

## Kewirausahaan Dan Strategi Pemasaran Bagi Guru Dan Siswa Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan

Bida Sari<sup>1</sup>, Maryati Rahayu<sup>2</sup>, Nastiti Edi Utami<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Persada Indonesia YAI

Jl. Diponegoro, No.74, Jakarta, Indonesia

E-mail : [saribida73@gmail.com](mailto:saribida73@gmail.com)<sup>1</sup>, [ayu.mr77@gmail.com](mailto:ayu.mr77@gmail.com)<sup>2</sup>, [nastitsem@gmail.com](mailto:nastitsem@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memotivasi pihak sekolah untuk memberikan pembelajaran khusus yang berhubungan dengan kewirausahaan pada pengajar dan siswa SMK 1 PKP JIS. Pembelajaran mengenai kewirausahaan perlu ditanamkan sejak dini pada siswa/i SMK, ditujukan untuk menanamkan mentalisme wirausaha. Pembelajaran tersebut diharapkan dapat merubah pola pikir siswa/i di masa depan, karena menumbuhkan jiwa wirausaha sejak dini, terutama di usia muda diharapkan dapat menciptakan terbentuknya individu-individu yang kreatif dan kaya akan inovasi. Salah satu aspek yang sangat vital dalam mempelajari kewirausahaan yaitu bidang pemasaran, sehingga harus juga dipelajari mengenai strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam menjalankan usaha dan menghadapi persaingan bisnis. Dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran yang tepat dalam menjalankan kegiatan bisnis, diharapkan dapat menghadapi persaingan sekaligus dapat meraih keberhasilan bisnis.

**Kata kunci :** Kewirausahaan, Strategi Pemasaran

### ABSTRACTION

*This community service activity aims to motivate the school to provide special learning related to entrepreneurship for teachers and students of SMK 1 PKP JIS. Learning about entrepreneurship needs to be instilled in SMK students from an early age, aimed at instilling an entrepreneurial mentality. This learning is expected to change the mindset of students in the future, because it fosters an entrepreneurial spirit from an early age, especially at a young age, it is expected to create the formation of individuals who are creative and rich in innovation. One aspect that is very vital in studying entrepreneurship is the field of marketing, so it must also be learned about marketing strategies can be used in running a business and facing business competition. By using the right marketing concepts and strategies in carrying out business activities, it is expected to be able to face competition while at the same time achieving business success.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Marketing Strategy*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Angka pertumbuhan tenaga kerja di Indonesia terus meningkat, tidak sebanding dengan lapangan kerja yang

tersedia, sehingga menambah semakin tingginya persaingan dalam mencari pekerjaan dan mengakibatkan angka pengangguran bertambah. Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia mayoritas

disumbang oleh tenaga terdidik yaitu lulusan SMA/SMK, diploma maupun sarjana-sarjana lulusan universitas di Indonesia.

Pada Februari 2020, TPT Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih yang paling tinggi diantara tingkat pendidikan lain (8,49 persen), sedangkan TPT terendah adalah pada jenjang pendidikan SD ke bawah (2,64 persen). Dibandingkan dengan kondisi setahun yang lalu, TPT pada seluruh jenjang pendidikan mengalami penurunan sebesar 0,01 sampai 0,51 persen poin. (*Badan Pusat Statistik*, n.d.)

Menurut David McClelland (sosiolog), mengatakan apabila sebuah negara ingin menjadi makmur, minimal sejumlah 2% dari prosentase keseluruhan penduduk di negara tersebut menjadi entrepreneur (wirausaha). Begitu pun menurut Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki (2020), rasio kewirausahaan Indonesia sekitar 3,47%. dan ini cukup rendah bila dibandingkan dengan sesama negara ASEAN, yaitu Singapura yang mencapai 8,76%, Thailand 4,26%, dan Malaysia 4,74%. (Nurmayanti, 2020).

Sewaktu menjabat menjadi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud), Muhadjir Effendy kala itu menyampaikan dalam sambutannya pada seminar SMK Menyongsong Revolusi Industri 4.0 di Graha Utama kantor Kemendikbud bahwa "Salah satu alternatif yang bagus ya mendorong anak-anak untuk menjadi wirausaha. Terutama anak-anak yang memiliki imajinasi yang kuat, punya mimpi besar, sebaiknya disiapkan untuk menjadi wirausaha".

Para guru memiliki peran yang strategis dalam proses transformasi budaya entrepreneurship kepada murid-muridnya. Proses transformasi budaya tersebut hanya dapat berlangsung oleh orang-orang yang berjiwa entrepreneur (*Modul Kewirausahaan - Google Books*, 2019).

Untuk itu jiwa menjadi wirausaha harus ditumbuhkembangkan, dengan dibekali pengetahuan seputar kewirausahaan, sehingga akan membangkitkan semangat masyarakat Indonesia khususnya generasi muda, untuk ikut menciptakan lapangan kerja dengan berwirausaha, tidak hanya menjadi pencari kerja (job seeking). Dalam mengembangkan jiwa wirausaha pada siswa SMK pengenalan materi tentang kewirausahaan sangat dibutuhkan oleh siswa SMK selain pendidikan keterampilan yang dibutuhkan.

Pendidikan kewirausahaan yang diterapkan pada kurikulum sekolah diharapkan dapat menguntungkan siswa dari semua latar belakang sosial ekonomi karena mengajarkan siswa untuk berpikir luas dan mengasah bakat dan keterampilan yang tidak konvensional. Lebih jauh lagi, ini menciptakan peluang kerja, menjamin keadilan sosial, menanamkan kepercayaan diri dan merangsang ekonomi.

Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan wirausaha yang perlu dibekali ke peserta didik dalam pendidikan kewirausahaan. Salah satu aspek yang sangat vital yaitu aspek atau bidang pemasaran. Karena produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh produsen (wirausaha atau pengusaha) tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli ataupun peminatnya. Produsen membutuhkan konsumen atas produk atau jasa yang dihasilkannya melalui kegiatan pemasaran. (Tim Abdimas, 2021).

Aspek pemasaran tersebut menjadi kunci keberhasilan dalam menjalankan sebuah usaha (Antonius, 2020). Karena dalam mendistribusikan suatu produk tidaklah mudah mengingat besarnya kemungkinan banyak perusahaan yang menjual produk yang sama dan tempat yang sama sehingga akan menimbulkan kompetisi dalam pemasaran suatu produk. Untuk itu harus juga dipelajari mengenai strategi pemasaran apa yang

dapat digunakan dalam persaingan bisnis. Dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran yang tepat dalam menjalankan kegiatan bisnis, diharapkan produsen (wirausaha atau pengusaha) dapat menghadapi persaingan sekaligus dapat mengembangkan dan meraih keberhasilan dalam bisnisnya.

Strategi pemasaran merupakan proses pengambilan keputusan-keputusan mengenai biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam keterkaitan dengan kondisi lingkungan dan kondisi persaingan yang diharapkan. Aspek pemasaran dalam kewirausahaan yang merupakan ujung tombak dari aspek pemasaran adalah promosi (Antonius, 2020).

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan produsen dalam bidang pemasaran untuk tujuan meningkatkan hasil produk. Dewasa ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Promosi dengan adanya pemanfaatan media sosial diharapkan lebih banyak orang yang dapat melihat produk yang ditawarkan atau dijual, sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul: **Kewirausahaan Dan Strategi Pemasaran Bagi Guru Dan Siswa Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan**

### 1.2 Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bentuk penyuluhan yang memotivasi pihak kepala sekolah dan guru-guru agar mulai memasukkan program atau kegiatan khusus yang berhubungan dengan kewirausahaan bagi guru dan kurikulum muridnya.

2. Memberikan ide-ide mengenai bagaimana membentuk dan membuat produk yang bernilai jual.

3. Menambah pengetahuan mengenai strategi pemasaran dalam bisnis.

### 1.3 Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat dari kegiatan yang diadakan ini sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman pihak sekolah (kepala sekolah dan guru-guru) agar mulai memasukkan program atau kegiatan khusus yang berhubungan dengan kewirausahaan bagi guru dan muridnya untuk dapat merintis mempunyai kegiatan kewirausahaan.

2. Pihak sekolah (kepala sekolah dan guru-guru) mendapatkan tambahan ilmu mengenai bagaimana membangun dan membuat produk yang bernilai jual untuk diajarkan ke para siswa/i nya

3. Mendapatkan pengetahuan dalam pemasaran bisnis atas produk yang dihasilkan.

### 1.4 Target dan Luaran

Adapun target dan luaran yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Bertambahnya program atau kegiatan khusus yang diberikan pihak sekolah bagi para guru dan siswa/i-nya tentang kewirausahaan guna memberikan nilai tambah bagi kegiatan dan kehidupan pesantren yang dimiliki oleh sekolah tersebut.

2. Mampu membangun ide dan kreatifitas bagaimana cara membuat produk yang bernilai jual.

3. Mampu memasarkan produk yang dimiliki dengan strategi pemasaran yang tepat.

## 2. PERMASALAHAN

Dari Survey pendahuluan dan observasi yang kami lakukan, maka disimpulkan bahwa potret permasalahan yang dihadapi mitra adalah :

1. Belum memiliki program atau kegiatan khusus yang berhubungan

dengan kewirausahaan bagi guru dan muridnya guna memberikan nilai tambah bagi kegiatan dan kehidupan pesantren yang dimiliki oleh sekolah tersebut.

2. Belum mempunyai ide dan kreatifitas membuat produk yang dapat bernilai jual.
3. Kurang memahami strategi pemasaran dan implementasinya dalam memasarkan suatu produk.

### 3. METODOLOGI

Metode yang kami gunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

#### 1. Survey Pendahuluan

Survey pendahuluan ditujukan untuk mengetahui latar belakang mitra, permasalahan dan solusi yang telah dilakukan. Dari survey pendahuluan tersebut disepakati diadakannya pengabdian kepada masyarakat dari tim dosen dengan para pengajar SMK PKP JIS yang bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada para guru-guru dan siswa SMK JIS PKP Jakarta agar mendapatkan tambahan wawasan, ilmu dan motivasi mengenai kewirausahaan, bagaimana membuat suatu produk mempunyai nilai jual untuk diajarkan ke para siswa/i nya dan juga mampu memberikan nilai tambah bagi kegiatan dan kehidupan pesantren yang dimiliki oleh sekolah tersebut.

#### 2. Observasi

Kami melakukan observasi terlebih dahulu karena observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala-gejala yang ada. Dan dari hasil observasi kami dapat mengetahui permasalahan yang ada pada mitra sasaran. Calon mitra sangat kooperatif dan partisipatif dalam memberikan keterangan-keterangan, data-data dan

informasi yang diperlukan kepada tim dosen. Begitu juga pada saat tim merencanakan waktu dan tempat kegiatan pelatihan, bimbingan dan pendampingan, mitra dengan antusias memberikan alternatif waktu kegiatan.

#### 3. Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

Dikarenakan adanya penerapan PSBB oleh pemerintah yang tidak memungkinkan pelaksanaan kegiatan abdimas secara tatap muka langsung, maka tim pengabdian masyarakat melakukan penyuluhan secara online (Webinar) melalui Aplikasi Zoom Cloud Meeting kepada mitra SMK I PKP JIS Jakarta binaan DEA Training and Education Center, yang telah dilaksanakan pada hari kamis dan jumat, tanggal 1-2 April 2021 mulai pukul 14.00 s.d selesai melalui Link aplikasi : <https://us02web.zoom.us/j/82769096936>.

Pelaksanaan kegiatan Webinar Pengabdian Masyarakat ini bersifat insidental dengan peserta penyuluhan adalah seluruh perangkat sekolah (kepala sekolah, guru-guru dan siswa/i) SMK I PKP JIS dan anggota tim abdimas dosen yang terdiri dari gabungan beberapa perguruan tinggi di Jakarta dengan tema umum adalah “Kewirausahaan untuk Madrasah”, namun setiap tim memberikan materi yang berbeda-beda.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

SMK 1 PKP Jakarta Islamic School adalah sekolah yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas bagi peserta didik yang memiliki potensi dan kecerdasan istimewa. SMK I JIS PKP yang berlokasi di Jalan Raya Pkp, RT.1/RW.12, Kelapa Dua Wetan Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.



Gambar 1. Kegiatan Lab Bahasa Siwa/i SMK 1 PKP Jakarta Islamic School



Gambar 2. Kegiatan Lab Komputer Siwa/i SMK 1 PKP Jakarta Islamic School

Penyuluhan dalam bentuk Webinar diawali dengan pembukaan acara oleh moderator dan kata sambutan oleh ketua tim abdimas. Selanjutnya pemaparan materi dimulai dengan penjelasan mengenai apa itu Kewirausahaan dan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha, Gambaran Produk yang Berpeluang Bernilai Jual, Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis dan terakhir Digital Marketing sebagai Wadah Promosi Hasil Wirausaha

Pengembangan minat kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dipandang strategis untuk menyiapkan generasi mendatang yang produktif dan berkarakter. Demikian juga yang dilakukan oleh SMK 1 PKP Jakarta Islamic School. Salah satunya adalah dengan bekerja sama dengan Tim Abdimas Lintas Universitas untuk memberikan pengarahan dan

pengalamannya dalam kegiatan menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam menjual hasil produknya.

Pemasaran menempati posisi yang strategis untuk mencapai suatu keberhasilan pada sebuah bisnis. Meskipun sebuah produk memiliki kualitas yang baik, tetapi tidak akan bisa menghasilkan keuntungan berlipat apabila tidak diiringi dengan strategi pemasaran yang jitu.

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat. Strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran (Kotler,2017).



Gambar 3. Materi yang diberikan Pengabdian Masyarakat



Gambar 4. Pemaparan Materi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

Dalam pemasaran kita dapat menerapkan analisis SWOT, yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 5. Analisis SWOT

Ada beberapa strategi pemasaran yang cocok untuk semua jenis usaha di era digital sekarang ini, yaitu : (a) Pemasaran Sosial Media , (b) Membuat Website, (c) Penjualan Melalui Marketplace, (d) Membuat Video Promosi Melalui Youtube, (e) Pemasaran Dengan Menggunakan Meme, (f) Endorsement Kepada Selebgram, (g) Membuat Spanduk Atau Brosur Menarik, (h) Memahami Target Pasar Produk, (i) Masuk Ke Komunitas Sesama Pebisnis, (j) Memperluas Relasi Dengan Media. (Ayunda, 2020).

Saat webinar berlangsung tampak beberapa peserta kegiatan aktif bertanya mengenai ke-empat materi yang diberikan. Dan para pembicara memberikan jawaban yang bisa memuaskan peserta webinar berkenaan dengan pertanyaan yang diajukannya. Indikator keberhasilan pengabdian pada masyarakat ini adalah :

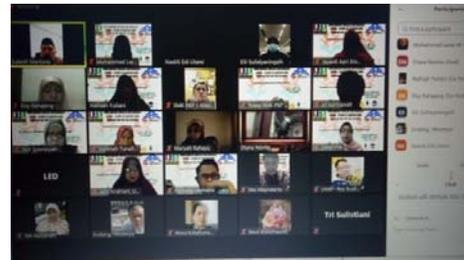
1. Antusiasme peserta dalam pelaksanaan webinar terlihat dari banyaknya peserta yang mengikuti webinar ini.
2. Peserta berhasil termotivasi dengan materi yang ada dengan adanya ide-ide yang baru yang akan di implementasikan

Pelatihan berjalan lancar. Setelah sesi webinar berakhir, tim dosen melakukan foto bersama dengan peserta dan pembicara menggunakan aplikasi Zoom Cloud Meeting.

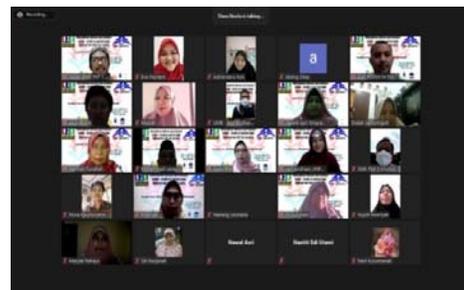
Berikut adalah banner dan foto-foto pelaksanaan kegiatan Webinar Abdimas:



Gambar 6. Banner Acara Pengabdian Masyarakat



Gambar 6. Peserta Pengabdian Masyarakat (1)



Gambar 7. Peserta Pengabdian Masyarakat (2)

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan ini merupakan bentuk penyuluhan serta pemberian motivasi kepada pihak kepala sekolah dan guru-guru untuk mengadakan program atau kegiatan khusus yang berhubungan dengan kewirausahaan bagi guru dan muridnya dan memberikan wawasan dan ide-ide mengenai produk yang bernilai jual.

Selain itu peserta juga diberikan penyuluhan mengenai bagaimana menggunakan strategi dalam pemasaran dan beberapa strategi pemasaran yang cocok untuk semua jenis usaha di era digital sekarang ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Antonius. (2020). Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam Berwirausaha.

<https://medium.com/@nius94490/beberapa-aspek-yang-perlu-diperhatikan-dalam-berwirausaha-ebc9d413bf71>

Ayunda. (2020). *10 Strategi Promosi Kekinian Yang Cocok Untuk Banyak Jenis Bisnis*.  
<https://accurate.id/Marketing-Manajemen/10-Strategi-Promosi/>  
<https://accurate.id/marketing-manajemen/10-strategi-promosi/>

Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved January 28, 2022, from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1672/februari-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-99-persen.html>

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/03/mendikbud-dorong-siswa-smk-jadi-wirausaha-di-era-industri-40>

Kotler, Philip. (2017), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

*Modul Kewirausahaan - Google Books*. (2019). Irhadtanto, Boedy; Stevani, Frury & Sarjono.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Modul\\_Kewirausahaan/z4dVEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+kewirausahaan&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Modul_Kewirausahaan/z4dVEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+kewirausahaan&printsec=frontcover)

Nurmayanti. (2020). *Rasio Kewirausahaan Indonesia Baru 3,47 Persen, Tertinggal dari*

*Malaysia dan Thailand - Bisnis Liputan6.com*. Liputan6.  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4388954/rasio-kewirausahaan-indonesia-baru-347-persen-tertinggal-dari-malaysia-dan-thailand>