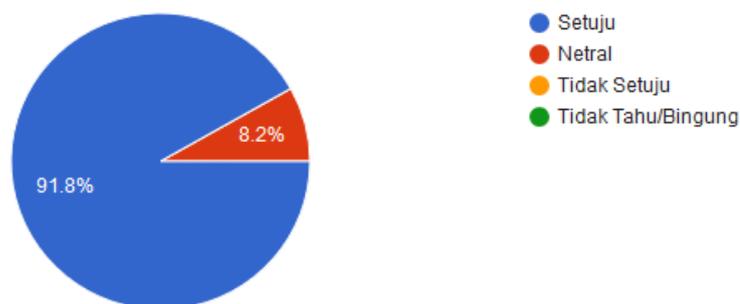


Diagram 9. Merintis Usaha Melalui Hobi

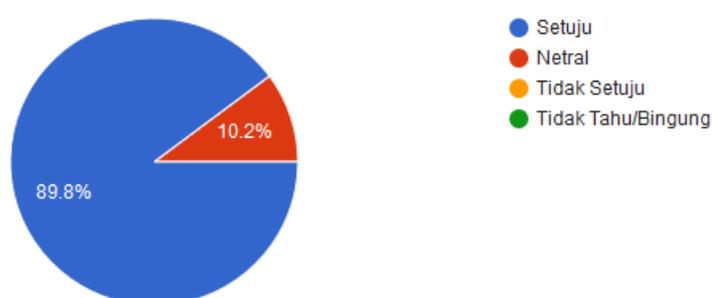


Diagram 10. Branding Produk dengan Nama yang Mudah

Pada sesi pendampingan produk dan rekayasa pemasaran online diawali dengan menyajikan tontonan video seorang pengusaha muda kripik ternama yang mengawali usahanya dari nol yang hingga kemudian anak muda ini berhasil meraup puluhan juta pendapatan bersih dari hasil penjualannya setiap bulan. Tujuan dari menonton video perjalanan hidup seorang pengusaha muda *Kripik Maicih* adalah sebagai inspirasi dan motivasi bagi siswa SMK bahwa mereka pun bisa menjadu seorang *start up*. Dan sebuah usaha itu dirintis tidak dengan jalan yang mulus tetapi ada tahapan berat diawal.

Branding produk dan rekayasa pemasaran online memberikan informasi tentang bagaimana memberikan nama jual pada sebuah produk sehingga konsumen secara auditori konsumen memiliki rasa ketertarikan dengan produk yang ditawarkan (Matin Bin Salman et al., 2021). Sebagai contoh dalam simulasi penamaan sebuah produk, siswa pertama kali diajak untuk mengidentifikasi hobi mereka, kemudian siswa diajak untuk membuat sebuah usaha dari hobi mereka. Salah satu siswa memberikan contoh hobi mencoba kuliner bernama *mendol* (olahan tempe yang dibentuk lonjong dan digoreng dengan rasa gurih). *Mendol* yang merupakan kuliner tradisional ini agar memiliki nilai jual dan berbeda diberi nama *mendol lonjong*. Pemberian nama yang cukup *simple* dan disamakan dengan bentuk dari *mendol* tersebut.

Simulasi ini ternyata hasil pemahaman siswa dalam materi branding produk dan rekayasa *online*, ditunjukkan dengan hasil yang memuaskan, seperti pada Diagram 9 mengenai manfaat menyalurkan hobi sebagai cikal bakal sibentuknya sebuah usaha. Sebanyak 91,9% menyatakan persetujuan bahwa usaha dapat diawali dari sebuah hobi dan sebesar 89,8% responden (Diagram 10) menyetujui jika *branding* produk dengan nama yang mudah dapat menyentuh auditori konsumen untuk mencoba.

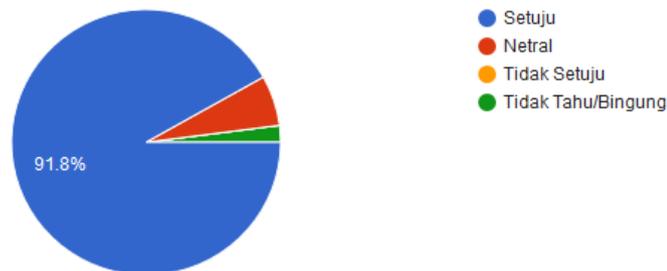


Diagram 11. Nama Unik Menarik Pangsa Pasar

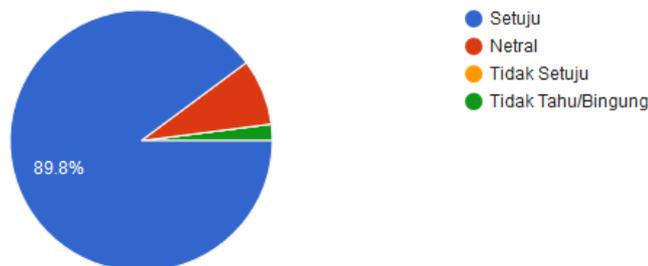


Diagram 12. Teman adalah target market terdekat

Kepercayaan diri siswa bahwa dengan nama yang unik dalam pemasaran produk seperti pada Diagram 10 membawa siswa untuk tetap meyakini bahwa nama unik sebuah produk dapat membawa rasa penasaran konsumen untuk mencoba produk yang dipasarkan. Ini terbukti dengan sebanyak 91,8% (diagram 11) responden memilih setuju. Sementara cara efektif dan sederhana dalam upaya pemasaran adalah melalui teman dekat, yaitu bisa melalui sosial media mereka atau melakukan penawaran secara langsung. Ini terbukti pada Diagram 12 sebanyak 89,8% responden menyetujui bahwa teman dekat adalah target market terdekat mereka.

Melalui program pengabdian ini, diharapkan siswa dan Mitra semakin memahami pentingnya strategi bisnis, untuk mengembangkan usaha dan memperkuat kemampuan usaha. Strategi ini merupakan suatu kegiatan dalam melakukan pendekatan yang terukur dan sistematis sebagai wujud tanggung jawab dalam menjalankan usaha. (Aditya Nugraha Pratamahanu, 2021). Dengan telah diselenggarakannya program pengabdian ini, diharapkan siswa di sekolah Mitra dapat menjadi seorang wirausahaan yang handal dan memiliki jiwa entrepreneur yang tangguh. Seorang wirausaha memiliki karakter yang berani, kreatif, dan inovatif. Merubah pola pikir dan sikap perilaku seseorang tidak mudah. Perlu program yang benar-benar dapat menstimulus mereka sehingga mereka dapat langsung berespons. (Grace Jenny Soputan, 2021)

Thomas W. Zimmerer (Norman, 2005) merumuskan manfaat berkewirausahaan, sebagai berikut:

- a. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri. Memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis akan mencoba memenangkan hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan bisnisnya guna mewujudkan cita-citanya.
- b. Memberi peluang melakukan perubahan. Semakin banyak pebisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk dapat melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai untuk keluarga atau mendirikan program daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas. Pebisnis kini menemukan cara untuk menggabungkan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dan sosial dengan harapan untuk dapat menjalani kehidupan yang lebih baik.
- c. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya. Banyak orang menyadari bahwa bekerja disuatu perusahaan sering kali membosankan, kurang menantang dan tidak ada daya tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi seorang wirausahawan. Bagi mereka, tidak banyak perbedaan antar bekerja dan menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki seorang wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual, dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.
- d. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin. Walau pada tahap awal uang bukan daya tarik utamabagi wirausahawan, keuntungan berwirausaha merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri. Kebanyakan pebisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan dari mereka yang memang menjadi berkecukupan. Hampir 75 persen yang termasuk dalam daftar orang terkaya merupakan wirausahawan generasi pertama. Menurut hasil penelitian Thomas Stanley dan William Danko, pemilik perusahaan sendiri mencapai dua pertiga dari jutawan Amerika Serikat. "Orang-orang yang bekerja memiliki perusahaan sendiri empat kali lebih besar peluangnya untuk menjadi jutawan dari pada orang-orang yang bekerja untuk orang lain atau menjadi karyawan perusahaan lain".
- e. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya. Pengusaha kecil atau pemilik usaha kecil sering kali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan paling dipercaya. Kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari



pelanggan yang telah dilayani dengan setia selama bertahun-tahun. Peran penting yang dimainkan dalam sistem bisnis di lingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi 19 sosial dan ekonomi nasional merupakan imbalan bagi para majer perusahaan kecil.

- f. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya. Hal yang disarankan oleh pengusaha kecil atau pemilik perusahaan kecil adalah bahwa kegiatan usaha merekasesungguhnya bukanlah kerja. Kebanyakan wirausahawan yang berhasil memilih masuk dalam bisnis tertentu, sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Mereka menyalurkan hobi atau kegemaran mereka menjadi pekerjaan mereka dan mereka senang melakukannya. Wirausahawan harus mengikuti nasihat Harvey McKey. Menurut McKey, "Carilah dan dirikan usaha yang Anda sukai dan Anda tidak akan pernah merasa terpaksa harus bekerja seharipun dalam hidup Anda." Hal yang menjadi penghargaan besar bagi pebisnis/wirausahawan bukanlah tujuannya, melainkan lebih kepada proses dan perjalanannya. (Basrowi, 2011)

KESIMPULAN

Tantangan bagi generasi muda di era milenial adalah kreatifitas yang tidak terbatas. Belajar tidak lagi harus didalam kelas namun akan lebih cepat menguasai jika dibarengi dengan praktek langsung. Ilmu tidak lagi ada dalam buku, namun terjun langsung dan terlibat langsung di masyarakat merupakan sebuah pembelajaran yang lebih berarti. Tantangan untuk menjadi entrepreneur adalah kreatifitas dan keberanian dalam membangun sebuah usaha mandiri. Kemampuan membaca, dan menciptakan peluang usaha menjadi modal utama. Tantangan sekaligus peluang dunia kewirausahaan adalah perkembangan teknologi digital. Perkembangan teknologi memberikan peluang besar untuk melakukan ekspansi yang tidak hanya dipasar local namun juga pasar nasional, bahkan internasional. Pelajar SMK merupakan anak muda dalam usia produktif yang perlu untuk didukung dan dimotivasi untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan. Oleh karena itu sangat penting untuk selalu melakukan up-grade terkait pengembangan kurikulum wirausahaan sebagai salah satu pelajaran di sekolah. Pelajaran kewirausahaan juga tidak dapat berdiri sendiri, tetapi harus menjadi muara dan terintegrasi dengan mata pelajaran lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Nugraha Pratamahanu, R. H. (2021). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Bersaing pada PT. Cahaya Interfreight Cargo. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 21.
- B.R Baringer & Ireland, R. (2016). *Entrepreneurship*. Edinburgh: Pearson.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Catur Harsito, A. M. (2021). Penerapan Teknologi Tepat Guna Sebagai Peningkatan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 3.
- Crouch, V. (2002). *Buku Saku Para CEO*. Jakarta: Harvest Publication House.
- Dewi, S. M. (2017). *RESIKO YANG DIHADAPI SEORANG WIRAUSAHA*. Retrieved from Undergraduate Program, Business Creation: <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2017/03/resiko-yang-dihadapi-seorang-wirausaha/>
- Etika Sabariah. (2021). Strategi Mempertahankan Energi Dinamis Suatu Wirausaha Pada Perubahan Fenomena Khususnya Fenomena Pandemic Covid 19 Berbasis Pengetahuan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1). <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.111>
- Esfandiari, F. dkk. (2021). Pendampingan Akad dan Sertifikasi Halal MUI serta Edukasi Jaminan Produk Halal pada Minuman Cangloh di Mergosono Kota Malang. *Dedikasi Hukum*, 1(2), 1-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.2229/jdh.v1i2.17607>
- Etika Sabariah. (2021). Strategi Mempertahankan Energi Dinamis Suatu Wirausaha Pada Perubahan Fenomena Khususnya Fenomena Pandemic Covid 19 Berbasis Pengetahuan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1). <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.111>
- Franita, R. (2016). Analisa Pengangguran Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(12).
- Grace Jenny Soputan, N. C. (2021). Strategi Membentuk Wirausaha Baru di Kampus. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 51.
- Hutabarat, Z. (2017). Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Wirausahawan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 22.
- Matin Bin Salman, A., Doktor Manajemen Pendidikan Islam, P., & Surakarta, I. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V7I2.2649>
- Norman, T. W. (2005). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil (Terjemahan)*. Jakarta: Scarbrough.
- Nurhayani, Muhammad Akbar, Damayanti, Rahmatullah, & Syarigawir. (2021). Kewirausahaan Ditengah Revolusi Industri 4.0: Teori Dan Konsep Tinjauan Ekonomi Islam. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v6i1.586>
- Perdagangan, K. P. (2020). Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara Maju.
- Setiono, L. H. (2020). *Risiko Wirausahawan dalam Pengembangan Bisnis*. Esfandiari, F. dkk. (2021).
- Syafariah, A. (2016). PENGARUH RISIKO BISNIS DAN RISIKO FINANSIAL TERHADAP RISIKO SISTEMATIS SAHAM INDUSTRI MANUFAKTUR. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 1(2), 82-89. <https://doi.org/10.32897/JSIKAP.V1I2.50>

- Watuseke, J. (2019). TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN KARENA PENGARUH IKLAN. *LEX PRIVATUM*, 7(4), 108-118. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/26870>
- Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2019). PENGARUH PEMBERIAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN DAN PELATIHAN WIRAUSAHA TERHADAP MINAT WIRAUSAHA EKONOMI KREATIF PADA MAHASISWA UNMAS DENPASAR. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1).