
PENGUATAN ENTREPRENEURSHIP SISWA SISWI SMKN 6 SUKOHARJO SEBAGAI CALON ENTREPRENEUR MUDA

Heni Susilowati*¹, Erlinda Sholihah², Titin Hargyatni³, Erwan Nurhidayat⁴, Jaelani⁵, Pemilia Sulistowati⁶, Kusna Djati Purnama⁷

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern

¹⁻⁷Program Studi Manajemen

*e-mail: heni@stiestekom.ac.id

Abstrak

Lulusan SMK yang diharapkan memiliki kualifikasi pengetahuan, kecakapan dan keahlian ternyata masih banyak kendala dan tantangan. Ada kesenjangan (gap) antara pengetahuan dan ketrampilan para lulusan SMK dengan spesifikasi keahlian yang diminta dunia kerja. Pemerintah terus mendorong akselerasi pengembangan ekosistem kewirausahaan untuk mempercepat pemulihan dan pembangunan ekonomi. Perguruan tinggi dapat berkontribusi dalam meningkatkan minat siswa SMK terhadap entrepreneurship berdasarkan pengetahuan dan inovasi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM) melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk mengedukasi pentingnya pengenalan entrepreneurship kepada siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo. Penguatan kewirausahaan yang efektif dilakukan diharapkan dapat meningkatkan kecakapan siswa siswi sebagai calon entrepreneur muda dengan memberikan penyuluhan membahas penilaian diri sebagai modal entrepreneurship, cara berkomunikasi yang efektif dalam berbisnis, rencana bisnis model canvas, strategi berbisnis di era digital dan modal usaha untuk keberlangsungan bisnis.

Kata kunci: kewirausahaan, penilaian diri, komunikasi bisnis, bisnis model canvas, strategi bisnis, modal usaha

Abstract

Vocational High School's (SMK) graduates, who are expected to have the qualifications of knowledge, skill, and expertise, are likely facing several obstacles in this digital era. There is a discrepancy (gap) between the knowledge and skill of SMK's graduates that is different from the specifications demanded by the world of work. The government continues to encourage the ecosystem of entrepreneurship to accelerate economic recovery and development. The university's contributions are expected to increase vocational students' interest in entrepreneurship based on knowledge and innovation. The College of Economics for Modern Economic Studies (STIE STEKOM) conducts community service to educate the importance of introducing entrepreneurship for Sukoharjo Sixth Vocational High School's (SMKN 6 Sukoharjo) students. The effectiveness of entrepreneurship strengthening, is expected to increase the ability of students as prospective young entrepreneurs by providing counseling discussing self-assessment's reflection as an entrepreneurial capital, effective ways of communicating in business, the business model canvas, business strategies in the digital era, and venture capital for business continuity.

Keywords: entrepreneurship, self assessment, business communication, canvas business model, business strategy, ventura capital

1. PENDAHULUAN

Roda perekonomian di masa depan menjadi tanggungjawab bersama termasuk generasi muda yang masih sekolah di bangku SMA/SMK. Hingga saat ini, harapan kepada lulusan SMK agar memiliki keahlian sesuai tuntutan dunia kerja masih banyak tantangan dan kendala. Tingkat pengangguran terbuka (TPT) lulusan SMK berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) terdapat jumlah angka sebanyak 1.381.964 jiwa [1]. Pengangguran ini merupakan masalah universal yang terjadi diberbagai negara tidak terkecuali Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa kualifikasi pengetahuan, kecakapan dan keahlian lulusan SMK belum sepenuhnya seperti yang diharapkan. Ada kesenjangan (gap) antara pengetahuan dan ketrampilan para lulusan SMK dengan spesifikasi

keahlian yang diminta dunia kerja [2]. Oleh karena itu salah satu cara yang dapat ditempuh untuk mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia adalah dengan berwirausaha.

Sensus penduduk tahun 2020 menunjukkan bahwa penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi muda yang dikenal dengan generasi Z. Mereka lahir antara tahun 1997-2012 sejumlah 74,93 juta (27,94%) dari total jumlah penduduk Indonesia. Generasi Z berusia antara 8 - 23 dan diperkirakan 7 tahun lagi akan memasuki usia produktif, yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi [3]. Lulusan SMK termasuk dalam generasi Z, dimana dikelilingi oleh teknologi digital sejak kecil disebut generasi internet dan pemuda jaringan. Mereka memiliki sinkronisasi keterampilan motorik tertinggi seperti tangan, mata, telinga, dan lain-lain. Diharapkan dari mereka untuk menjadi sangat berkualitas, ahli, dan inventif [4]. Selain itu, Generasi Z juga merupakan generasi yang sadar sosial dibandingkan dengan generasi sebelumnya dan lebih fokus pada keberagaman [5]. Dari generasi Z ini diharapkan bisa lahir wirausaha-wirausaha muda yang mampu membuat perubahan dan dapat menjadi pelopor bukan hanya sekadar mengikuti tren yang sudah ada, akan tetapi dapat menciptakan hal-hal yang baru di masyarakat. Untuk menjadi wirausaha muda yang sukses diperlukan tiga kompetensi utama yaitu pengetahuan, ketrampilan dan sifat kewirausahaan [6]. Ketiga kompetensi tersebut saling berkaitan dan bila tidak memiliki tiga kompetensi tersebut akan gagal menjadi wirausaha sukses.

Dalam perekonomian negara, *entrepreneurship* (kewirausahaan) dapat menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja, sehingga membantu menurunkan tingkat pengangguran. Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan membudayakan Kewirausahaan telah lama dicanangkan melalui Intruksi Presiden No.4 pada tanggal 30 Juni tahun 1995. Tujuannya untuk membentuk mental kewirausahaan bagi generasi muda penerus bangsa. Jiwa *entrepreneurship* sangat diperlukan untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan kewirausahaan. Pemerintah terus mendorong akselerasi pengembangan ekosistem kewirausahaan dalam rangka mencapai target rasio kewirausahaan nasional sebesar 3,95% di tahun 2024 [7]. Dikarenakan Indonesia masih membutuhkan wirausahawan untuk mempercepat pemulihan dan pembangunan ekonomi. Komposisi jumlah penduduk yang didominasi generasi Z memungkinkan Indonesia berpotensi besar dalam tumbuhnya kewirausahaan. Konsep kewirausahaan, dipandang sebagai fenomena tingkat perusahaan, mengarah pada perilaku bisnis, pengambilan risiko, inovasi, dan pembuatan strategi proaktif [8]. Pemberian pendidikan kewirausahaan yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kecakapan berusaha, seperti mampu mengambil inisiatif, memiliki intuisi dalam memecahkan masalah, membangun jejaring, meraih peluang dan mampu berpikir strategis. Kecakapan berusaha tersebut harus diimbangi dengan kematangan emosional, intelektual, sosial dan mewujudkan ide secara nyata. Sudah selayaknya Generasi Z khususnya para siswa SMK dapat memanfaatkan peluang yang baik. Laporan Global Entrepreneurship Index (GEI) 2018 menyatakan bahwa berbagai kondisi yang mendukung tumbuh kembangkan kewirausahaan, secara otomatis juga akan menumbuhkembangkan kegiatan perekonomian secara keseluruhan. Pengembangan kewirausahaan dikalangan generasi muda sebagai penerus masa depan bangsa sudah seharusnya menjadi prioritas utama [9].

Permasalahan yang terjadi di SMKN 6 Sukoharjo saat ini adalah masih kurangnya rasa percaya diri, kemauan, keberanian dan semangat untuk memulai usaha sendiri. Siswa-siswi SMK berpotensi untuk berkembang, terutama untuk menjadi Entrepreneur di masa mendatang. Tetapi mereka belum memiliki kesadaran tinggi bahwa potensi diri dan hobinya dapat dikembangkan menjadi potensi bisnis yang menguntungkan. Sehingga perlu membekali pendidikan dan pelatihan kewirausahaan bagaimana menggali potensi diri siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo, bagaimana berkomunikasi dalam bisnis untuk menjaring mitra, bagaimana cara membuat perencanaan model bisnis, bagaimana pemahaman modal untuk keberlangsungan bisnis, bagaimana strategi pemasaran yang sesuai dengan era global saat ini dan bagaimana tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Oleh karena itu kami dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat STIE Studi Ekonomi Modern hendak melakukan penyuluhan wawasan dan pembekalan terkait pendidikan dan pelatihan *entrepreneurship* bagi siswa siswi SMKN 6 Sukoharjo sebagai calon entrepreneur muda.

Berdasar analisis terhadap situasi siswa siwi SMK khususnya SMKN 6 Sukoharjo yang menjadi obyek program pengabdian kepada masyarakat, maka sangat penting memberikan penguatan pendidikan dan pelatihan entrepreneurship pada siswa siswi SMKN 6 Sukoharjo agar menjadi lebih mandiri dan mampu menciptakan lapangan kerja sendiri setelah mereka lulus. Adapun tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat STIE Studi Ekonomi Modern adalah untuk mengedukasi pentingnya pengenalan entrepreneurship kepada siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo. Disamping itu perguruan tinggi dapat berkontribusi dalam meningkatkan minat siswa SMK terhadap entrepreneurship pada pembangunan ekonomi berdasarkan pengetahuan dan inovasi.

2. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat berbasis kewirausahaan bertujuan untuk mengedukasi pentingnya pendidikan kewirausahaan bagi siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo dalam meningkatkan kemampuan, kecakapan dan keahlian siswa untuk menjadi calon entrepreneur muda. Melalui program pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat menambah keyakinan peserta didik untuk menjadi calon entrepreneur muda dengan memiliki ketrampilan dan mengembangkan potensi diri. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Analisis situasi, dilakukan untuk menggali potensi yang dimiliki siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo. Kemudian dilanjutkan dengan analisis lingkungan mendeksi peluang usaha bisnis apa yang sesuai dengan bakat dan minat mereka.
- b. Penyuluhan kepada siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo sebanyak 30 orang melalui ceramah pemberian materi oleh dosen STIE STEKOM. Adapun materi yang disampaikan meliputi:
 - 1) Self Assesment Modal Dasar Kewirausahaan (Bapak Jaelani, S.E.M.M dan Ibu Pemilia Sulistyowati, S.Sos., M.M)
 - 2) Komunikasi dalam berbisnis menjalin jejaring mitra (Ibu Titin Hargyatni, S.E.M.M)
 - 3) Perencanaan Model Bisnis Canvas (Heni Susilowati, S.E.M.M)
 - 4) Pemahaman Modal Untuk Keberlangsungan Bisnis (Ibu Erlinda Sholihah, S.E.M.M)
 - 5) Strategi Pemasaran di Era Global (Bapak Kusna Djati Purnama, S.E.M.M)
 - 6) Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Erwan Nurhidayat, S.E.M.M)
- c. Sesi diskusi dan tanya jawab tentang materi yang disampaikan
- d. Penugasan pembuatan rencana bisnis model canvas dan menghitung modal usaha
- e. Pendampingan dan Evaluasi untuk mengukur kemampuan siswa-siswi dalam memahami materi yang sudah dijelaskan beserta solusinya. Pemateri dari tim dosen STIE STEKOM melakukan evaluasi dan diskusi secara langsung dengan siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo menggali hobi yang bisa dijadikan peluang bisnis dan mempraktikkan membuat rencana bisnis model canvas serta menghitung modal usaha yang dibutuhkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi pelatihan dan penyuluhan dilaksanakan di STIE Studi Ekonomi Modern Kartasura. Sedangkan jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini 30 orang siswa SMKN 6 Sukoharjo kelas X1 yang magang di STIE Studi Ekonomi Modern. Penyuluhan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dengan tema “Penguatan Entrepreneurship Generasi Z Sebagai Calon Entrepreneur Sejati” ini dilaksanakan dari tanggal 08 Maret – 10 Maret 2022. Materi disampaikan secara bertahap mengingat ada tujuh dosen yang berbagi ilmu kepada siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo. Dalam kegiatan ini siswa-siswi mendapatkan bekal ilmu kewirausahaan supaya kelak dapat diterapkan ketika sudah lulus menjadi entrepreneur.

Self Assesment Modal Dasar Kewirausahaan

Materi pertama disampaikan oleh bapak Jaelani self assesment sebagai modal dasar sebagai jiwa entrepreneur sejati, dibawakan oleh bapak Jaelani, S.E.M.M. Penyaji memberikan arahan mengenai usaha dalam menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan

aktivitas kewirausahaan. Kegagalan dari yang terjadi dari usaha tersebut diduga dikarenakan sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha dan mengenali potensi diri yang ada dalam diri mahasiswa. Tim penyaji menjelaskan potensi diri wirausaha muda termasuk generasi z, yang dapat dinilai dari enam aspek, yakni: kepribadian, disiplin diri, kreativitas, dorongan/keinginan, keberanian menghadapirisiko, dan kepercayaan diri. Sedikit tidaknya dengan mengenali potensi diri yang ada dalam diri generasi z dapat memberikan gambaran tentang seberapa jauh seseorang tersebut merasa dirinya perlu memperbaiki diri dan belajar agar lebih baik lagi. Mengenal diri sendiri berarti memperoleh pengetahuan tentang totalitas diri yang tepat, yaitu menyadari kelebihan/keunggulan yang dimiliki maupun kekurangan/kelemahan yang ada pada diri sendiri yang nantinya menjadi sumber kesuksesan dalam berwirausaha.

Materi kedua berkaitan dengan self assessment disampaikan oleh ibu Pemilia Sulistyowati, S.Sos.,M.M memaparkan materi mengenai pembentukan jiwa entrepreneurship menekankan pada jiwa kepemimpinan. Bahwa seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki jiwa kepemimpinan, kepeloporan dan ketekunan. Di dalam kesempatan kali ini tim penyaji menjelaskan mengenai sifat seorang pemimpin yakni ingin tampil berbeda, menjadi orang yang pertama dan menonjol. Orang yang memiliki jiwa kepemimpinan memperluas pergaulan untuk mencari peluang dan terbuka terhadap kritik serta saran yang kemudian dijadikan sebagai suatu peluang. Orang yang memiliki jiwa kepemimpinan dapat beradaptasi dan terbuka dengan orang lain.

Hasil dari pemaparan yang disampaikan dosen pada awalnya peserta malu-malu terlibat dalam diskusi dan tanya jawab. Setelah dipancing peserta bersedia bertanya dan diskusi mengenai cara menggali potensi diri dan mejadi pemimpin dalam mengambil keputusan dan risiko bisnis.

Komunikasi Bisnis Menjalin Jejaring Mitra

Materi ke tiga yakni peran komunikasi dalam berbisnis menjalin jejaring mitra disampaikan ibu Titin Hargyatni, S.E.,M.M. Penyaji memaparkan bahwa dalam dunia usaha ,komunikasi memiliki peranan yang sangat penting yakni sebagai alat untuk menciptakan kesamaan pengertian semua pihak dalam dunia usaha. Sebagai alat untuk menggerakkan perbuatan orang lain sebagaimana yang dikehendaki oleh pemberi pesan. Penyaji memaparkan bahwa generasi z memiliki peran komunikasi untuk mendukung tujuan bisnis, agar bisnis menjadi lebih efektif dan efisien. Juga membantu memperbaiki pengelolaan bisnis sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Dalam mengikuti perkembangan digital komunikasi bisnis menarik mitra dapat dilakukan melalui media sosial seperti youtube, facebook, tik-tok dan lain-lain.

Hasil yang diperoleh dari materi cara berkomunikasi dalam bisnis siswa terlibat dalam tanya jawab dan diskusi tentang komunikasi yang baik agar tidak difahami lawan bicara dan tidak alah faham.

Rencana Bisnis Model Canvas (BMC)

Materi keempat yang disampaikan kepada siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo oleh ibu Heni Susilowti, S.E.M.M adalah rencana bisnis model canvas (BMC). Dalam paparan materinya menjelaskan bahwa rencana bisnis perlu dibuat ketika hendak memulai usaha karena merupakan *roadmap* yang akan diikuti seorang entrepreneur. Selain itu dengan merencanakan bisnis yang akan digeluti akan menjaga pemilik usaha fokus pada tujuannya. Rencana bisnis penting dibuat karena merupakan legitimasi dari usaha yang akan dirintis. BMC dibuat dengan menggunakan kerangka bisnis model 9 blok. BMC akan memudahkan Generasi z dapat melihat gambaran tentang sebuah ide bisnis dan rencana realisasinya dengan cepat. BMC dibuat untuk membentuk kerangka manajemen dan memudahkan dalam melihat gambaran ide bisnis dan realisasinya secara cepat. BMC merupakan teknik yang efektif diterapkan di perusahaan baik skala kecil, menengah maupun besar karena dapat memetakan bisnis kita secara terstruktur. Dengan menggunakan BMC untuk perencanaan usaha kita ide-ide yang dimiliki bisa terwujud secara konkrit. Itulah kenapa sebuah model bisnis canvas perlu dibuat untuk mendiskusikan ide bisnis yang dimiliki dan mengembangkannya.

Sembilan blok BMC yang pertama adalah *value proposition* yang merupakan nilai jual/manfaat produk/jasa kita sehingga konsumen lebih memilih produk/jasa kita daripada

punya kompetitor. Kedua adalah *customer segmentation* merupakan target konsumen yang perlu dibagi berbagai segmen sesuai kebutuhan untuk usia berapa, jenis kelamin, hobi, tingkat konsumerisme dan lain-lain. Ketiga adalah *customer relationship* dengan cara menjaga hubungan dengan pelanggan dan memberikan informasi mengenai produk/jasa secara berkala di update dengan bahasa yang menarik melalui media sosial. Keempat adalah *channel*, merupakan saluran distribusi yang digunakan pemilik bisnis untuk mengirimkan produk/jasa ke pelanggan. Apakah melalui online dan bisa dibeli diplatform mana atau mendatangi store dengan memberikan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Kelima adalah *key activities* merupakan aktifitas bisnis yang dijalankan sehari-hari untuk menghasilkan produk. Langkah apa yang dilakukan agar pelanggan lebih merasa puas dan memilih produk kita untuk pembelian berikutnya. Keenam adalah *key resources* merupakan sumberdaya penting yang mendukung aktivitas perusahaan. Apa saja aset-aset penting yang perlu dimiliki ketika pertama kali membuka usaha. Ketujuh adalah *key partner*, merupakan partner kerja yang akan mendukung aktivitas perusahaan. Beberapa mitra bisnis perlu dipilih untuk kelancaran usaha seperti supplier, pihak bank, supermarket, jasa online untuk pengantaran dan lain-lain. Kedelapan adalah *cost structures*, merupakan finansial yang dibutuhkan dalam membiayai operasional usaha kita. Berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk operasional sehari-hari, berapa biaya tenaga kerja yang bekerja, berapa biaya pemasaran produk dan lainnya. Kesembilan adalah *revenue stream*, merupakan sumber pendapatan perusahaan yang akan diperoleh sumbernya darimana saja jauh. Hasil penjualan berupa apa saja, apakah hanya pejualan produk/jasa atau ada pendapatan sampingan selain yang utama.

Setelah pembekalan materi, peserta didampingi narasumber menyusun rencana bisnis model canvas. Mereka diarahkan untuk membuat rencana bisnis berdasar hobi, bakat, minat dan keahlian yang dimiliki.

Pemahaman Modal untuk Keberlangsungan Bisnis

Materi kelima disampaikan oleh ibu Erlinda Sholihah, S.E.M.M dengan tema pemahaman modal untuk keberlangsungan bisnis. Materi yang disampaikan berkaitan dengan masalah keuangan dimana modal merupakan salah satu permasalahan yang dimiliki para pelaku bisnis ketika pertama kali hendak membuka usaha. Secara umum modal yang diperlukan meliputi modal awal, modal kerja dan modal operasional. Beberapa permasalahan yang sering timbul diantaranya kurangnya modal kerja untuk menunjang aktivitas produksi dan biaya pemasaran, kurang memiliki pengetahuan cara mengakses sumber-sumber modal, dana pinjaman yang diterima kecil karena tidak ada asset yang dijadikan jaminan atau tidak adanya laporan keuangan yang dibuat sehingga kesulitan mendapatkan dana pinjaman. Dana yang digunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berlangsung harus memiliki struktur modal yang baik. Proporsi sumber pembiayaan perusahaan antara modal yang dimiliki dari modal sendiri dengan modal yang diperoleh dari eksternal seperti pinjaman jangka panjang ada pertimbangan yang ideal, sehingga aktifitas perusahaan tetap berjalan. Cara sederhana yang digunakan untuk menghitung modal usaha bersih adalah menggunakan aktiva lancar dan hutang lancar dengan rumus modal usaha bersih = aktiva lancar - hutang lancar.

Setelah pembekalan materi, peserta didampingi narasumber menyusun modal usaha yang dibutuhkan untuk membuka usaha. Mereka diarahkan untuk menyusun modal awal yang dibutuhkan, modal kerja dan modal operasional.

Strategi Bisnis di Era Digital

Materi keenam adalah strategi bisnis di era digital oleh bapak Kusna Djati Purnama, S.E.M.M. Dalam penyampaianya menuturkan bahwa saat memutuskan menjadi seorang wirausaha maka harus bisa mengikuti perubahan yang terjadi di pasar. Saat ini dunia sudah ada di era serba digital, maka tips yang dapat diterapkan agar dapat bersaing dengan kompetitor dan berkembang maju yang pertama dengan memanfaatkan teknologi. Teknologi dibuat untuk membantu dan mempermudah pekerjaan manusia. Kegiatan pemasaran dilakukan dengan bantuan internet atau laporan pembukuan dengan bantuan computer dan lainnya. Tips kedua menggunakan sosial media sebagai sarana *digital marketing*. Banyak sosial media yang dapat dipilih seperti twitter, facebook, youtube, instagram dan lainnya. Dengan bantuan sosial media sebagai pemasaran produk/jasa kita, selain murah juga mudah menggunakannya dengan

memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk membuat konten yang menarik. Tips ketiga memiliki inovasi menyesuaikan strategi pemasaran produk/jasa dengan tampilan yang mobile friendly sehingga banyak orang yang melihat dan berkunjung ke toko online kita. Tips keempat memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan baik saat pembelian maupun purna pembelian.

Hasil dari pemaparan materi yang disampaikan dosen, ada keterlibatan siswa-siswi dalam diskusi dan tanya jawab. Peserta tertarik untuk bertanya dan diskusi mengenai tips dan trik strategi bisnis menggunakan media sosial.

Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Materi terakhir yang ketujuh disampaikan bapak Erwan Nurhidayat, S.E.M.M mengenai tanggungjawab sosial perusahaan. Usaha bisnis yang sudah dijalankan memiliki tanggungjawab sosial kepada para pemangku kepentingan seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan kewajiban aktifitas bisnis yang diwajibkan hukum dan perundang-undangan semata. Sehingga tanggungjawab sosial perusahaan ini merupakan komitmen terus menerus dari pelaku bisnis untuk berlaku etis dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup para pekerja, keluarga, komunitas lingkungan dan masyarakat pada umumnya. Kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan meliputi kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas, keuntungan ekonomis, lingkup tanggungjawab sosial perusahaan, hormat pada hak dan kepentingan stakeholder. Perusahaan bagian dari masyarakat sehingga wajar apabila memperhatikan kepentingan masyarakat. Anyata perusahaan dan masyarakat memiliki hubungan yang saling menguntungkan, oleh karena itu tanggungjawab sosial perusahaan ini merupakan salah satu cara meredam atau menghindari konflik kepentingan.

Hasil dari pemaparan materi yang disampaikan dosen, ada keterlibatan siswa-siswi dalam diskusi dan tanya jawab. Peserta tertarik untuk bertanya dan diskusi mengenai kegiatan perusahaan yang dilakukan di masyarakat apa saja yang dapat menguntungkan lingkungan sekitar.

Implementasi dan Tingkat Pemahaman Materi

Setelah dilakukan pembekalan penyuluhan materi pendidikan kewirausahaan maka peserta didampingi untuk sesi tanya jawab dan diskusi. Pada awalnya siswa-siswi tampak malu-malu, tetapi saat suasana sudah mencair diskusi dan tanya jawab berjalan lancar, aktif dan interaktif. Beberapa siswa mengajukan pertanyaan dasar kewirausahaan menggali potensi diri cara memupuk keberanian membuka usaha dan cara mendapatkan modal untuk membuka usaha. Penugasan yang diberikan membuar rencana bisnis dengan BMC mendapat respon baik, siswa-siswi melakukan rencana bisnis sesuai hobi yang mereka miliki dan memanfaatkan peluang yang ada saat ini. Peserta memiliki tingkat pemahaman yang baik (85%) dalam menyerap materi dan 80% dalam praktik membuat rencana bisnis model canvas. Berbagai saran yang diberikan dosen STIE STEKOM sebagai pemateri ditanggapi dengan baik dan diperbaiki sesuai arahan. menyusun rencana bisnis dari usaha yang akan mereka rintis dengan berdasarkan pada keterampilan yang telah mereka miliki. Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial).



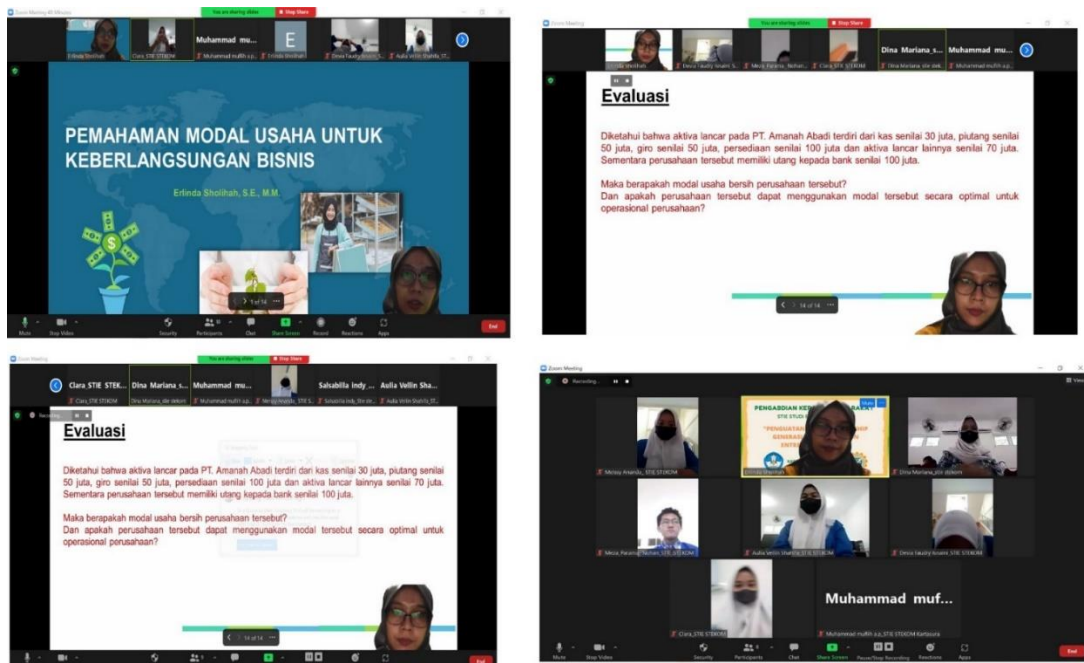
Gambar 1. Kunjungan guru SMKN 6 Sukoharjo bersama perwakilan siswa-siswi



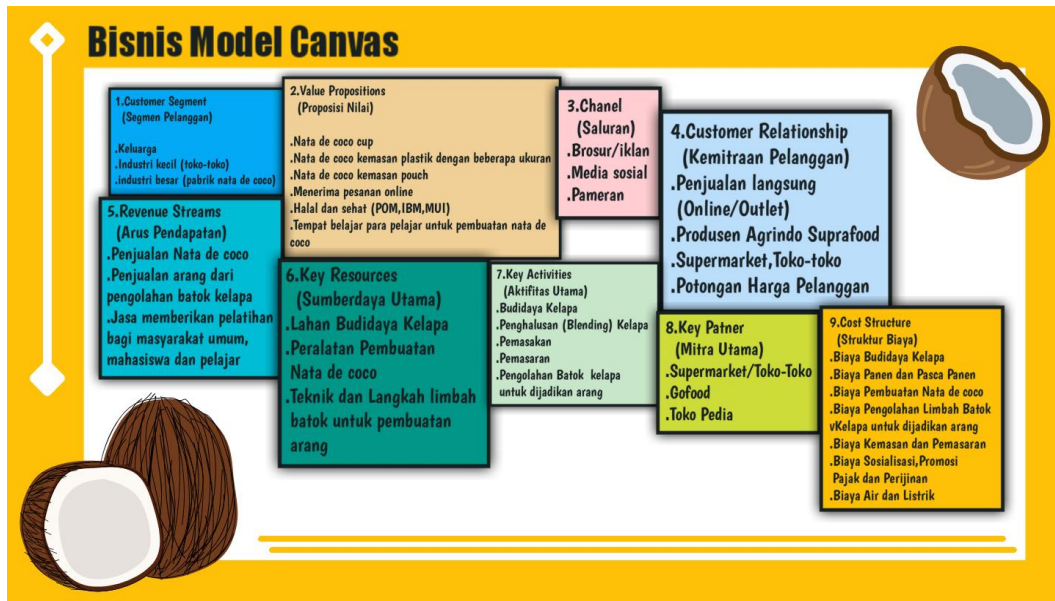
Gambar 2. Pemaparan materi menumbuhkan jiwa kepemimpinan dalam kewirausahaan



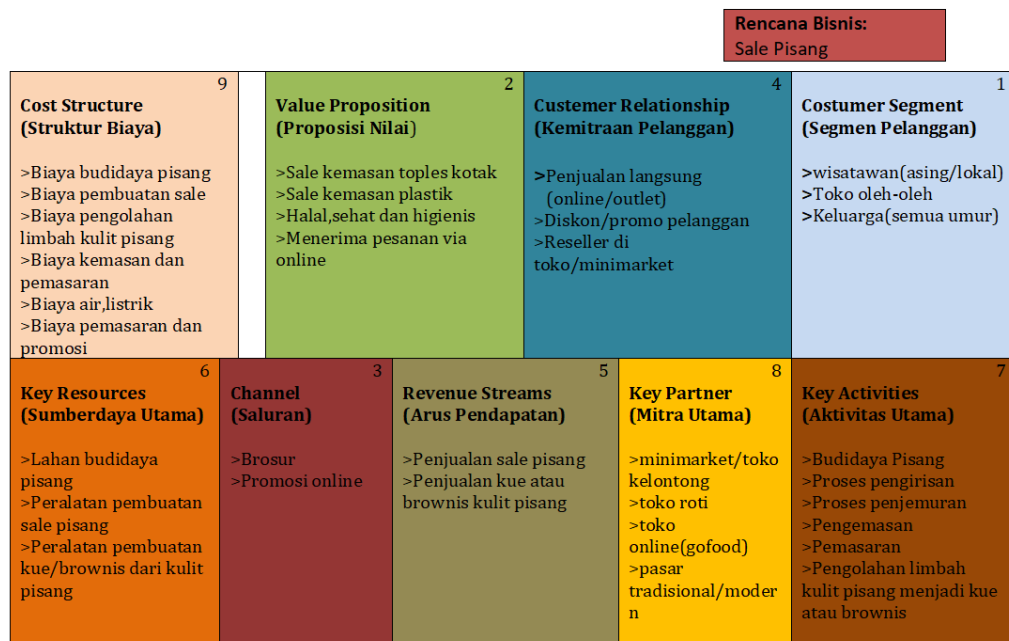
Gambar 3. Pemaparan materi Bisnis Model Canvas



Gambar 5. Pemaparan Materi Pemahaman Modal Usaha Untuk Keberlangsungan Bisnis



Bisnis Model Canvas



Gambar 4. Hasil penugasan membuat bisnis model canvas siswa SMKN 6 Sukoharjo

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada siswa-siswi SMKN 6 Sukoharjo adalah :

1. Para siswa SMKN 6 Sukoharjo belum sepenuhnya memiliki keberanian menjadi seorang wirausaha selepas lulus sekolah. Mereka masih bingung dan perlu pendampingan untuk menggali potensi diri dan memilih memulai usaha darimana.
2. Kendala utama yang dihadapi adalah sumber modal usaha yang diperoleh ketika memulai membuka usaha, kurangnya pengalaman, pengetahuan, dan modal usaha menjadi kendala utama dalam memulai berwirausaha. Pengetahuan tentang sumber modal usaha masih pada sumber pembiayaan konvensional (bank dan non-bank). Padahal, di era industri 4.0 saat ini telah muncul banyak sumber pembiayaan alternatif yang berbasis online, yaitu fintech, yang memiliki akses pembiayaan yang lebih mudah, jangkauan yang lebih luas, dan proses yang lebih cepat dan lebih sederhana.
3. Rencana bisnis yang disusun dengan BMC para siswa SMKN 6 Sukoharjo masih dalam tahap embrio, sehingga dibutuhkan pembekalan pengetahuan yang lebih insentif untuk memberikan gambaran wirausaha secara nyata.
4. Agar dapat bersaing dengan kompetitor dan berkembang lebih maju, harus bisa mengikuti perubahan yang terjadi di pasar dengan menggunakan sosial media sebagai sarana *digital marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. P. Statistik, 2020.
- [2] W. U. N. Agus Prianto, Penguatan Employability dan Entrepreneurability Siswa SMK, Yogyakarta: KAIZEN SARANA EDUKASI, 2019.
- [3] D. H. Jayani, "databoks," 21 Mei 2021. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>.
- [4] M. S. Ensari, "A study on the differences of entrepreneurship potential among generations," *Pressacademia*, vol. 4, no. 1, p. 52–62, 2017.
- [5] M. Rodriguez, S. Boyer, D. Fleming and S. Cohen, "Managing the Next Generation of Sales, Gen Z/Millennial Cusp: An Exploration of Grit, Entrepreneurship, and Loyalty.," *Journal of Business-to-Business Marketing*, vol. 26, no. 1, p. 43–55, 2019.
- [6] I. T. C. ILO, "Modul 4: Bagaimana Menjadi Seorang Wirausaha?," Turin, Italy, 2005.
- [7] K. K. B. P. R. I. ekon.go.id, "Kembangkan Ekosistem Kewirausahaan Nasional, Pemerintah Dorong Kontribusi Wirausaha Muda Termasuk Siswa SMK," humas@ekon.go.id, Jakarta Pusat, 2022.
- [8] S. Oktapiani, S. Andriani, Hartini, P. R. K. Sari and M. N. Fietroh., "Meningkatkan Young Enterprenership Dan Creative Enterprenership Di SMKN 2 Sumbawa Besar.," *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 83-92, 2022.
- [9] Z. Acs, L. Szerb and A. Lloyd, *The Global Entrepreneurship Index 2018*, Washington, DC, USA: The Global Entrepreneurship and Development, Washington DC, USA, 2018.