

Pelatihan Pembentukan Karakter Kewirausahaan dan Peningkatan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa SMA di Lowokwaru, Malang

Rofiaty

Management Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya, Indonesia
Email Corresponding: rofiaty@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kewirausahaan
Jiwa wirausaha
Karakter wirausaha
Tantangan generasi muda
Praktek berwirausaha

Sebagai Tenaga Pengajar di Perguruan Tinggi, Dosen memiliki tugas pokok melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang terdiri dari tiga hal, salah satunya adalah melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat. Sasaran strategis pelaksanaannya anak usia SMA 16-18 tahun di Lowokwaru, Kota Malang. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan dan membangun karakter kewirausahaan pada siswa tersebut. Harapan yang ingin dicapai adalah semakin kuat dan tingginya semangat dan munculnya minat berwirausaha dimasa depan agar termotivasi memanfaatkan waktu luang meskipun sambil menuntut ilmu. Siswa sebagai generasi muda, calon penerus pembangunan negara Indonesia harus dibekali dengan ilmu pengetahuan dan praktik berwirausaha. Apabila bekal berwirausaha telah dimiliki sejak dulu, maka akan terbentuk jiwa yang tangguh, tahan banting dan tidak mudah berputus asa dalam menghadapi tantangan hidup yang sangat cepat berubah dan bergejolak. Sebagai generasi penerus yang masih berjiwa muda juga akan dikenalkan khususnya pada kepemilikan karakteristik wirausaha yaitu: bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, jujur, kreatif, inovatif, memiliki rasa percaya diri yang tinggi, berani menghadapi resiko bisnis yang terukur, suka tantangan atas terjadinya perubahan lingkungan.

ABSTRACT

Keywords:

Entrepreneurship
Entrepreneurial spirit
Entrepreneurial character
Younger generation challenges
Entrepreneurial practice

Lecturers have the primary responsibility of implementing the Tri Dharma of Higher Education, which comprises of three components, one of which is community service. The strategic implementation objective is high school aged children aged 16-18 in Lowokwaru, Malang City. The goal of organizing this exercise is to instill an entrepreneurial attitude and character in these youngsters. The goal is to achieve increased passion and interest in entrepreneurship in the future, so that they are inspired to use their leisure time even while studying. Students, as the future prospects for Indonesian state growth, must be equipped with knowledge and entrepreneurial activities. If you build entrepreneurship abilities at a young age, you will create a tough, robust mentality that will not give up easily when faced with the problems of life, which is constantly changing and tumultuous. As the next generation, who are still young at heart, they will be introduced to entrepreneurial characteristics such as being devoted to God Almighty, honest, creative, innovative, having high self-confidence, having the courage to face measurable business risks, and enjoying the challenges of environmental change.

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



I. PENDAHULUAN

Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar, nampaknya harus secara kontinyu dilakukan pelatihan dan pembinaan serta penguatan mental spiritual juga menyemangati kepemilikan jiwa kewirausahaan (entrepreneurship) bagi generasi muda. Di Indonesia diharapkan dari minimal 2 - 3% penduduknya mampu menjadi wirausaha. Artinya kelak jika telah selesai pendidikan dasarnya minimal di tingkat SMA atau kuliah S1 sebagai sarjana, maka mereka akan muncul sebagai usia angkatan kerja "labor force", dimana mereka tidak harus selalu mencari kerja tetapi diharapkan sebagian besar justru akan mampu menciptakan lapangan kerja dengan mendirikan bisnis sendiri meskipun dalam skala kecil. Tantangan yang dihadapi semakin berat karena

193

persaingan bisnis yang dihadapi tidak hanya skala regional, Nasional bahkan Internasional. Mungkin pemerintah telah melakukan berbagai upaya melalui dinas-dinas terkait, namun jangkauannya yang harus diupayakan secara efektif dan efisien.

Teori orientasi kewirausahaan merupakan konsep multidimensi mencakup dari berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan dari seorang wirausaha. Kewirausahaan merupakan suatu karakter khas yang dimiliki oleh seorang wirausahan dengan keinginan untuk mencari peluang bisnis yang tinggi secara terus menerus dan selalu berusaha untuk dapat menciptakan nilai/manfaat demi pertumbuhan bisnisnya (Brockhaus, 1980). Seorang wirausaha dikenal dengan kemampuan ketahanan yang tinggi dan selalu mengambil tindakan untuk menjadi proaktif, inovatif, dan berani mengambil resiko. Orientasi kewirausahaan (entrepreneurhip orientation) merupakan suatu aktivitas yang berkelanjutan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan inovatif, mengelola resiko, efektifitas penggunaan sumber daya dan pengembangan nilai untuk mempertahankan pelanggan, dan kepentingan perusahaan (Rofiaty, 2019). Terdapat beberapa penelitian yang membuktikan adanya pengaruh signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja usaha (Mozumdar, 2022; Mahmood, R & Hanafi, N., 2013; Soares, 2019; Rofiaty, 2019; Ullah & Danish, 2020; Kiyabo & Isaga, 2020; Aburuman, et al, 2021; Rofiaty, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan jiwa kewirausahaan yang tinggi merupakan salah satu aspek yang penting dalam menjalankan dan mengelola suatu bisnis agar dapat berkelanjutan dalam jangka panjang.

Selain itu, bagaimana suatu usaha dalam melakukan pengelolaan keuangannya juga sangat penting untuk menjaga kelangsungan jalannya operasional bisnis. Bagi perusahaan atau pemilik bisnis, penyusunan strategi keuangan penting untuk mempertimbangkan semua aspek dalam pengeluaran dan pemasukan bisnis. Dasar dalam penyusunan strategi keuangan adalah dengan menguasai dasar dan siklus akuntansi. Akuntansi merupakan proses mengidentifikasi, mencatat, dan melaporkan peristiwa ekonomi pada suatu entitas kepada pihak yang berkepentingan. Bagi seorang wirausaha muda, penggunaan akuntansi penting untuk memastikan pemanfaatan sumber daya secara maksimal dan mengefisiensikan pengeluaran biaya.

Aspek penting selanjutnya adalah bagaimana seorang pemilik usaha dalam mempromosikan bisnis serta produk bisnisnya kepada masyarakat luar sebagai target konsumennya secara maksimal. Ditengah perkembangan teknologi yang semakin masif saat ini, pemasaran produk sudah dapat dilakukan secara digital dengan menggunakan berbagai macam platform, mulai dari media sosial, media massa, hingga beberapa marketplace. Digital Marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Melalui strategi digital marketing ini, perusahaan dapat melakukan promosi dan penjualan produk melalui berbagai jenis media digital. Selain menghemat biaya pemasaran, strategi pemanfaatan digital marketing juga menawarkan kemudahan untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dalam mempromosikan produk atau jasa. Selain meningkatkan angka penjualan, awareness produk, dan memperluas pasar, pengimplementasian strategi digital marketing juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas networking dan komunikasi antara pemilik usaha dengan calon konsumen.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat menstimulasi dan menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan serta membangun karakter kewirausahaan pada generasi muda Indonesia, khususnya adalah anak usia SMA 16-18 tahun di Lowokwaru, Kota Malang sebagai objek utama dalam pelaksanaan pengabdian kali ini.

II. MASALAH

Sebagai generasi penerus bangsa, anak usia muda sudah dipersiapkan untuk dapat berkontribusi secara nyata pada negara melalui pendidikan baik itu pendidikan formal maupun nonformal. Selain itu, banyak juga kemampuan kemampuan interpersonal yang penting untuk ditumbuhkan dan dikembangkan guna melengkapi kapasitas dan kapabilitas personal bagi setiap pribadi. Dengan beragamnya akses dalam memperoleh informasi dan pengetahuan memudahkan setiap orang untuk belajar tanpa adanya hambatan biaya maupun waktu. Namun, dengan keterbaruan teknologi tersebut apabila tidak disikapi dengan seksama juga akan diiringi dengan dampak buruk bagi penggunanya, tak terkecuali juga anak-anak muda. Permasalahan yang dihadapi oleh sebagian besar anak usia muda adalah kurangnya semangat dan antusiasme untuk belajar dan menginisiasi perubahan, atau bahkan banyak pula yang sudah menguasai ilmu dan pengetahuan namun belum memiliki kepercayaan diri untuk terjun langsung ke masyarakat, khususnya dalam hal berwirausaha mandiri. Sehingga dalam hal ini, tim pengabdian berupaya untuk membantu memupuk, menumbuh kembangkan karakter dan

jiwa kewirausahaan dari generasi muda Indonesia sehingga mereka dapat memiliki ilmu, pengetahuan, dan kepercayaan diri yang lebih terhadap kapasitas dan kapabilitasnya dalam berwirausaha sejak usia muda.

III. METODE

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan melalui:

1. Melaksanakan survei lokasi dan diskusi awal dengan pihak penanggung jawab sekolah.
2. Melaksanakan wawancara mendalam dengan pihak penanggung jawab murid atau pihak sekolah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh sasaran kegiatan pengabdian yakni murid SMA usia 16-18 tahun, terkhusus permasalahan perihal karakter dan jiwa kewirausahaan.
3. Menandatangi surat pernyataan kesediaan bekerjasama sebagai mitra Abdi Dharma.
4. Pelaksanaan pelatihan pembentukan karakter kewirausahaan dan peningkatan jiwa kewirausahaan baik melalui metode transfer knowledge maupun praktik berwirausaha.
5. Koordinasi Penyusunan laporan dan luaran-luaran kegiatan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan:

1. Melakukan kunjungan awal pada beberapa sekolah SMA di Lowokwaru, Kota Malang untuk berdiskusi dengan pihak penanggung jawab sekolah mengenai informasi-informasi perihal kewirausahaan, jiwa dan karakter wirausaha dari siswa.
2. Mempersiapkan tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian, melakukan sosialisasi dan membagi tugas setiap anggota tim untuk terbentuknya suasana kerja yang teratur, saling mendukung dan terciptanya kerjasama tim yang kuat. Tim kegiatan pengabdian dibentuk dengan beranggotakan beberapa mahasiswa dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman terkait dengan seluruh aktivitas kegiatan yang akan dilakukan.
3. Mempersiapkan materi pengabdian mengenai:
 - a. Kewirausahaan dan karakter kewirausahaan
 - b. Strategi Pengelolaan Keuangan Bisnis secara sederhana, termasuk dasar teknik pembukuan sederhana
 - c. Digital Marketing dan jenis-jenisnya untuk kegiatan bisnis
4. Melaksanakan kegiatan pengabdian dalam bentuk *transfer knowledge* mengenai materi-materi pengabdian yang telah disepakati
 - a. Pemahaman mengenai kewirausahaan, jiwa kewirausahaan, dan kompetensi dasar kewirausahaan guna mendukung keberhasilan dalam berwirausaha pada usia muda.
 - b. Pemahaman mengenai dasar-dasar dalam melakukan pengelolaan keuangan bisnis termasuk salah satu hal yang paling penting adalah pencatatan alur keuangan bisnis.
 - c. Pemahaman mengenai digital marketing sebagai alat yang dapat digunakan dalam melakukan promosi dan pemasaran produk bisnis guna mendorong peningkatan performa penjualan.
5. Melakukan kegiatan pengabdian dalam bentuk praktik berwirausaha dengan melakukan praktik pembuatan minuman dan pelatihan pengembangan skill fotografi

V. KESIMPULAN

Dengan telah terlaksananya program pengabdian masyarakat yang menyasar pada anak usia SMA 16-18 tahun di Lowokwaru, Kota Malang, maka dapat diuraikan sebagai berikut: (1) Bertumbuhnya jiwa wirausaha, kemampuan dalam pengelolaan keuangan, dan kemampuan digital marketing dari anak usia SMA di Lowokwaru, Kota Malang; (2) Adanya antusiasme yang tinggi dari pihak sasaran program pengabdian untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam berwirausaha mandiri; (3) Menumbuh kembangkan karakter wirausaha pada generasi muda, seperti inovatif, proaktif, berani mengambil resiko, disiplin, jujur, mampu bekerjasama dengan orang lain, berorientasi masa depan, dan sebagainya, sebagai upaya dalam menghadapi tantangan berwirausaha yang cepat berubah dan bergejolak. Melalui adanya antusiasme yang tinggi dari sasaran program pengabdian masyarakat pada program pengabdian melalui metode transfer knowledge dan praktik berwirausaha diharapkan akan meningkatkan semangat dan minat berwirausaha generasi muda baik yang sesuai dengan minat mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (n.d.). *Bank Indonesia Bicara / Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. bi bicara. Retrieved September 23, 2023, from <https://bicara131.bi.go.id/knowledgebase/article/KA-01061/en-us>
- Firliyana F, 2023. Digital Marketing: Definisi, Tujuan, Jenis, Strategi dan Peluang Karir. Daily Sosial. Diakses 7 September 2023. <https://dailysosial.id/post/digital-marketing-adalah>
- Kiyabo, Kibeshi. & Isaga, Nsubili. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovaton and Entrepreneurship*. 9-12. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying and entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Rania D, 2023. 11 Karakteristik Wirausaha Untuk Menuju Sukses yang Wajib Dimiliki. www.jubelio.com. Dikases 22 Maret 2023. <https://jubelio.com/pengertian-dan-karakteristik-wirausaha-sukses/>
- Rofiaty, R. Aisjah, Siti. Susilowati, Christine. (2022). The effect of entrepreneurship orientation and flexibility toward adaptive innovation and improved firm performance. *Bisnis dan Manajemen (BISMA)*. Vol. 15. Pp. 96-118. DOI: 10.26740/bisma/v15n1.p96-118
- Santoso, J.T., 2022. Karakter yang Harus Dimiliki Pelaku Bisnis. Alumni.stekom.ac.id. Diakses 22 Maret 2023. <https://alumni.stekom.ac.id/artikel/karakter-yang-harus-dimiliki-pelaku-bisnis>
- Brockhaus, R. H. (1980). Psychological and Environmental Factors Which Distinguish the Successful from the Unsuccessful Entrepreneur: A Longitudinal Study. *Academy of Management Proceedings*, 1980(1), 368–372.
- Mozumdar, Lavlu., & Islam, Mohammad Amirul. (2022). Business and family livelihood performance of Bangladeshi pond aquaculture entrepreneurs: Do business networks and entrepreneurial orientation matter?. *Aquaculture*. 554. 738185. <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2022.738185>
- Soares, Mauren do C. & Perin, Marcelo G. (2019). Entrepreneurial orientation and firm performance: an updated meta-analysis. *RAUSP Management Journal*. Vol 55 No. 2. Pp. 143-159.
- Rofiaty, R. (2019). The relational model of entrepreneurship and knowledge management toward innovation, strategy implementation and improving Islamic boarding school performance. *Journal of Modelling in Management*, 14(3), 662–685. <https://doi.org/10.1108/JM2-05-2018-0068>
- Ullah, S. & Danish, R. Q. (2020). The Impact of Green Entrepreneurial Orientation on Firm Performance Through Green Innovation: The Moderating Role of Strategic Green Marketing Orientation. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 9(2), pp. 306-317.