p-ISSN: 2598-1218
e-ISSN: 2598-1226
Volume 7 Nomor 7 Tahun 2024
DOI : 10.31604/jpm.v7i7.2672-2679

PELATIHAN FUNDAMENTAL USAHA DAN PENGEMBANGAN PRODUK INOVASI KEPADA SISWA SMAN 3 DENPASAR

Made Adi Paramartha Putra[1)], Putu Trisna Hady Permana[2)], Gusti Made Indra Satriawan[3)]

[1,2)]Fakultas Teknologi Informasi dan Desain Universitas Primakara
[3)]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Primakara
adi@primakara.ac.id.

Abstract

The entrepreneurial capability of the Indonesian community is still relatively low. Heading towards a golden Indonesia by 2045, it is necessary to continuously increase the interest of the young generation in starting businesses. Therefore, this training aims to ignite the interest of the young generation, particularly among high school students at SMAN 3 Denpasar, Bali. During the training activities, a pretest and posttest are conducted to measure the participants' understanding of entrepreneurship concepts. In addition to serving as a reference for understanding, the pretest also forms the basis for tailoring the material to be more relevant to the participants' basic knowledge. This aligns with the method used, which is field observation. Subsequently, a posttest is given to see and measure how much improvement is made by the participants. The topics covered include: business fundamentals, how to start a business, business mapping mechanisms using the business model canvas (BMC), product innovation development, and how to manage simple finances in business. From this training activity, it is hoped to spark interest in opening, managing, and organizing business finances among the young generation, especially at SMAN 3 Denpasar.

Keywords: business fundamentals, product inovation, business idea, business management.

Abstrak

Kemampuan wirausaha masyarakat Indonesia masih relatif rendah. Menuju Indonesia emas pada tahun 2045, peningkatan terhadap minat membuka usaha pada generasi muda Indonesia perlu dilaksanakan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pelatihan ini bertujuan untuk membangkitkan minat generasi muda, khususnya pada siswa sekolah menengah atas negeri (SMAN) 3 Denpasar, Bali. Pada kegiatan pelatihan dilakukan pretest dan postest untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap konsep wirausaha. Selain menjadi acuan pemahaman, pretest juga merupakan dasar untuk menjabarkan materi agar lebih relevan dengan pengetahuan dasar yang dimiliki peserta. Hal ini sejalan dengan metode yang digunakan, yaitu observasi lapangan. Selanjutnya, postest diberikan untuk melihat dan mengukur seberapa besar peningkatan yang didapatkan oleh peserta pelatihan. Adapun beberapa jenis topik materi yang disampaikan mencangkup: fundamental usaha, bagaimana cara memulai usaha, mekanisme pemetaan usaha dengan menggunakan bussiness model canvas (BMC), pengembangan inovasi produk, hingga cara mengelola keuangan sederhana di dalam usaha. Dari kegiatan pelatihan ini, diharapkan dapat membangkitkan minat membuka, mengelola dan mengatur keuangan usaha di kalangan generasi muda, khsusunya di SMAN 3 Denpasar.

Keywords: fundamental usaha, invoasi produk, ide bisnis, manajemen usaha.

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini memiliki pola yang berbeda dengan kondisi sebelum pandemi COVID-19. Sebelumnya, sebagian besar usaha lebih cenderung mengadopsi konsep pemasaran secara manual atau *offline*. Namun bukan berarti tidak ada usaha yang memanfaatkan metode *online.* Setelah COVID-19, sebagian besar pengusaha, mulai dari micro, kecil menengah hingga besar memanfaatkan media pemasaran *online* melalui *e-commerce* dengan sangat masif (Irawati, 2021). Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah transaksi perdagangan digital atau e-commerce mencapai nilai Rp 553 triliun pada tahun 2023. Dimana pada tahun sebelumnya, di tahun 2022 tercatat sebesar Rp 476 triliun (Kementerian Perdagangan RI, 2024). Nilai penjualan yang besar ini tidak luput dari adoptasi teknologi dan strategi pemasaran yang digunakan dalam pemasaran *online* atau *digital* dengan memanfaatkan jaringan internet (Biasa, 2021).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik mengenai Statistik Karakteristik Usaha tahun 2022/2023, klasterisasi usaha di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua, yaitu Usaha Mengenah Besar (UMB) dan Usaha Menengah Kecil (UMK). Jika ditinjau dari sisi UMK, jumlah usaha terbesar ada pada lapangan usaha perdagangan besar dan eceran, hingga reparasi dan perawatan kendaraan dengan besaran 27.99%. Hal menarik lain juga ditemukan bahwa sebesar 77.12% UMK memanfaatkan jaringan internet dalam menjalankan usahanya (BPS, 2023).

Terlepas dari besarnya jumlah transaksi dan pemanfaatan teknologi dalam dunia usaha saat ini. Terdapat beberapa aspek penunjang yang perlu diperhatikan untuk mendukung program Indonesia emas di tahun 2045 (Darman, 2017). Generasi saat ini adalah Gen Z yang notabene memiliki kepribadian berbeda dengan geneasi lainnya, seperti *baby boomers* hingga *millennial* (Putra, 2016). Salah satu aspek yang cukup signifikan adalah kemampuan beradaptasi dan pengelolaan keuangan. Sebuah studi oleh Savira O., menyatakan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan pada generasi Z masih relatif minimal, karena sebagian besar masih dalam tahap perkuliahan, belum memasuki dunia kerja (Savira, 2024).

Untuk dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia, terkhusus pada kemampuan pengembangan usaha, diperlukan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif untuk membimbing dan mengarahkan generasi muda, khususnya Gen Z agar dapat menjadi generasi yang lebih baik guna mendukung Indonesia emas 2045. Adapun berbagai jenis kegiatan yang dapat dilakukan adalah seminar kewirausahaan, pelatihan pengembangan usaha, hingga kompetisi wirausaha muda yang dapat membangkitkan jiwa kewirausahaan dari generasi muda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pemerataan pemahaman ekonomi, hingga kemampuan untuk mengembangkan usaha merupakan hal yang perlu ditekankan di Indonesia . Oleh karena itu, guna mendukung dan menyukseskan program pemerintah, pengabdian ini berfokus pada pondasi utama dari individu generasi muda untuk dapat memiliki jiwa dan fundamental yang kuat terkait kewirausahaan. Adapun target spesifik yang dituju adalah siswa SMAN 3 Denpasar. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada permintaan pihak SMAN 3 dan karakteristik SMA yang mendukung dan memiliki program

untuk pengembangan usaha siswa. Dengan adanya program pelatihan ini, diharapkan para generasi muda, khususnya di SMAN 3 Denpasar mendapatkan pemahaman dari sisi praktek yang mendukung kegiatan pembelajaran yang selama ini telah dilakukan di lingkungan sekolah.

METODE

Metode yang digunakan fundamental usaha dan pengembangan produk inovasi di SMAN 3 Denpasar adalah metode kualitatif. Pemanfaatan metode ini didasarkan pada kemampuan peserta yang akan diukur untuk menunjukkan pemahaman terkait fundamental usaha, inovasi produk, hingga manajemen usaha (Jannah, 2014). Adapun mekanisme pengukuran dilakukan dalam dua tahapan. Tahap pertama merupakan *pretest* yang dilakukan sebelum kegiatan pelatihan. Kemudian, pada tahap kedua adalah *postest* yang diberikan kepada peserta setelah selesai melakukan pelatihan (Magdalena, 2021). Perlu diingat bahwasanya jumlah dan jenis soal yang diberikan saat *pretest* dan *postest* adalah soal yang serupa.

Data sekunder sebagai pengetahuan dasar kondisi peserta di SMAN 3 Denpasar dilakukan dengan metode wawancara pada tanggal 1 April 2024. Adapun beberapa pihak yang terlibat dalam pelaksanaan pelatihan ini mulai dari siswa kelas XI dan XII penjurusan IPS, siswa yang mengikuti ekstrakulikuler pengembangan usaha dan siswa lainnya yang telah memiliki usaha di SMAN 3 Denpasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan fundamental usaha dan pengembangan produk inovasi merupakan salah satu implementasi dari proses pembelajaran yang lebih spesifik terhadap cara berpikir dan bertindak dalam konteks kewirausahaan.

Pelatihan yang dilaksanakan di SMAN 3 Denpasar diharapkan dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam pemahaman fundamental usaha, pengembangan produk inovasi, hingga pengelolaan atau manajemen usaha. Adapun dalam kegiatan pelatihan ini melibatkan siswa SMAN 3 Denpasar dengan rentang usia audiens 16-17 tahun dan jumlah peserta sebanyak 40 orang.

Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian ini dapat dibedakan menjadi beberapa tahapan, mulai dari analisis awal hingga evaluasi kegiatan. Gambar 1 menunjukkan keseluruhan tahap pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Gambar 1: Skema pelaksanaan pengabdian terkait pelatihan usaha dan inovasi produk

Secara rinci tahapan pelaksanaan pengabdian di SMAN 3 Denpasar dapat dijabarkan sebagai berikut:

A. Analisis Awal dan Persiapan Materi

Pada tahap pertama pelaksanaan pengabdian dengan konsep pelatihan fundamental usaha dan pengembangan produk adalah analisis awal dengan cara observasi dan wawancara (Rossi, 2024). Observasi dilakukan langsung dengan kunjungan ke SMAN 3 Denpasar. Pada tahap ini, wawancara juga dilakukan dengan Kepala divisi Hubungan Masyarakat terkait program-program pelatihan usaha yang pernah didapatkan dan yang telah dilaksanakan secara rutin di sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan bahwasanya pelatihan terkait fundamental usaha belum pernah dilakukan di SMAN 3 Denpasar, namun program internal sekolah seperti kegiatan ekstrakulikuler unit usaha rutin dilaksanakan. Selain itu, SMAN 3 Denpasar juga telah melaksanakan pembimbingan kepada siswanya untuk dapat mengikuti lomba kewirausahaan. Namun, pendampingan terbatas hanya sampai *business plan*. Pihak sekolah juga menyampaikan ketertarikan dalam pendampingan pengelolaan usaha, inovasi produk dan manajemen keuangan usaha, mengingat belum pernah diadakan kegiatan sejenis sebelumnya.

Selanjutnya, berbekal hasil wawancara yang telah dilaksanakan, pembuatan materi untuk pelatihan dilakukan dengan memperhatikan poin-poin penting yang menjadi catatan dan permintaan dari SMAN 3 Denpasar. Oleh karena itu, materi yang disampaikan dipisahkan menjadi beberapa bagian yang membahas mengenai fundamental usaha, bagaimana cara mengembangkan dan membuat inovasi produk, hingga materi singkat terkait pembuatan BMC (Jamira, 2021) hingga manajemen keuangan sederhana untuk UMK. Guna memberikan gambaran mengenai manfaat positif yang didapatkan siswa, pengukuran dalam pemahaman materi dilakukan dengan mekanisme *pretest* dan *postest.*

B. Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian di SMAN 3 Denpasar yang dilakukan pada tanggal 26 April 2024, terdapat beberapa tahapan dalam pelaksanaannya.

Pertama, *pretest* diberikan kepada seluruh siswa peserta pelatihan dengan menggunakan media digital yaitu platform quiziz. Terdapat 10 pertanyaan singkat yang diberikan kepada seluruh peserta dengan waktu menjawab setiap pertanyaan selama 30 detik. Gambar 2 menunjukkan beberapa dokumentasi saat dilakukannya proses uji kemampuan siswa sebelum pelatihan dimulai.

Gambar 2: Dokumentasi kegiatan saat pretest.

Selanjutnya, setelah *pretest* selesai diberikan kemudian penulis melakukan refleksi singkat mengenai materi awal yang akan disampaikan. Refleksi ini ditujukan untuk dapat menyesuaikan materi pelatihan dengan hal-hal mendasar yang belum atau kurang dipahami oleh siswa.

Berdasarkan refleksi dan modifikasi singkat tersebut, kegiatan dilanjutkan dengan memberikan pemaparan terkait fundamental usaha. Pada materi ini, dasar-dasar untuk

menjadi pengusaha diberikan. Adapun cakupan materi mulai dari bagaimana karakteristik dan perilaku umum yang dimiliki oleh seorang pengusaha atau wirausaha. Hal ini penting karena dengan mengikuti hal-hal kecil yang dilakukan oleh pengusaha hebat, kemampuan dan pola berfikir kita dapat berubah ke arah yang lebih baik.

Selain pemaparan materi fundamental usaha, juga dilakukan pelatihan mengenai pengembangan inovasi produk. Pada sesi ini, fokus menjabarkan mengenai tata cara mengisi BMC. Kemudian, para siswa SMAN 3 Denpasar juga diajak untuk mengeluarkan ide bisnis yang selama ini ingin dilakukan dalam satu kelompok. Dengan bekal ide bisnis tersebut, kemudian siswa mencoba untuk mengisi BMC sesuai dengan penjabaran yang diberikan oleh penulis dengan memperhatikan contoh studi kasus. Dalam konteks ini, salah satu usaha yang dijadikan acuan adalah Kopi Kenangan. Dokumentasi terkait pengisian BMC dan presentasi ide bisnis didepan seluruh peserta oleh masing-masing kelompok ditunjukkan pada Gambar 3.

Gambar 3: Dokumentasi pengisian BMC dan pemaparan ide bisnis.

Saat proses presentasi setiap kelompok usaha, validasi terkait penjabaran aspek dalam BMC juga dinilai dan diklarifikasi oleh penulis. Hal ini bertujuan untuk memastikan pemahaman seluruh peserta tentang komponen dalam BMC menjadi lebih dalam.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih terkait usaha, juga diberikan materi mengenai mekanisme pengelolaan keuangan usaha. Jika membahas mengenai keuangan, maka sangat banyak aspek yang harus diperhitungkan. Namun, yang disampaikan dalam pelatihan adalah inti dari pengelolaan keuangan, seperti bagaimana mengatur *cashflow,* bagaimana cara menentukan harga jual produk yang telah dibuat dengan mempertimbangkan seluruh bahan dan alat yang digunakan pada tahap produksi. Selain memaparkan materi, dalam tahap ini juga diberikan contoh secara konkrit untuk mendukung pemahaman peserta. Sebagai contoh, seorang pedagang pisang goreng memerlukan beberapa bahan pokok dan tambahan. Bahan pokok seperti pisang goreng, tepung dan minyak. Sedangkan bahan tambahan seperti gula, garam, penyedap, hingga gas yang digunakan untuk menyalakan api guna menggoreng pisang. Seluruh komponen tersebut diperhitungkan untuk kemudian dapat menentukan, berapa harga pisang goreng yang harus dibebankan. Begitu juga dengan *margin* terhadap rencana harga awal juga dijelaskan kepada peserta. Sebagai contoh, saat suatu produk memerlukan Rp 2000 untuk biaya produksi, besaran nilai jual yang harus diberikan adalah minimal nilai produksi + 50%. Sehingga nilai jual minimal untuk produk adalah Rp 3000. Selain itu, beberapa contoh studi kasus lain seperti usaha kopi dan kue juga diberikan untuk meningkatkan pemahaman terhadap variasi usaha.

C. Evaluasi Kegiatan

Setelah seluruh materi pelatihan selesai dijabarkan. Penulis bersama-sama melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta pelatihan setelah diberikan materi terkait. Hal ini juga dapat disebut dengan *postest*. Kegiatan *postest* ini dilakukan dengan

menggunakan pertanyaan yang sama dengan kegiatan *pretest*. Adapun tujuannya adalah untuk melihat perubahan pengetahuan usaha yang dialami oleh mahasiswa. Perlu dicacat bahwasanya saat *pretest,* jawaban benar dan salah siswa tidak ditampilkan, sehingga hanya menampilkan nilai akhir.

Hasil pengamatan terhadap kemampuan siswa pada materi pengembangan dan pengelolaan usaha yang dilakukan di SMAN 3 Denpasar ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. ***Hasil evaluasi kemampuan peserta pelatihan dalam beberapa materi***

No	Materi	Rata-rata Nilai	
		Pretest	***Postest***
1.	Fundamental Usaha	70%	86%
2.	Pengembangan Produk Inovasi	74%	85%
3.	Keuangan Usaha	65%	85%

Tabel 1 memuat mengenai nilai rata-rata dari seluruh siswa pada tahap *pretest* dan *postest* yang didasarkan pada tiga materi utama yang diberikan, yaitu fundamental usaha, pengembangan produk inovasi, dan pengelolaan keuangan usaha.

Dapat dilihat bahwasanya terjadi peningkatan pengetahuan yang cukup siginifikan pada tiga materi yang dijabarkan. Sebagai contoh, pada saat *pretest*, kemampuan siswa mengenai keuangan suatu usaha masih dalam rentang 65%. Setelah mengikuti pelatihan dan mengikuti *postest,* peningkatan yang cukup signifikan didapatkan dengan nilai akhir pemahaman sebesar 85%. Sehingga, didapatkan besarnya peningkatan kemampuan peserta pelatihan sebesar 20%. Selain poin terkait keuangan usaha, jika ditinjau dari fundamental suatu usaha dan pengembangan produk inovasi usaha juga terjadi peningkatan yang cukup besar dengan rentang 11 - 16%.

Untuk memberikan apresiasi kepada seluruh peserta kegiatan pelatihan dan pihak SMAN 3 Denpasar. Pertama, diberikan hadiah atau *reward* terhadap kelompok peserta dengan nilai ujian tertinggi yang didapatkan dari nilai rata-rata bersumber pada gabungan nilai seluruh anggota kelompok. Gambar 4 merupakan dokumentasi kegiatan saat pemberian *reward* kepada kelompok terbaik.

Gambar 4: Pemberian reward kepada kelompok siswa dengan nilai tertinggi.

Kedua, terkait apresiasi kepada pihak SMAN 3 Denpasar, sertifikat dan plakat juga diberikan secara simbolik kepada Kepala Hubungan Masyarakat yang juga sebagai pembina tim pengembangan *business plan*. Dokumentasi bersama kepala Humas dan peserta pelatihan usaha dan pengembangan inovasi produk ditunjukkan pada Gambar 5.

Gambar 5: Foto bersama Kepala Humas dan peserta pelatihan.

SIMPULAN

Peran generasi muda saat ini, atau Gen Z sangat besar dalam mewujudkan generasi Indonesia emas pada tahun 2024. Generasi yang mampu beradaptasi dengan kondisi lingkungan sekitar, membuka usaha, hingga melakukan inovasi produk untuk pengingkatan penjualan usaha. Berdasarkan pengamatan hingga kegiatan pelatihan yang dilakukan di SMAN 3 Denpasar, beberapa siswa telah memiliki jiwa pengusaha dengan mendirikan usahanya masing-masing. Namun, sebagian lainnya masih ragu-ragu untuk memulai dan takut gagal, bahkan merugi. Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan yang diberikan oleh peserta, peningkatan kemampuan mulai dari fundamental usaha, mekanisme pengelolaan inovasi usaha, pembuatan BMC, hingga manajemen keuangan memberikan dampak yang sangat signifikan untuk meningkatkan minat memulai usaha siswa. Sehingga, dapat dikatakan bahwasanya motivasi dan pelatihan yang terstruktur dan terencana merupakan salah satu cara untuk dapat meningkatkan kemampuan generasi muda, terlepas dari bidangnya. Dalam pengabdian ini, tujuan utama yang telah dihasilkan adalah peningkatan minat usaha dan kemampuan pengelolaan usaha pada siswa di SMAN 3 Denpasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Primakara University atas dukungan pendaaan yang diperlukan dalam program pengabdian di SMAN 3 Denpasar pada tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

Biasa, K. M., Tumbel, A. L., Walangitan, M. D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online Dan Strategi Pemasaran Dalam Menigkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus Online Shop Manado). Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(2),948–956.

BPS (2023). Statistik Karakteristik Usaha 2022/2023. Volume 5, 2023.

Darman, R. A. (2017). Mempersiapkan Generasi Emas Indonesia Tahun 2045 Melalui Pendidikan Berkualitas. Jurnal Edik Informatika. Volume 3 No 2, 2017.

Irawati, R. ., & Prasetyo, I. B. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Dan Mempertahankan Bisnis Di Masa Pandemi (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Malang). Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 6(2), 114–133.

Jamira A., Febriani, Y., & Amali. M. (2021). Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis. 205-214.

Jannah, M. (2014). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam, 5(1).

Kemendag. (2024). Kemendag Ramal Transaksi E-Commerce di RI

Tembus Rp533 Triliun. Pojok Media, 2024.

Magdalena, I., Annisa, M. N., Ragin, G., & Ishaq, A. R. (2021). Analisis Penggunaan Teknik Pre-Test dan Post-Test pada Mata Pelajaran Matematika dalam Keberhasilan Evaluasi Pembelajaran di SDN Bojong 04. NUSANTARA, 3(2), 150-165.

Maulidah, F. L., & Oktafia, R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampaknya Bagi Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Volume 6 Nomor 3, 2020.

Putra, Y. S. (2016). Theoritical Review : Teori Perbedaan Generasi. Among Makarti: Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 9 Nomor 2, 2016.

Rossi, I. P. A. A., & Mahadewi, K. J. (2024). Sosialisasi Peran Generasi Muda Dalam Pelaksana Pemilu Damai Di Desa Dangin Puri Klod . MARTABE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Volume 7 Nomor 5, 2024.