



## Bimbingan Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman

Romi Susanto<sup>1</sup>, Yosep Eka Putra<sup>2</sup>, Khairil Aswan<sup>3</sup>, Sonya Putri Ramafina<sup>4</sup>, Teguh Hidayat<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>Akademi Keuangan dan Perbankan Pembangunan Padang

<sup>3,4,5</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

[khairilaswan@akbpstie.ac.id](mailto:khairilaswan@akbpstie.ac.id)

### ABSTRACT

*Lack of implementation of entrepreneurship guidance has resulted in the current younger generation not maximizing the potential of their entrepreneurial spirit. The development of entrepreneurial skills is an alternative for teenagers to escape unemployment, especially for students who are unable to continue their studies at a higher level. One way to do this is through the program "Implementation of entrepreneurship guidance for high school students 2 VII Koto Sungai Sarik, Padang Pariaman Regency". This program is a community service activity carried out to increase the entrepreneurial interest of SMA 2 VII Koto Sungai Sarik students, Padang Pariaman Regency. provide guidance, and create sustainable activities that are independent and productive. This program took place on October 15 2022, the success of this program has been given to students namely increasing the level of target knowledge regarding the meaning of entrepreneurship, increasing commitment to implementing entrepreneurship programs and increasing the level of entrepreneurial desire from students. In this program students are equipped with concerns and skills in cultivating an entrepreneurial spirit.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Spirit, Attitude Change, High School*

---

*Detail Artikel:*

*Disubmit : 02 Januari 2023*

*Disetujui : 17 Januari 2023*

---

### PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, dibutuhkan jiwa-jiwa kewirausahaan yang tumbuh dari generasi muda untuk menopang perekonomian nasional melalui aktifitas wirausaha. Hal ini sangat penting untuk menciptakan lapangan kerja mandiri, sebagai salah satu strategi untuk mengatasi masalah pengangguran yang meningkat di Indonesia.

Jiwa kewirausahaan sebenarnya sudah dimiliki oleh setiap generasi muda, namun kurangnya pengetahuan dan pelatihan serta bimbingan kewirausahaan menyebabkan generasi muda saat ini kurang memaksimalkan potensi jiwa kewirausahaannya. Selain itu, banyak faktor lain yang menyebabkan hal tersebut, seperti kurangnya modal ataupun jaringan yang sedikit sehingga sulit untuk mengembangkan usaha dan jiwa kewirausahaan.

Pengembangan kemampuan berwirausaha merupakan alternatif para remaja untuk lepas dari pengangguran terutama bagi mereka yang tidak bisa melanjutkan sekolah kejenjang yang lebih tinggi. Pengembangan jiwa kewirausahaan melalui bimbingan dan pelatihan dapat dijadikan salah satu alternatif kegiatan remaja yang bersifat positif. Para remaja dapat memanfaatkan waktunya dari pada menghabiskan waktu dengan hal-hal yang tidak berguna.

Sasaran yang diambil adalah Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman. Hal ini dikarenakan para siswanya memiliki dasar keterampilan yang cukup kuat.

Berdasarkan analisis situasi dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, adalah: Memberikan bimbingan kewirausahaan pada siswa SMA 2 VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan pelatihan, bimbingan dan tanya jawab secara langsung terkait Kewirausahaan.

### **Langkah-Langkah Kegiatan**

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan dua tahapan, dimana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi dilapangan mengenai ketersediaan tempat dan waktu. Tahap selanjutnya merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Tahap ini pengabdian melakukan kegiatan dengan materi dan langsung diskusi dengan seluruh pihak yang terlibat dan siswa/ siswi SMAN 2 VII koto sungai sarik kabupaten padang pariaman.

Metode kegiatan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi Metode ini dilakukan guna mengidentifikasi permasalahan dalam kewirausahaan.
2. Perencanaan disini pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan job description dari Tim Pemateri.
3. Desain Modul yang akan diberikan dalam pelatihan agar lebih mudah dipahami oleh siswa.
4. Pemaparan materi, diskusi serta simulasi tentang bimbingan Kewirausahaan.
5. Memberikan bimbingan kewirausahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan PKM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Pengertian dan Peranan Wirausaha**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata wiraswasta dan wirausaha diartikan sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Sampai saat ini belum ada keseragaman pendapat pakar ekonomi dan bisnis dalam mendefinisikan **wirausaha**. Namun untuk pengertian sehari-hari dapat kita sebutkan wirausaha adalah pengusaha dan kewirausahaan adalah kegiatan usaha/bisnis yang dilakukan para pengusaha. Apabila kita simak beberapa pendapat pakar ekonomi dan bisnis, ternyata mereka hanya melontarkan pengertian wirausaha dari sisi-sisi tertentu saja. Berikut ini adalah ringkasan beberapa pendapat dari para pakar ekonomi dan bisnis antara lain sebagai berikut :

- a. Richard Cantillon menyebutkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang menanggung risiko dalam pembelian dan penjualan.
- b. Adam Smith dan Jean Baptise Say menyebutkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mampu menyatukan faktor-faktor produksi.



- c. Jose Carlos Jarillo-Mossi menyebutkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mampu merasakan adanya peluang, mengejar peluang yang sesuai dengan situasi dirinya, dan percaya bahwa kesuksesan merupakan sesuatu yang dapat dicapai.
- d. William H. Sahlman menyebutkan bahwa seorang wirausaha dapat saja tidak melakukan pembelian maupun penjualan, tidak pula menyatukan faktor-faktor produksi, ia bukan seorang penemu (inovator) tetapi seorang peniru. Ia tidak mempunyai bisnis sendiri tetapi menata bisnis orang lain yang di dalamnya mengandung pemanfaatan peluang dan pengambilan risiko.

Jadi, sebagaimana disebutkan di atas, secara singkat kita sebut saja wirausaha (entrepreneur) sebagai pengusaha mandiri. Dalam arti yang lebih luas wirausaha dapat diartikan sebagai seseorang atau kelompok orang yang mempunyai kemampuan untuk mengembangkan diri dalam kegiatan bisnis dengan memanfaatkan berbagai peluang yang ada dan mengambil risiko yang terkecil, sehingga dapat mencapai tujuannya.

## **B. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha “Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat.

Pemasaran menurut W. Y. Stanton pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Berdasarkan definisi di atas, proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen. Yang akhirnya pemasaran memiliki tujuan yaitu :

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat.
3. Mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

Pada umumnya kegiatan pemasaran berkaitan dengan koordinasi beberapa kegiatan bisnis. Strategi pemasaran ini dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

- a. Faktor mikro, yaitu perantara pemasaran, pemasok, pesaing dan masyarakat
- b. Faktor makro, yaitu demografi/ekonomi, politik/hukum, teknologi/fisik dan sosial/budaya.

Hal yang harus diperhatikan pada strategi pemasaran antara lain:

1. Perencanaan pemasaran

Pembahasan tentang strategi perusahaan, tidak bisa lepas dari perencanaan, arahan, atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan. Ada beberapa langkah dalam merencanakan pemasaran bagi usaha baru:

#### Langkah 1: Penentuan Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, pertama-tama harus dilakukan penelitian pasar atau riset pemasaran. Riset pasar harus diarahkan pada kebutuhan konsumen, misalnya barang atau jasa apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, berapa jumlahnya, kualitas yang bagaimana, siapa yang membutuhkan, dan kapan mereka memerlukan. Riset pasar dimaksudkan untuk menentukan segmen pasar dan karakteristik konsumen yang dituju.

#### Langkah 2: Memilih Pasar Sasaran Khusus (Special Target Market)

Setelah mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, langkah berikutnya adalah memilih pasar sasaran khusus. Ada tiga jenis pasar sasaran khusus, yaitu:

- 1) Pasar individual (individual market).
- 2) Pasar khusus (niche market).
- 3) Segmentasi pasar (market segmentation).

Dari tiga alternatif pasar sasaran tersebut, bagi perusahaan kecil dan usaha baru lebih tepat bila memilih pasar khusus (niche market) dan pasar individual (individual market). Sedangkan untuk perusahaan menengah dan besar lebih baik memilih segmen pasar (segmentation market).

#### Langkah 3: Menempatkan Strategi Pemasaran dalam Persaingan

Penerapan strategi pemasaran sangat tergantung pada keadaan lingkungan persaingan pasar yang ada dari hari kehari. Keberhasilan dalam segmentasi pasar sangat tergantung pada potensi yang menggambarkan permintaan dari lingkungan persaingan. Ada enam strategi untuk memenuhi permintaan dari lingkungan yang bersaing:

- a. Berorientasi pada pelanggan (customer orientation).
- b. Kualitas (quality), ialah mengutamakan Total Quality Management (TQM) yaitu efektif, efisien, dan tepat.
- c. Kenyamanan (convenience), adalah memfokuskan perhatian pada kesenangan hidup, kenyamanan, dan kenikmatan.
- d. Inovasi (innovation), adalah harus berkonsentrasi untuk berinovasi dalam produk, jasa, maupun proses.
- e. Kecepatan (speed), atau disebut juga Time Compression Management (TCM)
- f. Pelayanan dan kepuasan pelanggan.

#### Langkah 4: Pemilihan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah paduan dari kinerja wirausaha dengan hasil pengujian serta penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran. Untuk menarik konsumen, wirausaha bisa merencanakan indikator-indikator yang terdapat dalam bauran pemasaran (marketing mix), yaitu product, price, place, promotion.

#### 2. Bauran pemasaran (marketing mix)

Penelitian dan Pengembangan Pasar (Probe) Seperti telah dikemukakan bahwa langkah pertama dalam kegiatan pemasaran adalah meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen. Berapa jumlahnya, bagaimana daya belinya, di mana tempat konsumennya, dan berapa permintaannya. Semua ini merupakan informasi penting bagi pemasaran produk baru. Menurut Peggy Lambing dan Charles L. Kuehl (2000:



153), keunggulan bersaing perusahaan baru terletak pada perbedaan (diferensiasi) perusahaan tersebut dengan pesaingnya dalam hal:

- 1) Kualitas yang lebih baik.
- 2) Harga yang lebih murah serta bisa ditawar.
- 3) Lokasi yang lebih cocok, lebih dekat, lebih cepat.
- 4) Seleksi barang dan jasa yang lebih menarik.
- 5) Pelayanan yang lebih menarik dan lebih memuaskan konsumen.
- 6) Kecepatan, baik dalam pelayanan maupun dalam penyaluran barang.

### **Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari dua sesi pelatihan yang terjadi dengan para Dosen beserta para Siswa SMA 2 VII Koto Sungai Sarik, Kabupaten Padang Pariaman. Metode pelatihan merupakan gabungan antara pelatihan bidang pemasaran dan konsep kewirausahaan. Untuk kegiatan ini pelatihan pemasaran dan kewirausahaan diberikan oleh dosen yang ahli pada bidangnya yaitu Ibu Elva dona, SE, MM.

. Pemberian pembekalan bidang pemasaran diberikan dengan bahan pemasaran produk secara umum, serta tentang kewirausahaan serta bagaimana agar dapat bekerja dengan SMART. Pada saat pemberian pelatihan tidak hanya cerita tentang teori tetapi lebih terhadap pembahasan masalah yang mereka hadapi selama ini. Untuk bidang kewirausahaan, ruang bimbingan untuk para pelaku usaha yang memproduksi barang, jasa, serta berdagang atau berjualan. Mereka dapat membahas masalah-masalah yang mereka hadapi selama ini.

Lalu acara pelatihan dilanjut tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh siswa dikaitkan dengan kebutuhan pelatihan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Ternyata masalah yang paling banyak memang masalah pada bidang keuangan, baik itu pada pengelolaannya yang masih tercampur akan pengelolaan keuangan keluarga serta keuangan usaha, kurangnya modal, sulitnya mendapatkan jaringan dengan pihak lembaga keuangan atau perbankan. Untuk bidang pemasaran masalah yang mereka hadapi adalah sulitnya mendapatkan tempat untuk berjualan, sulitnya memperluas pasar, ketidak tahuan untuk melakukan alat promosi dan pentingnya pengembangan produk. Selain dari itu pada bidang operasi adalah sulitnya mendapatkan supplier atau pemasok yang lokasinya dekat dengan tempat mereka berusaha serta sulitnya mendapatkan barang.

### **Dokumentasi Pengabdian Kepada Masyarakat**







## **SIMPULAN**

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat membawa dampak positif baik itu terhadap perubahan sikap, perubahan motivasi dan minat untuk berwirausaha bagi Siswa SMA 2 VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP yang telah memberikan dukungan dana sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan baik. Seterusnya, hal senada juga kami sampaikan kepada pihak SMAN 2 VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman yang telah menyediakan fasilitas dalam rangka menyokong terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Afriyeni. A., Marlius. D., Susanti. F. (2023). Pelatihan Penyusunan Proposal Usaha Dan Analisis Laporan Keuangan Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kepulauan Mentawai. *JKBP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume 1. No. 1. Hal. 1-10.

Agustina, T. S. (2015). *Kewirausahaan (Teori Dan Penerapan Pada Wirausaha Dan UKM Indonesia)* (1st ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE.

Lambing, P., & Kuehl, C. L. (2000). *Entrepreneurship* (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Bimbingan Kewirausahaan... (Susanto, Putra, Aswan, Ramafina, Hidayat)