

Pengembangan Jiwa Wirausaha dengan Memanfaatkan Media Sosial di Masa Pandemi Covid19 pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo

Dinalestari Purbawati¹, Robetmi Jumpakita Pinem²

Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang

¹dinapyu@gmail.com

Abstrak — Kewirausahaan merupakan salah satu dimensi penting dalam membentuk jiwa pemuda Indonesia, disamping jiwa kepemimpinan dan kepeloporan. Pelatihan kewirausahaan pemuda bertujuan untuk mengembangkan potensi keterampilan pemuda serta kemandirian dalam berusaha. Pandemi covid-19 telah banyak merubah aspek kehidupan. Teknologi digital menjadi satu kebutuhan di era pandemi covid-19. Program pelatihan menggunakan media sosial sebagai alat untuk berwirausaha, sehingga dapat menghasilkan pendapatan. Kegiatan ini diharapkan nantinya memberikan gambaran tentang peluang dan memberikan semangat untuk siswa SMK dalam berwirausaha. Program pelatihan diberikan kepada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo dilaksanakan secara daring live melalui Instagram karena terkendala dengan kondisi pandemi covid-19. Kegiatan ini diikuti oleh 37 Siswa SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo. Pelatihan kewirausahaan ini diharapkan dapat membuka mindset serta memotivasi siswa SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo untuk dapat memanfaatkan peluang dan menghasilkan pendapatan dari kegiatan – kegiatan sederhana yang telah biasa mereka kerjakan. Siswa dapat mengeksekusi ide bisnis yang telah mereka pikirkan, karena bisnis tidak hanya dipikirkan, akan tetapi dijalankan. Pelatihan kewirausahaan yang efektif diharapkan akan dapat menstimulasi terciptanya para wirausaha muda, demi peningkatan taraf perekonomian yang lebih baik..

Kata kunci — wirausaha, covid-19, digital marketing

I. PENDAHULUAN

Kondisi pandemi covid-19 yang sedang melanda saat ini banyak mempengaruhi beragam aspek, salah satunya aspek ekonomi. Aspek ekonomi secara makro maupun mikro sangat terdampak oleh kondisi pandemi covid-19, sehingga dibutuhkan penciptaan peluang-peluang usaha untuk membantu pergerakan laju ekonomi yang melamban. Stimulasi penciptaan peluang – peluang usaha salah satunya melalui pelatihan kewirausahaan.

Kewirausahaan merupakan salah satu dimensi penting dalam membentuk jiwa pemuda Indonesia, disamping jiwa kepemimpinan dan kepeloporan sebagaimana termuat dalam Tujuan Pembangunan Kepemudaan pasal 3, Undang-Undang (UU) No.40 Tahun 2009. Kewirausahaan pemuda perlu dikembangkan untuk mendorong kemandirian pemuda dibidang ekonomi, mengingat tingkat pengangguran di Indonesia saat ini masih cukup tinggi (Kemenpora, 2016). Berdasarkan data BPS, telah terjadi kenaikan jumlah pengangguran di Indonesia sebesar 10.000 orang menjadi 7,04 juta

pada Agustus 2017 dibandingkan tahun 2016 (Kompas, 2017). Pengangguran ini berasal dari beragam kalangan, baik dari kalangan terdidik maupun sebaliknya.

Fenomena pengangguran di kalangan terdidik, selain disebabkan karena terbatasnya lapangan pekerjaan, juga disebabkan karena tidak sinkronnya kualifikasi lulusan dengan kebutuhan pasar tenaga kerja/usaha (link and match). Namun, hal tersebut juga sekaligus menjelaskan masih rendahnya tingkat kewirausahaan yang dapat dihasilkan dari dunia pendidikan. Rendahnya tingkat kewirausahaan juga masih terjadi. Oleh karena itu, upaya pengembangan kewirausahaan khususnya di usia pemuda melalui kegiatan pelatihan akan terus digalakkan. Sebagai salah satu unsur penting dalam upaya menciptakan wirausaha muda yang tangguh adalah melalui pelatihan.

Pelatihan kewirausahaan pemuda bertujuan untuk mengembangkan potensi keterampilan pemuda serta kemandirian dalam berusaha. Pengembangan kewirausahaan pemuda merupakan tanggung jawab bersama baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat

maupun organisasi kepemudaan dalam rangka meningkatkan peran pemuda untuk aktif meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sasaran program pelatihan kewirausahaan adalah para siswa SMK 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo. Kegiatan dilaksanakan melalui live Instagram, mengingat kondisi pandemi covid-19 sehingga tidak memungkinkan pelatihan dilaksanakan tatap muka secara langsung.

Tujuan pelatihan kewirausahaan kepada siswa SMK 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo adalah sebagai berikut,

- 1) Mengembangkan minat dan motivasi siswa untuk terjun ke dunia wirausaha;
- 2) Mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan tata kelola usaha, produksi, pemasaran serta jejaring kemitraan bisnis;
- 3) Mengembangkan kemampuan wirausaha muda dalam upaya pengembangan kewirausahaan.

II. LITERATUR REVIEW

A. Pelatihan kewirausahaan

Pelatihan kewirausahaan pemuda merupakan bagian dari sistem pengembangan kewirausahaan pemuda yang dikembangkan oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga. Pengembangan kewirausahaan pemuda di Indonesia didasarkan pada karakteristik pemuda itu sendiri dengan tetap memperhatikan nilai-nilai sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat (Kemenpora, 2016).

Pengembangan kewirausahaan pemuda membutuhkan penelusuran minat, bakat dan potensi yang ada. Penelusuran minat, bakat dan potensi pemuda dilaksanakan oleh Pemerintah, pemerintah daerah, organisasi kepemudaan dan/atau masyarakat. Dengan adanya penelusuran minat, bakat dan potensi yang ada, diharapkan program kewirausahaan yang akan dikembangkan mendapat dukungan sepenuhnya dari pemuda dan tepat sasaran.

Pengembangan kewirausahaan pemuda mencakup tahapan-tahapan sebagai berikut,

- 1) Tahap Akan Memulai Usaha (*Pre start-up stage*)

Tahapan ini merupakan tahapan awal dalam pengembangan kewirausahaan. dengan melakukan program penyadaran akan pentingnya kewirausahaan pemuda. Tahapan awal ini juga merupakan tahapan untuk memberikan motivasi untuk membentuk sikap dan mental serta semangat untuk berwira-usaha, menggali ide-ide

dan minat untuk berusaha yang sesuai dengan bakat dan potensi yang dimiliki, dan mulai merumuskan perencanaan usaha yang akan dikembangkan berdasarkan ide-ide yang sudah muncul.

- 2) Tahap Memulai Usaha (*The start-up stage*)

Tahapan ini adalah tahapan dimana rencana usaha yang sudah dirumuskan sebelumnya mulai dijalankan. Pada tahapan ini sudah mulai dilakukan proses produksi dengan mulai belanja bahan produksi, proses produksi, dan memasarkan hasil produksi. Pada tahapan ini juga sudah mulai dikelola cash flow dan laporan keuangan lainnya. Pada tahap usaha mulai dijalankan ini, wirausahawan memerlukan pendampingan dan pembimbingan untuk menjalankan usahanya.

- 3) Tahap Pertumbuhan Awal (*Early-growth stage*)

Tahapan awal pertumbuhan merupakan tahapan dimana wirausaha mulai tumbuh dan berkembang. Pada tahapan ini, usaha sudah mulai berjalan dengan baik, sehingga perlu dilakukan langkah-langkah pengembangan usaha.

Namun untuk dapat melakukan pengembangan usaha, wirausaha pemula seringkali dihadapkan pada keterbatasan modal dan teknologi untuk pengembangannya. Pola-pola pendampingan dan pengembangan promosi sangat diperlukan dalam tahapan ini, sehingga wirausahawan dapat melakukan pengembangan usahanya. Pengembangan usaha dilakukan dengan peningkatan produksi maupun perluasan pasar.

- 4) Tahap Pertumbuhan Lanjutan (*Later-growth stage*)

Tahap pertumbuhan lanjutan merupakan tahapan dimana wirausahawan sudah cukup matang dan mampu mengelola usahanya dengan baik. Pada tahapan ini biasanya ditandai dengan pengembangan diversifikasi usaha, melebarkan wilayah dan jaringan pemasaran serta melakukan inovasi-inovasi produk baru. Pada tahapan pertumbuhan lanjutan ini, wirausaha akan dihadapkan pada persaingan yang semakin kompetitif. Untuk itu perlu dilakukan pengembangan kerjasama ataupun kemitraan untuk memperbesar usahanya.

B. Media Sosial

Richter dan Koch (2007) menyatakan media sosial merupakan aplikasi online, sarana dan media yang ditujukan untuk memfasilitasi interaksi, kolaborasi dan sharing materi. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet

yang dibangun atas dasar ideologis dan teknologi web 2.0, yang memungkinkan terjadi penciptaan dan pertukaran yang dihasilkan dari pengguna konten.

Menurut Ananda, García, and Lamberti (2016) Ada Tiga kategori utama tindakan dalam Social Media Marketing yakni: representasi (*representation*), keterlibatan (*engagement*), dan mendengarkan (*listening*).

- 1) Representasi mencakup kegiatan sosial media yang berfokus pada penyampaian komunikasi pemasaran Terkait dengan profil perusahaan dan informasi tentang produk.
- 2) Keterlibatan mencakup kegiatan sosial media yang berfokus pada interaksi dengan pelanggan (*customer-relationship management*) dan memberi nilai tambah bagi mereka (*value-added proposition*), sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.
- 3) Mendengarkan yakni aktivitas media sosial yang bertujuan untuk riset dan penelusuran pasar, seperti analisis konten media sosial, dan percakapan, tren, Kesempatan serta serta identifikasi yang relevan terhadap aktor dan influencer.

III. HASIL KEGIATAN

Kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat di SMK 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo adalah menyelenggarakan pelatihan program memanfaatkan peluang dengan menggunakan media sosial sebagai alat untuk berjualan, sehingga mampu menghasilkan pendapatan. Kegiatan ini diharapkan nantinya memberikan gambaran tentang peluang dan memberikan semangat untuk siswa SMK.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara *online* dikarenakan kendala dengan kondisi pandemi covid-19, sehingga pelaksanaan kegiatan melalui *live* Instagram untuk paparan materi kepada peserta. Tahap awal materi yang akan dipaparkan diposting terlebih dahulu di laman media sosial instagram abdimas bisnis sebagai akun untuk pengabdian.

Kegiatan ini diikuti oleh 37 Siswa SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo. Tim pengabdian masyarakat berperan dalam memberikan pengalaman berwirausaha agar para siswa mendapatkan gambaran secara nyata pelaku wirausaha. Berbagi pengalaman dalam membangun usaha, sehingga akan memotivasi para siswa untuk turut serta berwirausaha. Pelatihan melalui contoh nyata pelaku usaha serta

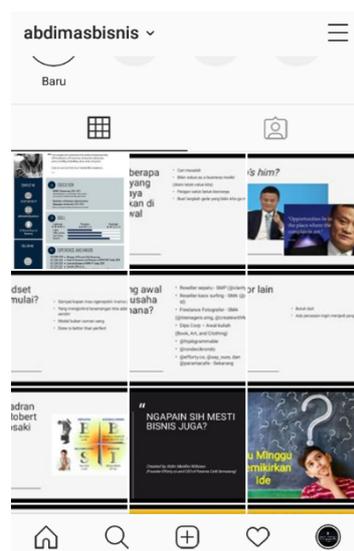
tenaga yang ahli dibidangnya sebagai narasumber merupakan stimulan yang efektif.

Melalui pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu memberikan gambaran, motivasi, dan praktik nyata kepada siswa SMK yang memiliki keahlian untuk memanfaatkan kebiasaan *online* agar dapat menghasilkan uang tanpa menghilangkan kegiatan yang disukai selama ini. Menciptakan *mindset*, kegiatan bersosial media dapat menghasilkan pendapatan, baik berbisnis melalui produk sendiri atau pun menjadi menjualkan produk orang lain, atau yang dikenal dengan istilah reseller.

Terdapat dua pemateri pada program pengabdian kepada masyarakat. Pemateri pertama adalah Robetmi Jumpakita Pinem, S.Ab., MBA. dosen Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Pemateri kedua adalah Alvin Meidito, praktisi wirausaha, mahasiswa semester 6 Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Sebelum pemateri melakukan *live* instagram untuk melakukan paparan, materi telah terlebih dahulu diposting di laman instagram abdimas bisnis agar dapat dibaca serta dipahami oleh peserta.

Berikut adalah tampilan laman instagram pengabdian kepada masyarakat Praktek Memanfaatkan Marketplace dan Media Sosial Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo.



Gbr 1. Materi Pengabdian Kepada Masyarakat di Instagram

Pelaksanaanya dilakukan secara *online* tapi tidak mengurangi semangat peserta untuk ikut berpartisipasi, peserta dipersilakan bertanya melalui live chatt untuk dapat langsung ditanggapi

oleh pembicara dan dapat juga dilakukan melalui *direct message* untuk memudahkan komunikasi antara pembicara dan peserta.



Gbr 2. *Live Instagram* Pemaparan Materi oleh Pemateri 1

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan diawali dengan memastikan seluruh peserta Pengabdian kepada masyarakat sudah hadir termasuk guru pendamping dari SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo. Selanjutnya acara dibuka oleh MC dilanjutkan pemberian materi. Setelah dilakukan pemaparan dilanjutkan dengan sesi Tanya jawab dan selanjutnya peserta dipersilakan untuk dapat bertanya melalui *direct message* instagram pengabdian kepada masyarakat sehingga dapat dijawab kapanpun jika peserta memiliki pertanyaan.



Gbr 3. *Live Instagram* Pemaparan Materi oleh Pemateri 2

Pada kesempatan tersebut diharapkan dapat membuka mindset serta memotivasi siswa SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo untuk dapat memanfaatkan peluang dan menghasilkan pendapatan dari kebiasaan yang mereka kerjakan. Tujuan akhirnya yaitu siswa dapat mengeksekusi ide bisnis yang telah dipikirkan. Sebab bisnis tidak hanya dipikirkan, akan tetapi dijalankan.

IV. PENUTUP

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kepada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 1 Muhammadiyah Kabupaten Wonosobo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut,

- 1) Pemanfaatan Media Sosial untuk pengembangan jiwa wirausaha yang dilakukan terhadap Siswa SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo berjalan dengan baik.
- 2) Pemberian contoh nyata tenaga ahli serta pelaku wirausaha sebagai pemateri mampu memberikan stimulan bagi para Siswa SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo, dalam usaha menciptakan bisnis/usaha.

Pelatihan kewirausahaan ini diharapkan dapat membuka mindset serta memotivasi siswa SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo untuk dapat memanfaatkan peluang dan menghasilkan pendapatan dari kegiatan – kegiatan sederhana yang telah biasa mereka kerjakan. Siswa dapat mengeksekusi ide bisnis yang telah mereka pikirkan, karena bisnis tidak hanya dipikirkan, akan tetapi dijalankan. Pelatihan kewirausahaan yang efektif diharapkan akan dapat menstimulasi terciptanya para wirausaha muda, demi peningkatan taraf perekonomian yang lebih baik.

REFERENSI

- [1] Kemenpora. 2016. “Petunjuk Teknis Pelatihan Kewirausahaan Pemuda Di Daerah Tahun 2016”.
- [2] www.ekonomi.kompas.com. “Agustus 2017, Jumlah Pengangguran Naik Menjadi 7,04 Juta Orang”. Diakses pada: 16 Maret 2018.
- [3] Richter, A. and Koch, M. (2007) Social Software.
- [4] Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons.
- [5] Ananda, A.S., Garcia, A.H., Lamberti, L.(2016). N-REL: A comprehensive Framework of Social Media Marketing Strategic Actions for Marketing Organizations. Journal Of Innovation & Knowledge 1 (2016) 170-180.