

## Praktik Wirausaha Siswa SMK Assa'adatul Abadiyah Kecamatan Muaragembong Kabupaten Bekasi

Sri Hapsari Wijayanti<sup>1\*</sup>, Yunia Panjaitan<sup>2</sup>, A. Bambang Sungkowo<sup>3</sup>,  
Vincent Iggy Prince<sup>4</sup>, Imelda Hostia Larasati<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

\*Corresponding author, e-mail: [sri.hapsari@atmajaya.ac.id](mailto:sri.hapsari@atmajaya.ac.id).

### Abstrak

Tujuan pendidikan di SMK ialah menghasilkan lulusan yang bukan saja siap kerja, melainkan juga memiliki peluang berwirausaha. Kemauan untuk berwirausaha masih kurang pada lulusan SMK Assa'adatul Abadiyah di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Tujuan kegiatan ini adalah membangkitkan semangat berwirausaha melalui edukasi kewirausahaan dan pelatihan pemasaran digital, khususnya Tokopedia. Kegiatan ini dilaksanakan pada 28 April dan 8 Juni 2024 kepada 30 siswa kelas X dan XI beserta guru. Metode kegiatan berupa tes (pre dan post), simulasi, *sharing* pengalaman, diskusi, dan praktik wirausaha. Hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa pengetahuan siswa mengenai wirausaha dan pemasaran digital masih perlu ditingkatkan. Dari praktik wirausaha, siswa telah memperhatikan daya tarik, kebersihan, dan rasa produk, tetapi masih kurang dalam penghitungan harga jual, penjualan melalui Tokopedia, dan daya tarik kemasan. Pihak sekolah perlu secara kontinu menyelenggarakan praktik wirausaha, seperti bazar atau *market day*, meneruskan melatih pemasaran dan penjualan secara digital, dan mengundang alumni yang sukses untuk memotivasi berwirausaha.

**Kata Kunci:** Digital Marketing; Entrepreneurship; Motivasi; SMK; Tokopedia.

### Abstract

The development of international book chapters has become a crucial component in supporting The goal of education in vocational high school (SMK) is to produce graduates who are ready to work and have entrepreneurial opportunities. The willingness to pursue entrepreneurship is still lacking among graduates of SMK Assa'adatul Abadiyah in Bekasi Regency, West Java. This activity aims to raise the spirit of entrepreneurship through entrepreneurship education and digital marketing training, especially Tokopedia. This activity was carried out on April 28 and June 8, 2024, to 30 X dan XI grade students and teachers. The activity methods were tests (pre- and post), simulations, experience sharing, discussions, and entrepreneurial practices. The results of this activity show that students' knowledge of entrepreneurship and digital marketing still needs to be improved. From entrepreneurial practices, students have paid attention to the attractiveness, cleanliness, and taste of the product. However, they are still lacking in calculating selling prices, selling through Tokopedia, and packaging attractiveness. Schools need to continuously organize entrepreneurial practices, such as bazaars or market days, continue to train digital marketing and sales and invite successful alums to motivate entrepreneurship.

**Keywords:** Digital Marketing; Entrepreneurship; Motivation; SMK; Tokopedia.

**How to Cite:** Wijayanti, S. H. et al. (2024). Praktik Wirausaha Siswa SMK Assa'adatul Abadiyah Kecamatan Muaragembong Kabupaten Bekasi. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 477-484.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2024 by author.

---

## Pendahuluan

Dewasa ini banyak sekolah sudah mempersiapkan siswanya untuk berwirausaha sebagai alternatif pekerjaan formal selepas lulus sekolah agar mereka tidak menjadi pengangguran. Khususnya siswa-siswi SMK masih mengalami kesulitan terserap dalam dunia kerja (Afandi et al., 2022; Firdaus & Kusumah, 2018) meskipun sudah mengikuti prakerin (praktik kerja industri) beberapa bulan di sebuah industri. Karena itu, pembekalan pengetahuan kewirausahaan sangat dilakukan (Aprilianty, 2012) untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan usaha sehingga meminimalisasi pengangguran (Firdaus & Kusumah, 2018).

SMK Assa'adatul Abadiyah berlokasi di Kecamatan Muaragembong, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, bernaung di bawah Yayasan Pembinaan dan Pendidikan Islam Assa'adatul Abadiyah. SMK tersebut berdiri tahun 2009 di lahan seluas 3.500 meter, berdiri bersebelahan dengan bangunan Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, dan Madrasah Aliyah. Orang tua siswa bekerja sebagai buruh tani (78%), nelayan (5%), buruh harian lepas (15%), dan PNS (2%). Jumlah guru sebanyak 22 orang laki-laki dan 8 perempuan, berpendidikan S-1 dengan lama bekerja 1-19 tahun.

Di SMK Assa'adatul Abadiyah, Kewirausahaan merupakan mata pelajaran yang diberikan kepada siswa kelas X dan XI. Materi yang diberikan meliputi mengidentifikasi peluang usaha, mengidentifikasi kegagalan dan keberhasilan usaha melalui pendekatan para tokoh, merencanakan usaha, marketing, teknik menjual dan promosi. Peluang berwirausaha setelah lulus dengan arahan dan didikan yang baik dan kontinu sudah merupakan langkah yang tepat dilakukan oleh sekolah. Akan tetapi, dalam diri siswa masih muncul rasa malu, kurang tertarik berwirausaha, dan tidak mempunyai keterampilan usaha. Beberapa siswa sudah mencoba berwirausaha, tetapi belum mampu memasarkannya keluar sekolah karena belum mempelajari bagaimana melakukan pemasaran di *marketplace*. Umumnya, siswa yang lulus dari SMK Assa'adatul Abadiyah bekerja di perusahaan swasta dan hanya 5% memilih berwirausaha. Dari hasil penelitian terungkap bahwa pendidikan kewirausahaan, kepribadian, dan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan padaminat berwirausaha (Oktavianto & Pahlevi, 2021). Lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat merupakan lingkungan pendidikan kewirausahaan (Shidhiq, 2018).

Pendidikan kewirausahaan memang menjadi tujuan belajar di jenjang SMK karena karakter pendidikan di SMK adalah menghasilkan lulusan yang bukan saja siap kerja, melainkan juga memiliki peluang berwirausaha (Wibowo, 2011). Lulusan SMK diharapkan tidak mengandalkan pekerjaan perkantoran, jika tidak ingin melanjutkan pendidikan, tetapi menciptakan lapangan kerja sendiri melalui wirausaha. Dengan memiliki motivasi, pengetahuan, dan keterampilan berwirausaha, siswa-siswi akan lebih mandiri, mampu menghadapi kesulitan hidup, bahkan membuka peluang kerja bagi diri sendiri dan orang lain. Kesemuanya ini adalah kunci kepribadian yang harus dimiliki seorang wirausahawan (Aprilianty, 2012).

Pelatihan kewirausahaan untuk memperkuat dan menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan sudah banyak diberikan kepada siswa-siswa SMK. *Workshop* mengenai dunia kewirausahaan, tantangan, hambatan, kendala, serta kiat-kiat wirausaha disampaikan kepada siswa SMK Muhammadiyah Sempor (Gunawan et al., 2024). Selain itu, terjadi peningkatan pengetahuan kewirausahaan dari sosialisasi pada siswa SMK PP Pelaihari, Kalimantan Selatan (Kurniawan et al., 2023). Pelatihan dan penyuluhan tentang kewirausahaan dan pemasaran digital dengan media sosial WhatsApp, Instagram, Facebook, dan *e-commerce* Shopee dan Tokopedia pernah diberikan kepada siswa SMKN 1 Natar (Ekatama et al., 2023). Kewirausahaan digital di SMA dan SMK TI Al-Luthfah di Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, disampaikan dengan metode ceramah, simulasi BMC (*Business Model Canvas*), presentasi masing-masing kelompok, dan menghasilkan peningkatan pengetahuan siswa (Pebiansyah et al., 2024). Meskipun banyak hasil kegiatan terdahulu melaporkan peningkatan pengetahuan dan minat wirausaha, masih jarang kegiatan yang memberi kesempatan siswa-siswi SMK untuk merancang bazar secara terbuka demi menggali potensi wirausaha siswa.

Untuk sukses berwirausaha, salah satu faktor penting adalah modal usaha. Modal usaha bukan hanya dilihat dari jumlah uang yang dikeluarkan, melainkan juga sumber daya pangan lokal apa yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber bahan baku. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal, selain mengangkat potensi wilayah, juga tidak dikhawatirkan akan kehabisan bahan baku karena kemudahannya memperoleh bahan baku tersebut. Bambu di Kabupaten Bandung Barat, misalnya, dikaryakan oleh siswa SMK Muslimin sebagai bahan baku yang berpotensi untuk dikembangkan (Subekti et al., 2023).

Dengan meninjau hasil kegiatan sebelumnya, dalam kegiatan ini Tim lebih menekankan pada praktik wirausaha melalui bazar yang diselenggarakan oleh siswa untuk siswa. Oleh karena itu, tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan ini ialah membangkitkan semangat berwirausaha melalui edukasi kewirausahaan dan pelatihan *digital marketing*.

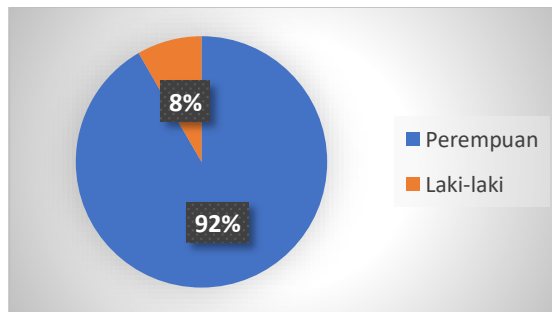
## Metode Pelaksanaan

Peserta PkM ini adalah siswa-siswi kelas X dan XI SMK Assa'adatul Abadiyah yang berlokasi di Jl. Kp. Kelapa Dua RT 02/RW 05 Desa Jayasakti, Kecamatan Muargembong, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, berjumlah 30 orang. Para siswa berasal dari jurusan OTKP (otomatisasi tata kelola perkantoran). Kegiatan dilaksanakan pada 28 April dan 8 Mei 2024, masing-masing selama tiga jam (pukul 09.00 s.d. 12.00 WIB).

Langkah kegiatan yang dilakukan, pertama-tama ialah melakukan persiapan, yakni sosialisasi, koordinasi dengan SMK Assa'adatul Abadiyah, serta koordinasi di dalam Tim. Setelah disepakati hasil koordinasi, dilaksanakanlah kegiatan di SMK tersebut. Teknik pelaksanaan PkM ini berupa tutorial, diskusi, *sharing* pengalaman, demonstrasi/simulasi, dan praktik. Edukasi dan motivasi wirausaha diikuti dengan demonstrasi pemasaran digital. Dilanjutkan dengan pengenalan dan praktik penjualan di Tokopedia Seller dan bazar. Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui komunikasi dengan guru Kewirausahaan dan mengetahui proses persiapan bazaar dan hasil pretes dan postes. Untuk mengetahui ada tidaknya peningkatan pengetahuan kewirausahaan dan pemasaran digital, siswa diminta mengisi kuesioner berbentuk pertanyaan dengan lima opsi jawaban pada sebelum dan setelah pelatihan. Kemudian, skor nilai dari pretes dan postes dibandingkan, dihitung peningkatannya, dianalisis secara deskriptif, dan disajikan dalam bentuk persentase.

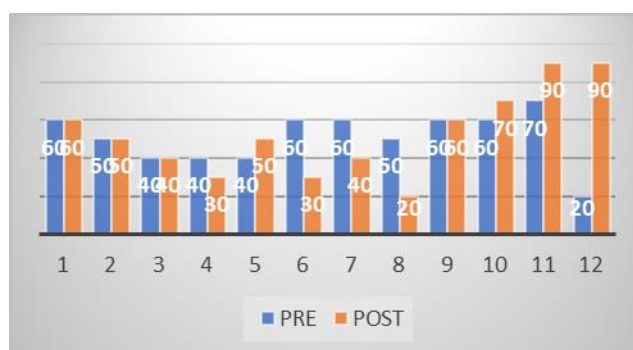
## Hasil dan Pembahasan

Peserta siswa SMK terdiri atas 92% perempuan dan 8% laki-laki (Gambar 1), dengan rentang usia 16-17 tahun. Sebelum siswa mengikuti pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital, siswa diminta mengisi kuesioner daring agar Tim mengetahui pengetahuan awal mereka.



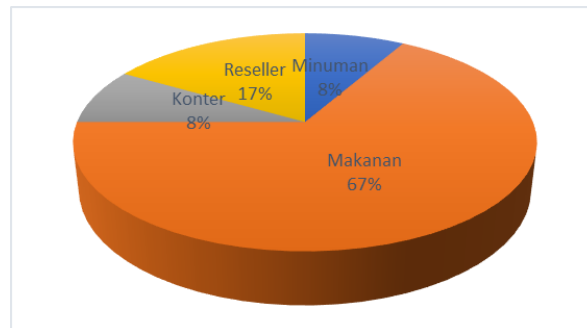
Gambar 1. Jenis Kelamin Peserta

Pretes diisi oleh 24 orang, tetapi postes hanya diisi oleh 12 orang. Siswa yang tidak mengisi saat postes mengatakan tidak memiliki paket data. Karena itu, hasil tes yang diolah hanyalah 12. Hasil pretes dan postes menunjukkan tidak ada peningkatan pada nilai postes, postes menurun, dan postes meningkat (Gambar 2). Ada 4 orang mengalami penurunan dari hasil pretes, 4 orang mengalami kenaikan dari hasil pretes, dan 4 orang lainnya tidak berbeda dari hasil pretes. Penurunan berkisar 10-30, sedangkan kenaikan berkisar 10-70. Hasil ini memperlihatkan bahwa siswa masih perlu ditingkatkan lagi pengetahuannya mengenai wirausaha dan pemasaran digital. Saat paparan materi, siswa kemungkinan kurang konsentrasi mendengarkan paparan materi dari narasumber. Hanya beberapa siswa yang tampak aktif berinteraksi, sementara siswa lainnya hanya bersikap pasif menerima materi. Temuan ini sama dengan sebelumnya bahwa pola pikir siswa tentang berwirausaha kurang (Brilianti, 2023).



Gambar 2. Hasil Pretes dan Postes

Faktor *self-efficacy*, keluarga, dan sekolah memengaruhi minat berwirausaha siswa (Brilianti et al., 2023; Mantik et al., 2020; Marini & Hamidah, 2014). Jika siswa berasal dari keluarga yang sudah memiliki usaha, siswa akan terbentuk minatnya untuk meneruskan wirausaha keluarganya. Namun, dengan dorongan siswa yang kuat, siswa dapat menjadi wirausaha yang tangguh karena berani melihat peluang dan tidak patah semangat. Dari kuesioner juga terungkap bahwa 100% siswa berminat terhadap wirausaha. Usaha yang diminati adalah *reseller* (17%), minuman (8%), makanan (67%), konter (8%) (Gambar 3). Makanan ternyata merupakan bidang usaha yang juga diminati siswa SMKN 1 Majalaya (Brilianti et al., 2023). Kecenderungan memilih usaha makanan disebabkan adanya kesadaran untuk secara inovatif dan modern mengolah sumber daya pangan lokal yang mudah dijumpai di lingkungan sehingga menjadi produk bernilai jual tinggi (Basuki et al., 2023).



**Gambar 3. Usaha yang Diminati Siswa**

Praktik wirausaha dalam bentuk bazar bukan kali pertama diikuti siswa-siswi. Menurut informasi guru kewirausahaan (wawancara 22 Mei 2024), dalam pelajaran Kewirausahaan sudah biasa sekolah mengadakan bazar yang terbuka untuk siswa dan masyarakat, dua kali dalam sebulan atau jika ada acara kenaikan kelas dan perpisahan siswa kelas XII. Secara berkelompok dan dengan modal dari kelompok itu sendiri, mereka berjualan makanan atau minuman, seperti kelepon, kripik pisang coklat, bakso ikan, kripik bayam, pisocok, jelly cup, basreng (bakso goreng). Modal yang digunakan untuk praktik kewirausahaan tersebut berasal dari tabungan mereka sejak satu bulan sebelum bazar.

Dari berbagai praktik yang telah dilalui dalam pembelajaran di kelas, kekurangan siswa dalam usaha adalah malu menjual, kurang kerja sama, terbatasnya modal usaha, tidak mempunyai peralatan yang modern. Siswa masih kurang antusias dengan alasan lelah sepulang sekolah, pusing, tidak kompak anggotanya; akibatnya, usaha mereka tidak berkelanjutan. Beberapa siswa juga harus membantu orang tua bekerja setelah pulang sekolah. Dengan demikian, siswa masih belum memprioritaskan usaha sebagai aktivitas utama. Data dari guru menunjukkan hanya 5% lulusan SMK ini yang bekerja sebagai wirausaha. Namun, jenis wirausaha apa yang telah dilakukan siswa lulusan belum didata.

Pembelajaran di SMK seyogianya terus mendukung potensi kepribadian wirausaha. Dalam bazar yang diadakan oleh Tim, siswa per kelompok, yang terdiri atas enam orang, diberi kesempatan selama dua minggu untuk memikirkan usaha apa yang akan mereka gelar dengan modal usaha yang Tim berikan sebesar Rp125.000,00 per kelompok. Mereka diminta membuat laporan penggunaan dana dari pembelian bahan baku dengan modal yang diberikan. Ternyata tidak semua siswa menghabiskan modal yang diberikan karena ada aspek yang belum diperhitungkan, misalnya penggunaan gas di rumah dan transportasi belanja. Ada yang sudah secara detail membuat penghitungan keuntungan dari penjualannya. Ada pula yang menjual masih dengan harga yang terlalu murah, tetapi ada juga yang sudah berstrategi menaikkan harga.

Dalam praktik wirausaha, siswa dibagi dalam kelompok-kelompok dengan produk yang dijual berupa makanan, minuman, dan ATK (Gambar 4). Tim juri terdiri atas satu guru dan satu anggota Tim. Mereka berkeliling dan melakukan wawancara di setiap kelompok (Gambar 5). Dengan modal yang diberikan Rp 125.000.00 siswa menciptakan produk sesuai dengan modal usaha yang diberikan, tidak lebih. Siswa juga memilih makanan atau minuman untuk target pasar teman-teman di lingkungan sekolah dan menjual dengan harga sesuai dengan kantong siswa. Produk *reseller* yang dijual juga memperhatikan kebutuhan pasar di lingkungan sekolah akan alat tulis dan aksesoris. Dari segi rasa, makanan dan minuman sudah enak, tetapi dari segi penampilan produk masih kurang menarik dan masih dapat ditingkatkan lagi.

Selama belajar di SMK, siswa mempunyai banyak waktu dan kesempatan untuk membangun jiwa wirausaha melalui pelajaran Kewirausahaan. Siswa akan mendapat ilmu yang bermanfaat, belajar dari orang sukses, berada di lingkungan sekolah yang mendukung untuk mengembangkan potensi wirausaha, ditambah ada anutan dan dukungan dari pihak keluarga.



**Gambar 4. Produk yang Dijual dalam Bazar**



**Gambar 5. Tanya jawab juri-siswa**

Berikut deskripsi dari bentuk usaha setiap kelompok. Kelompok 1: Es krim oreo dan es krim coklat. Kelompok ini memproduksi es krim secara sehat dengan menggunakan air gallon. Saat bazar telah diproduksi 130 bungkus es dalam bungkus es mambo, yang dijual per bungkus es Rp1.000,00. Ide jenis usaha ini merupakan ide baru yang belum pernah dibuatnya. (2) Kelompok 2: ATK. Kelompok ini menjual ulang (*reseller*) ATK, seperti penghapus karet, bolpen, pensil, dan penggaris dengan warna-warni yang cerah dan menarik. Di samping itu ada juga aksesoris, seperti jepit rambut. Kelompok ini membeli ATK secara daring, dan menjual rata-rata Rp2.000,00. Sebelumnya, kelompok ini sudah berjualan di kelas dan dalam bazar ini mereka menjualnya kembali. Cukup banyak siswa di lingkungan tersebut yang berminat. Idenya muncul karena di sekolah pastinya setiap siswa membutuhkan alat tulis dan siswa perempuan suka akan aksesoris. (3) Kelompok 3: Puding jelly ball. Ide membuat pudding muncul ketika siswa harus merancang bisnis. Idenya pembuatan pudding cukup kreatif dan sehat karena tidak menggunakan pewarna. Pewarna merah dalam jelly menggunakan buah naga. Harga per cup Rp3.000,00 dan dijual dalam kondisi dingin sehingga menyegarkan. (4) Kelompok 4: Pisang lumer dan basreng (bakso goreng). Usaha kelompok ini berbahan dasar pisang kepok. Pisang yang dibauri dengan coklat ini merupakan ide yang baru muncul seketika di antara mereka. Pisang lumer dijual Rp3.000,00 dan Rp5.000,00 dalam bungkus plastik. Basreng dijual dengan harga Rp2.000,00 dan Rp3.000,00. (5) Kelompok 5: Banana roll. Kelompok ini menjual banana roll seharga Rp3.000,00 dan sudah mempunyai merek yang diberi nama Hukana Cake. Pisang yang digunakan adalah pisang uli. Ide ini juga muncul beberapa hari sebelum bazar.

Bazar yang digelar di SMK Assa'adat Abadiyah berlangsung cukup ramai karena siswa-siswi dari kelas dan sekolah lain di dalam lingkungan SMK tersebut banyak mengunjungi stan-stan yang ada untuk membeli. Dari kunjungan Tim ke stan-stan untuk melakukan wawancara kepada setiap kelompok, diketahui beberapa hal berikut. *Pertama*, produk yang dijual dalam bazar dipasarkan melalui status di WAG, belum ke Tokopedia. Melalui WAG pun, sudah banyak teman atau siswa lainnya yang memesan. Dengan masuk ke Tokopedia, mereka merasakan belum tentu dapat memenuhi pesanan, apalagi dalam jumlah besar. Mempelajari pemasaran melalui *e-commerce* membutuhkan waktu dan pulsa, sementara saat ini siswa-siswi

---

masih belajar wirausaha dengan memasarkan produk secara konvensional atau melalui media sosial, seperti WAG.

Kedua, produk yang dijual umumnya belum mencantumkan label/stiker produk di kemasannya. Label yang terpasang hanyalah ucapan Terima Kasih dan Selamat Menikmati. Siswa belum mencantumkan informasi kandungan produk, berat produk, nomor kontak, dan belum semua memiliki nama untuk produk yang dijualnya. Stiker juga belum menggunakan warna yang ceria, masih terlalu kecil untuk ukuran kemasannya. Ketiga, siswa sudah menunjukkan kreativitas dan inovasi dalam usaha. Terbukti, ide usaha muncul seketika saat harus menggunakan modal yang ada untuk mencoba berbisnis. Dengan kerja sama yang baik, mereka akhirnya dapat membuat makanan dan minuman sesuai dengan pasar siswa sekolah. Selain itu, mereka sudah memanfaatkan bahan pangan lokal yang ada di wilayahnya, seperti pisang yang diolah menjadi pisang lumer dan banana roll.

Keempat, siswa sudah memperhatikan kesehatan dalam memproduksi makanan dan minuman. Produk makanan dan minuman sangat rentan terhadap bakteri, maka perlu diperhatikan kebersihan dalam proses pembuatannya. Kelima, beberapa kelompok sudah menunjukkan profit dari hasil penjualan di lingkungan sekolah. Ada kelompok yang sudah mampu menghitung harga jual dengan memperhitungkan biaya di luar produksi, seperti kebutuhan pulsa dan transportasi. Namun, masih ada kelompok lain yang belum mendapatkan keuntungan karena kurang berstrategi. Keenam, kemasan produk dalam plastik dan standing pouch masih kurang diperhatikan. Pisang lumer yang dibaluri coklat di permukaan pisang masih menempel di kemasan plastik sehingga makanan tampak kotor dan kurang menarik. Ketujuh, alat vacuum sealer untuk merekatkan produk makanan dan minuman perlu dimiliki agar produk terbungkus dengan rapi dan rekat.

Siswa-siswi SMK Assa'adatul Abadiyah memperlihatkan semangat yang tinggi ketika praktik kewirausahaan berlangsung. Siswa secara berkelompok merancang produk yang akan dijual. Hal itu menunjukkan kemampuan siswa untuk bekerja sama dengan teman sekelompok. Bahkan, ada kelompok yang sudah berbagi tugas, seperti siapa yang berbelanja, menghitung untung-rugi, dan memasak. Selain itu, peran guru Kewirausahaan yang memberi arahan kepada siswa juga sudah mentransfer ilmu dan pengalaman. Pembelajaran langsung di lapangan seperti ini bermanfaat karena siswa dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk yang mereka jual sehingga dapat lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya pada masa yang akan datang ketika diadakan bazar kembali.

Apresiasi atas usaha siswa untuk berwirausaha dan berjualan di area sekolah diberikan kepada dua kelompok terbaik, yaitu kelompok 4 dan kelompok 5. Kelompok 4 dengan jenis usaha basreng dan pisang lumer, sedangkan kelompok 5 dengan jenis usaha banana roll. Pertimbangan yang membuat kedua kelompok unggul adalah keduanya mengangkat kearifan lokal daerah Muaragembong, yaitu pisang dan makanan laut (seperti ikan). Dari segi rasa, keduanya cukup enak. Kegiatan serupa yang mengangkat potensi lokal juga pernah dilakukan siswa SMK Msulimin di Kabupaten Bandung Barat (Subekti et al., 2023).

Masyarakat di sekitar sekolah mengandalkan hidup pada pertanian dan perkebunan (sayuran). Pada bulan-bulan tertentu banyak panen timun suri dan belewah. Pisang dan umbi-umbian (seperti singkong) juga termasuk banyak dijumpai di masyarakat, tetapi kebanyakan hanya dijual secara kebun atau borongan, belum diolah menjadi panganan lain. Alasannya, biaya operasional untuk mengolah tidak ada dan kalaupun ada belum menguasai teknik pemasarannya. Kondisi sumber daya alam yang kaya inilah yang selayaknya dimanfaatkan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Selanjutnya, bisa menjadi makanan/minuman khas masyarakat setempat jika diimbangi dengan promosi yang memadai (Paramita et al., 2018).

Sumber daya alam yang ada di sekeliling tempat tinggal menginspirasi untuk diolah menjadi makanan atau minuman yang bernilai ekonomis. Dari lima kelompok, hanya 2 kelompok (40%) yang mengangkat kearifan lokal, yaitu menggunakan ikan dan singkong. Dari kelima kelompok hanya satu yang berwirausaha sebagai *reseller* ATK, sedangkan keempat kelompok (80%) menunjukkan kreativitas dan inovasi yang tinggi. Akan tetapi, untuk pemasaran, 100% masih mengandalkan grup *whatsapp*, belum ke pemasaran digital dengan alasan produksi masih sedikit dan belum rutin berjualan.

Produk makanan dan minuman yang dijual saat praktik kewirausahaan (Gambar 6) dinilai oleh kedua juri dari segi daya tarik tampilan produk cukup menarik, dari segi kemasan menarik, dari segi rasa enak, dan dari segi harga cukup/sedang. Dari segi daya tarik, produk keripik lumer, basreng, dan es oreo dinyatakan enak. Dari segi kemasan produk, banana roll, dan es oreo coklat menarik; dari segi rasa, semua makanan dan minuman yang dijual dinyatakan enak; dari segi harga, es oreo coklat, dan ATK dinyatakan sangat murah. Dari penilaian semua ini dapat dikatakan bahwa siswa telah memperhatikan daya tarik, kemasan, dan rasa produk, tetapi untuk harga masih perlu dilatih untuk memperhitungkan keuntungan dari penjualan. Siswa masih ada yang terlalu murah menetapkan harga karena belum memperhitungkan faktor tenaga, transportasi belanja, pulsa (untuk pembelian bahan secara *online*), dan penggunaan gas untuk memasak (Tabel 1).

Tabel 1. Penilaian Kelompok

Penilaian	Kelompok 1 (es krim oreo)	Kelompok 2 (ATK)	Kelompok 3 (jelly ball)	Kelompok 4 (pisang lumer)	Kelompok 5 (banana roll)	Rerata
Rasa	4	0	4	4	4	4
Harga	1	1	3	3	3	2,2
Kemasan	4	3,5	3	3,5	4	3,6
Daya tarik	4	4	3	3	3	3,4
Total	13	8,5	13	13,5	14	

Sumber: Olahan penulis

Meskipun sudah diedukasi mengenai pemasaran digital melalui Tokopedia, semua siswa masih terpaku pada media sosial, yaitu WAG. Hal itu menunjukkan siswa belum siap memasarkan lewat Tokopedia. Fokus utama siswa masih belum pada pengembangan usahanya. Selain itu, pemasaran digital membutuhkan akses internet dan media sosial (Gadzali et al., 2023). Untuk dapat mengakses internet, siswa perlu rutin mengisi paket data jika sudah berkurang. Sementara itu, penggunaan *marketplace* seperti Tokopedia membutuhkan pemahaman, keterampilan, dan keseriusan untuk menekuninya. Karena keterbatasan itu, siswa cenderung memasarkan produk melalui WAG teman-teman sekolah yang dirasakan lebih cepat terjual. Status dalam profil, seperti foto, gambar, video, yang terpasang mudah diketahui teman-teman lainnya sehingga mampu mengundang konsumen. Jangkauan pasar dengan WAG kurang luas, berbeda dengan pemasaran digital yang memiliki manfaat lebih bukan hanya mempromosikan produk, membentuk jejaring, melainkan juga menggaet target pasar yang lebih luas, sedangkan WhatsApp untuk membina komunikasi yang intens dengan target konsumen (Diandra, 2022).

Di samping itu, modal hasil *sharing* dengan teman-teman lainnya. Cara ini menstimulus motivasi, tetapi bisa juga menyurutkan motivasi jika ada teman yang mundur dari kelompok. Meskipun demikian, jiwa kewirausahaan yang tampak pada siswa cukup menggembirakan. Siswa memperlihatkan semangat menjual, kreatif, inovatif, dan dapat bekerja sama dengan tim. Mereka juga mampu menjelaskan produknya kepada juri, didukung oleh anggota tim. Pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat menanamkan dan membentuk jiwa wirausaha siswa (Putri et al., 2024).

## Kesimpulan

Konsep belajar kewirausahaan berbentuk bazar dan kompetisi siswa untuk mencari yang terbaik merupakan salah satu cara yang tepat untuk mendorong semangat wirausaha dan membangkitkan ide-ide menarik, kreatif, dan inovatif untuk menciptakan produk. Kegiatan ini merangsang siswa untuk menjadi wirausaha dengan membekali motivasi dan pemasaran digital. Dari segi pengetahuan, siswa perlu diedukasi lebih dalam mengenai kewirausahaan dan pemasaran digital. Dari praktik wirausaha, masih ada siswa yang belum dapat mengatur keuangan dari modal yang diberikan. Namun, siswa juga telah berhasil mendapat keuntungan dari bazar. Motivasi untuk terus berinovasi dan berkreaitivitas dalam berwirausaha sudah tampak, tetapi masih perlu ditumbuhkan, terutama melalui kesadaran bahwa sumber daya alam, yaitu pertanian dan perkebunan, di lingkungan mereka dapat dimaksimalkan untuk diolah. Implikasi praktis kegiatan ini menekankan perlunya guru Kewirausahaan menggairahkan siswa lewat praktik kewirausahaan secara periodik, dengan mengamati proses pembuatan produk (rasa, kandungan, bentuk, higienitas), kemasan, penjualan digital, hingga penghitungan harga jual, bukan hanya di lingkungan sekolah, melainkan juga di luar sekolah. Implikasi akademis kegiatan ini memperkuat konsep kewirausahaan sebagai bidang ilmu yang mendukung siswa SMK siap terjun ke bisnis setelah lulus.

Pada masa yang akan datang, pihak sekolah perlu mengundang narasumber, misalnya alumni yang sukses berwirausaha, untuk melatih mengajarkan membuat produk makanan/minuman khas Muaragembong. Pihak sekolah juga penting mendata lulusan SMK yang berwirausaha agar mengetahui ketertarikan lulusan dalam berwirausaha di masyarakat. Kegiatan yang telah diselenggarakan ini dapat ditindaklanjuti dengan pendampingan kemasan dan penyusunan laporan penjualan.

## Daftar Pustaka

- Afandi, A., Sultan, K, A., Mawardi, Ahmad, M., Ikhwanul, S., & Handayani, W. (2022). Hubungan Hasil Belajar Kewirausahaan dan Praktik Kerja Industri Terhadap Kesiapan Kerja Peserta Didik SMK Kompetensi Keahlian Pengelasan. *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(7), 3021–3030.

- 
- Basuki, A. D., Theodora, N. C., & Rahmatullah, R. (2023). Pemanfaatan Sumber Daya Pangan Lokal Sebagai Implementasi Manajemen Pendidikan Berbasis Hutan Tropis Lembap di SMK Negeri 4 Penajam Paser Utara. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 3, 61–68. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3ise.2921>
- Brilianti, N. L., Yosepty, R., Islamy, H. A. S., Nurlela, N. E., & Nurhasanah, S. (2023). Implementasi program Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) dalam mengembangkan minat berwirausaha siswa di SMKN 1 Majalaya. *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies*, 6(2), 340–352. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v6i2.558>
- Diandra, D. (2022). Peran aplikasi whatsapp dalam pemasaran: state of the art. *Bisnis Madani*, 4(2), 1–11. <https://journal.paramadina.ac.id/>
- Ekatama, M. R., Warisi, D., Arnanda, Y., & Putri, M. A. (2023). Kewirausahaan berbasis online untuk meningkatkan kreativitas siswa di SMK Negeri 1 Natar. *Ahsana: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 106–110. <https://doi.org/10.59395/ahsana.v1i3.331>
- Firdaus, R. F., & Kusumah, I. H. (2018). Kontribusi praktik kerja industri terhadap kesiapan peserta didik dalam berwirausaha. *Journal of Mechanical Engineering Education*, 5(1), 99–105.
- Gadzali, S. S., Firdaus, D., Hidayat, W., & Karlina, L. (2023). Digital marketing sebagai strategi pemasaran umkm Cireng isi Desa Sindanglaya Kecamatan Tanjungsang. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi (JKPEMASFIA)*, 1(1), 35–45. <https://ejournal.unsub.ac.id/index.php/JKPEMASFIA/index>
- Gunawan, J., Ludiantoro, & Barokah, S. (2024). Workshop kewirausahaan untuk membangun jiwa kewirausahaan bagi kalangan pelajar di SMK Muhammadiyah Sempor. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 2(2), 133–136. <https://doi.org/10.61124/1.renata.67>
- Kurniawan, A., Respati, P. P., Setiawan, H. C. B., Komara, B. D., Setiawan, N. B. B., Ismanto, H., Kunci, K., & Author, C. (2023). Peningkatan minat dan motivasi kewirausahaan pada siswa SMK. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 454–460.
- Mantik, J. C., Tewel, B., & Dotulong, L. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha pada pengusaha kecil di kota Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 370–380.
- Marini, C. K., & Hamidah, S. (2014). Pengaruh self-efficacy, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekolah terhadap minat berwirausaha siswa SMK Jasa Boga. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 1(2), 195.
- Paramita, M., Muhlisin, S., & Palawa, I. (2018). Peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya lokal. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19–30.
- Pebiansyah, A. O., Putra, R., Sulaeman, L. R., Sanjaya, M., Utama, D., Nissa, S. K., & Nugrahanto, R. (2024). Digital entrepreneurship mewujudkan gen-z berkarakter. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 317–321. <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- Putri, B. I., Eni Eni, M. S., Putra, I. A., & Triadi, D. (2024). Implementasi pendidikan kewirausahaan dalam membangun jiwa wirausaha di SMK Negeri 3 Palangka Raya. *Jurnal Nakula : Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, 2(5), 208–221. <https://doi.org/10.61132/nakula.v2i5.1050>
- Subekti, P., Hafiar, H., Setianti, Y., & Sjachro, D. W. (2023). Optimalisasi potensi bambu untuk membangkitkan semangat wirausaha siswa SMK Muslimin di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 3(6), 1751–1760. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1016>
-