

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK PENGEMBANGAN KURIKULUM KEPADA PESERTA DIDIK SMK TRIGUNA 1956 JAKARTA SELATAN

Lina Gozali¹, Evera Olivia¹, Jennifer Juyanto¹, Laurencia Tiffany¹,
Vanecia Marchella Hardinaner¹, Meiluseano Bramnas Hede², Fithri Mawartini²

¹Program Studi Teknik Industri, Universitas Tarumanagara, Jakarta Barat, Indonesia
linag@ft.untar.ac.id

² Sekolah Menengah Kejuruan Triguna, Jakarta Selatan, Indonesia

ABSTRACT

It is essential in obtaining and developing a business so as to increase company profits to ensure the sustainability of the next business world. Business is usually identified with obtaining the maximum profit or as much as possible so as to be able to continue to develop the business world that is occupied. The concept of selling itself is not only focused on selling goods and services. The new concept is more emphasized the ability of business actors to meet consumer needs so that they can achieve a good level of customer satisfaction. Therefore, it takes the ability, knowledge, motivation, confidence, skills needed to achieve the goals of the business world. The educational model was chosen during the implementation of Inquiry Learning and Problem Based Learning where the students were carried out in 1 hour 15 minutes to understand the mathematical model of the business world forecasting and there were games and questions and answers. Management skills should also be obtained from mathematical analysis of a simple framework or problem. From this introduction to consumer needs, a conclusion can be drawn to understand existing customer demand patterns. This can develop business startups to capture patterns of customer demand in meeting customer satisfaction.

Keywords: Business Forecasting, Marketing and Selling, Entrepreneurship

ABSTRAK

Gambaran permasalahan mitral yang sangat krusial dalam memperoleh dan mengembangkan usaha sehingga dalam meningkatkan laba perusahaan untuk menjamin keberlangsungan dunia usaha selanjutnya. Bisnis biasanya diidentikkan dengan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya atau sebanyak-banyaknya sehingga mampu terus mengembangkan dunia usaha yang ditekuni. Konsep penjualan itu sendiri tidak hanya difokuskan pada kegiatan menjual barang dan jasa saja. Konsep baru lebih ditekankan pada kemampuan dari pelaku dunia usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang baik. Maka dari itu dibutuhkan kemampuan, pengetahuan, motivasi, kepercayaan diri, ketrampilan yang dibutuhkan untuk pencapaian tujuan dunia usaha. Bentuk yang dipilih pada saat pelaksanaan Inquiry Learning dan Problem Based Learning dimana para peserta didik dilaksanakan pada waktu 1 jam 15 menit memahami peramalan dunia usaha model matematis dan terdapat permainan dan soal tanya jawab. Ketrampilan manajemen juga harusnya diperoleh dari analisa matematis dari suatu framework atau problematika yang sederhana. Dari pengenalan terhadap kebutuhan konsumen ini dapat ditarik suatu kesimpulan untuk memahami pola permintaan pelanggan yang ada. Hal ini dapat mengembangkan para pemula bisnis menangkap pola dari permintaan pelanggan dalam pemenuhan kepuasan pelanggan tersebut.

Kata Kunci: Peramalan Bisnis, Pemasaran dan Penjualan, Kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Dalam kegiatan perdagangan saat ini, sangat penting bagi wirausaha untuk dapat bertahan dan mendapatkan laba, khususnya bidang barang dan jasa. Dengan situasi persaingan ketat seperti itu kita harus mengetahui perkembangan pesaing bisnis demi bertahan hidup. Contohnya seperti angsa pasar dan pelanggan loyal menjadi salah satu target perebutan antar bisnis, sehingga kita harus tetap waspada dalam menghadapi persaingan bisnis. Husein Umar (2002) menyatakan bahwa tingkat pentingnya suatu perusahaan untuk mengerti target lingkup pasar saat membuat barang dan jasa yang akan dijual atau didistribusikan.

Tujuan yang selalu dicapai oleh setiap perusahaan yaitu dapat mempertahankan atau meningkatkan laba perusahaan. Usaha yang dilakukan adalah memperoleh dan membimbing konsumen dengan sabar, selain itu harus mempunyai kemampuan untuk menguasai pasar. Menurut

Indriyo Gitosudarmo (2008), pemasaran wirausaha yang menjalankan perencanaan tidak akan lepas dari kemampuan pedagang, sehingga pentingnya pemanfaatan peluang pasar supaya bisa selalu dikembangkan.

Menurut Nurrahmi Hayani (2012), perencanaan strategis merupakan situasi pihak pengusaha untuk menentukan strategi untuk mencapai tujuan. Strategi bisa diartikan sebagai proses berlanjut dari perencanaan supaya perusahaan dapat berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), pemasaran adalah kegiatan sosial baik dilakukan secara individu maupun grup untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui barter ataupun proses jual beli. Tujuan dari pemasaran supaya dapat menghasilkan konsep tepat dan dapat dilakukan oleh pihak perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan merencanakan strategi.

Dalam mencapai keberhasilan suatu usaha, sangat penting untuk melakukan perencanaan strategis sehingga bidang pemasaran mempunyai peran yang penting. Wirausaha melakukan kegiatan pemasaran mengenai permintaan pelanggan di waktu mendatang dengan memperoleh laba.

Kegiatan atau proses jual beli adalah bagian dari begitu banyaknya taktik *marketing* yang dijabarkan lebih rinci dengan membagi kegiatan manufaktur, promosi dan penambahan nilai tambah pada barang produksi serta jasa. Barang yang menggunakan taktik penjualan yang dapat dikembangkan ke konsep *Marketing* selanjutnya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menitikberatkan pada kalkulasi besaran produksi sehingga mampu menghasilkan laba usaha.

2. LANDASAN TEORI

Dalam suatu usaha, produk yang akan dipasarkan harus melalui tahap pemasaran dan penjualan. Pemasaran (Kotler dan Armstrong, 2012) memiliki arti sebagai langkah awal yang menjadi strategi dalam suatu bisnis dalam melakukan beberapa kegiatan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Beberapa strategi tersebut yang dilakukan dalam pemasaran adalah melakukan pengiklanan baik di sosial media, media elektronik, maupun secara lisan kepada orang-orang. Langkah selanjutnya adalah memposting penjualan pada barang yang ingin dijual agar dapat dilihat oleh orang lain setelah pengiklanan dilakukan sehingga orang-orang menjadi lebih tertarik pada produk yang akan dijual. Lalu, melakukan pengiriman produk kepada pelanggan maupun bisnis lain yang sudah membeli dari perusahaan.

Menurut Staton (1995) pemasaran diartikan sebagai suatu keseluruhan sistem dari aktivitas usaha yang dibentuk dalam melakukan rencana, penentuan harga, promosi, dan distribusi produk yang mendukung tingkat kepuasan pelanggan saat ini maupun konsumen baru. Dari beberapa pengertian mengenai pemasaran, konsumen menjadi dominan dalam suatu rantai pemasaran karena perusahaan harus memposisikan dirinya sebagai seorang konsumen untuk mengetahui keinginan konsumen disertai survei pasar.

Jika dalam suatu bisnis terdapat pemasaran, maka ada juga penjualan. Penjualan berarti sekumpulan aktivitas yang dijalankan oleh suatu perusahaan mulai dari menciptakan suatu permintaan produk, mencari dan menemukan pembeli yang berminat pada produk yang dibuat, serta kesepakatan harga yang dicapai dengan syarat-syarat dalam membeli produk. Dalam penjualan, perusahaan harus mengenal konsumennya karena hal ini sangat penting untuk menentukan program yang mencapai keberhasilan, rancangan yang dibuat pada suatu produk, harga yang ditawarkan, proses distribusi, serta beberapa aspek lainnya dalam penjualan.

Dalam strategi, pemasaran dan penjualan merupakan satu kesatuan sehingga tidak dapat dipisahkan. Keduanya pun membutuhkan konsumen yang menjadi fondasi kuat dalam pengaplikasiannya. Dengan adanya kedua konsep ini, produk yang dibuat mampu bersaing dalam pasar.

Peramalan Penjualan

Peramalan penjualan (Makridakis,1993) sangat diperlukan dalam menentukan jumlah produk yang harus diproduksi dalam bisnis dan dijual untuk memperkecil risiko kerugian yang akan terjadi pada suatu bisnis. Peramalan penjualan diartikan sama dengan peramalan permintaan yaitu suatu prediksi pada permintaan produk atau layanan yang harus disiapkan oleh perusahaan sehingga mampu mengendalikan kapasitas dari produksi serta sistem dan rencana dalam membuat jadwal pemasaran, terutama di bidang keuangan untuk rencana pemasukan. Prakiraan penjualan menurut Nafarin (2004:24) adalah suatu proses aktivitas yang memperkirakan penjualan produk pada masa mendatang berdasarkan data yang sudah ada.

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan menurut Mohammad Saroni (2012:45) adalah suatu pendidikan yang meliputi aspek kewirausahaan sebagai bagian yang penting. Standar proses dan model pembelajaran pada kurikulum 2013 telah dinyatakan dalam Permendikbud Nomor 65 Tahun 2013 yang meliputi model pembelajaran berupa inquiry based learning, discovery learning, problem based learning, dan project based learning.

Inquiry Based Learning

Dalam inquiry based learning, peserta didik diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan, melakukan survei atau pencarian, melakukan eksperimen, hingga penelitian dalam kegiatan pembelajarannya. Pembelajaran secara inquiry juga dinyatakan oleh Bell (Priansa, 2017) sebagai keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh pelajar dalam memanipulasi, membuat struktur yang jelas, mencari hingga menemukan informasi baru sebagai suatu pengetahuan yang baru.

Discovery learning

Model pembelajaran discovery learning merupakan suatu proses pembelajaran yang memahami suatu pengertian, konsep, dan hubungan yang terjadi melalui proses naluri yang dikembangkan hingga mencapai suatu sumsi. Strategi kerja dalam model pembelajaran discovery learning adalah pemberian suatu rangsangan (stimulation), identifikasi atau mencari pernyataan dari masalah yang sedang terjadi (problem statement), pemngumpulan data (data collection), pengolahan data (data processing), memeriksa data yang sudah dibuat (verification), lalu menarik suatu kesimpulan (generalization).

Problem Based Learning

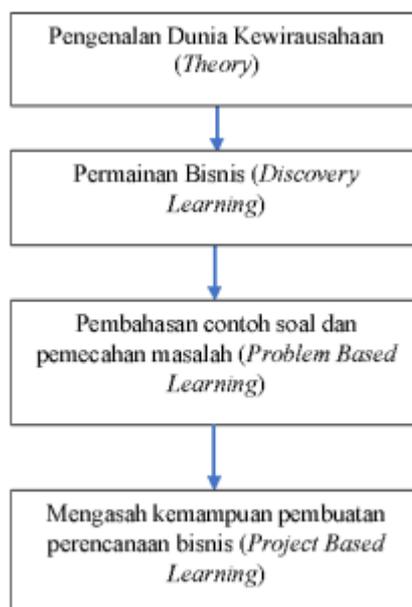
Pembelajaran yang melakukan pendekatan pada masalah-masalah yang terjadi secara faktual disebut sebagai model pembelajaran problem based learning. Pembelajaran ini dibuat agar pelajar dapat berkembang secara kemampuan dalam berpikir kritis, mandiri, dan menambah rasa percaya diri. Cara bekerja metode ini adalah peserta didik dikenalkan pada suatu masalah yang memiliki kaitan dengan materi yang sedang dibahas, lalu peserta didik akan mencari penyelesaian yang tepat dari masalah tersebut. Hal ini dapat meningkatkan daya berpikir yang cepat dan tepat bagi peserta didik.

Project Based Learning

Dalam ciri-cirinya, Project based learning berbeda dari model lainnya. Perbedaan itu terjadi karena pada project based learning terdapat pusat penting dalam pembelajaran dengan fokus pertanyaan yang diberikan mengarahkan peserta didik untuk mencari suatu solusi dengan materi yang sesuai. Project based learning juga membangun pengetahuan untuk melakukan penelitian independen yang berfokus pada pekerjaan yang sesuai dengan situasi yang aktual.

3. METODE PELAKSANAAN PKM

Dalam kegiatan Pelaksanaan pelatihan Masyarakat ini terdapat 4 bagian metodologi pelaksanaan seperti:



Gambar 1. Pelatihan Kewirausahaan (Gozali dkk, 2020; Gozali dll, 2021)

4. PENGEMBANGAN KURIKULUM KEWIRAUSAHAAN

SMK Triguna adalah Pendidikan kejuruan yang lebih menitikberatkan inti pembelajaran dari siswa didik pada bidang bisnis dan manajemen. Bertempat di Jakarta Selatan, SMK ini dibangun sejak tahun 1956 adalah diperuntukkan untuk mampu menjawab perubahan zaman dalam menerapkan hasil pendidikan kewirausahaan sehingga mampu menularkan kesuksesan bisnis parax siswa sehingga menjamin kemandirian di kemudian hari.

Umumnya, kegunaan dari pembangunan ketrampilan dan sikap kewirausahaan dapat mengembangkan motivasi kewirausahaan yang berakar kuat pada diri para siswa sehingga dapat memulai bisnis yang cocok dengan kemampuan diri dan persyaratan di dunia usaha. Pada saat ini, potensi mikro yang diemban adalah percaya diri, dapat memutuskan dalam permasalahan dengan tepat sesuai dengan dasar nilai dan keimanan yang benar, bertujuan untuk memperoleh hasil yang baik serta mampu menjalankan kewajiban sehingga mendapatkan hasil yang berguna, serta mampu mengambil resiko, membangun pandangan yang baik jauh ke depan serta dapat proaktif berpikiran maju dan kreatif dan juga mampu mengembangkan potensi diri, bisnis yang inovatif dilandasi oleh nilai-nilai sosial iman dan kebijaksanaan budaya lokal.

Hasil dari kebutuhan lapangan, sehingga lahirlah misi kompetensi yang sebaiknya menjadi kesadaran semua prodi/bidang studi di SMK Triguna 1956 seperti dibawah ini:

1. Penyadaran diri dari para siswa sehingga mampu menjadi warga yang berbudi pekerti baik, berperilaku terdidik, terhormat dan dapat dengan kemampuan sendiri mengasah talenta serta bakat yang dimilikinya.
2. Memperoleh karya dan ketrampilan serta potensi yang diperoleh dari buah Pendidikan mata ajaran kewirauahaan yang membangun secara kemampuan bersaing di dunia usaha.
3. Mengerti situasi, kondisi serta kebutuhan dari dunia usaha dan lingkungannya sehingga mampu memotivasi kaum muda dalam membangun suatu dunia bisnis.
4. Mampu memilih bidang bisnis yang akan dikembangkan dan diusahakan secara mandiri dan berkesinambungan sesuai kebutuhan pasar & lingkungan.

5. Memiliki jiwa pemberani dalam berbagi dan mengambil resiko yang sudah dikalkulasi dalam pembangunan kemampuan diri serta mampu menjalankan bisnis berdasarkan pemikiran yang baik dan matang.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kesempatan kali ini, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) memilih SMK Triguna 1956 sebagai target pelaksanaannya. PKM yang mengangkat tema “Pembelajaran Peramalan Bisnis” ini melibatkan partisipasi dosen dan beberapa mahasiswi semester 4 Teknik Industri Universitas Tarumanagara yaitu: Lina Gozali, S.T., M.M., Ph.D, Laurencia Tiffany, Jennifer Juyanto, Evera Olivia, dan Vanecia Marchella. Tema yang dipilih diharapkan dapat membantu para siswa SMA mengenal dunia kewirausahaan dan memahami perkiraan produk yang harus dihasilkan atau dijual dilihat dari jumlah permintaan yang ada di masyarakat.

Adapun pelaksanaannya dilakukan secara luring pada hari Kamis, 24 Maret 2022 di gedung sekolah SMK Triguna 1956 dan dihadiri oleh 15 siswa/i kelas 12 dan 1 guru pendamping. Kegiatan model pembelajaran ini mendapat tanggapan yang sangat baik dari para siswa/i dan guru SMK Triguna 1956 yang hadir dan bahkan mereka mengharapkan adanya lagi kegiatan seperti ini di waktu mendatang.

Rangkaian kegiatan dimulai dengan pengarahan oleh pendidik SMK Triguna 1956 yang kemudian diambil alih oleh dosen pelaksana PKM. Selanjutnya adalah pemutaran video seputar dunia bisnis dan kewirausahaan, dilanjutkan dengan pemaparan materi dan ditutup dengan bermain *games* serta menjawab pertanyaan kuis mengenai materi yang telah disampaikan sebelumnya. Bagi para peserta didik yang berhasil menjawab pertanyaan dengan benar mendapatkan hadiah. Hasilnya terdapat 3 orang peserta didik kelas 10 yang berhasil menjawab kuis dengan tepat, dan terdapat 18 orang siswa didik yang bisa memecahkan soal perhitungan dengan benar. Akhirnya setelah lebih kurang satu jam 15 menit, kegiatan PKM ini sampai di penghujung acara yang ditutup dengan foto bersama sebagai dokumentasi dan kenang-kenangan. Selamat bagi para pemenang, besar harapan bahwa manfaat dan niat baik dari kegiatan ini dapat berguna kepada semua siswa didik yang selesai mengikuti pelatihan ini.



Gambar 2. Suasana Pelatihan Siswa SMK Triguna 1956



Gambar 3. Tiga siswa SMK Triguna yang berhasil menjawab pertanyaan dan mendapatkan hadiah



Gambar 4. Foto Bersama dengan siswa setelah pelatihan

6. KESIMPULAN

Belajar kewirausahaan diharapkan dapat menginisiasi kesadaran berbisnis, meningkatkan pemahaman akan perkiraan produk, permintaan yang ada di masyarakat, dan juga memperoleh manfaat yang besar yaitu pengembangan ketajaman bisnis. Selain itu, mendalami ilmu kewirausahaan dapat menjadi sumber motivasi bagi individu yang berminat untuk memasuki dunia bisnis.

Baiknya pembelajaran kewirausahaan kepada siswa tidak hanya sekedar teori, akan tetapi ada wujud praktik nyata dengan menerjunkan siswa langsung ke lapangan dan diberi materi praktik. Pelatihan ini terdiri dari 4 tahap dimana tahap pengenalan dunia bisnis, permainan bidang kewirausahaan, perhitungan contoh pertanyaan dan *problem solving* serta menggali kemampuan perancangan usaha.

Skill komunikasi, *leadership*, dan membangun relasi yang luas dengan pelaku-pelaku dunia usaha adalah keahlian yang tidak dapat lepas dari dunia kewirausahaan. Di samping itu, masih ada juga kemampuan untuk memecahkan masalah, *decision making*, membuat perencanaan bisnis, kedisiplinan dan manajemen waktu yang juga perlu dikembangkan melalui pembinaan dan pengalaman.

Pendidikan manajemen juga didasari oleh perhitungan matematis dari *framework* atau permasalahan sederhana. Dengan pengumpulan dan pengolahan data nantinya dapat ditarik kesimpulan untuk membaca pola kebutuhan pasar. Dari hal ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi para *pemula bisnis* untuk memahami *pattern* permintaan konsumen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga usahanya dapat berkembang.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih saya ucapkan terhadap bantuan dan kerja sama dari pihak SMK Triguna 1956 terlebih kepada pimpinan SMK Triguna 1956, Jakarta Selatan. Semoga manfaat dan itikad baik dari kegiatan ini dapat tersampaikan kepada seluruh siswa didik yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini.

Atas hubungan baik yang terjalin selama ini dan di masa depan, saya ucapkan terima kasih.

REFERENSI

- Gitosudarmo, I. (2008). *Marketing management*. Yogyakarta: BPFE.
- Gozali, L., Daywin, F. J., Doaly, C. O., & Laricha, L. 2020 "*Pelatihan Kewirausahaan Kepada Siswa SMK Triguna (bidang keahlian "bisnis manajemen" di Jakarta Selatan)*).
- Gozali, L., Yulianti, F., Pratama, M. N., Putri, N. V., Fransiska, P., & Kiwan, M. 2021. UPAYA PENGEMBANGAN KURIKULUM KEWIRAUSAHAAN DARI UNIVERSITAS TARUMANAGARA KEPADA PESERTA DIDIK SMA DON BOSCO PADANG, SUMATERA BARAT. *Prosiding SENAPENMAS*, 743-752.
- Hayani, N. (2012). *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*.
- Indriyo, G. (2008). *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan pertama. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Concepto de marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Makridakis. (1993). *Metode dan Aplikasi Peramalan*. Jakarta: Bina Aksara.
- Mohammad, S. (2012). *Mendidik & Melatih Entrepreneur Muda: Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan bagi Anak Didik*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nafarin, M. (2004). *Penganggaran perusahaan*, edisi revisi. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Pengembangan Strategi & Model Pembelajaran: Inovatif, Kreatif, Dan Prestatif Dalam Memahami Peserta Didik*.
- Stanton, A. (1995). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Umar, H. (2002). Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi. Gramedia Pustaka Utama.