

IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI PROJEK PERUSAHAAN SISWA DI SMKN 3 BUDURAN SIDOARJO

WIRANTI PUDJIASTUTI
SMKN 3 Buduran, Sidoarjo

ABSTRAK

Dengan perubahan dalam paradigma pembelajaran, orientasi pembelajaran mengalami perubahan yaitu lebih banyak berorientasi pada siswa. Pengembangan Pembelajaran Kewirausahaan di SMK harus menjadi alternatif dalam mempersiapkan lulusan yang mampu menciptakan lapangan kerja sendiri, meningkatkan ketrampilannya dalam berwirausaha, sehingga setelah lulus mereka diharapkan siap kerja dan siap berwirausaha mandiri. Berdasarkan data yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan program Perusahaan Siswa selama 4 periode dapat diketahui bahwa dengan memberikan pengalaman riil pada siswa yaitu menjalankan aktivitas perusahaan dapat diketahui bahwa kemampuan siswa untuk menjalankan kepemimpinan dalam bisnis dapat dilakukan dengan baik, terbukti aktivitas produksi, marketing, Human Resources Development, Public Relation serta finance dapat dilaksanakan. Hasil dari pengembalian saham kepada investor memiliki nilai yang berbeda, faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah harga produk yang dibuat oleh masing-masing Perusahaan Siswa. NEO mampu mengembalikan saham dengan kenaikan nilai saham sebesar 447,67%, dengan nominal dari Rp 20.000 menjadi Rp 109.000. SAN-G dengan kenaikan nilai saham sebesar 254% dengan nominal saham dari Rp 20.000 menjadi Rp 70.540, Oryza dengan kenaikan nilai saham sebesar 156,87% dengan nominal saham dari Rp 20.000 menjadi Rp 51.373 sedangkan Syailendra mencapai kenaikan nilai saham sebesar 68% dengan nilai nominal saham menjadi Rp 33.500. Faktor Pandemi mempengaruhi jalannya perusahaan, terutama di awal dilakukannya PPKM. Strategi promosi dengan mengoptimalkan media sosial secara kreatif terbukti bisa menjadi jalan keluar dari permasalahan yang dihadapi. Kegiatan HRD, PR bisa dilakukan dengan cara daring, yaitu peningkatan kemampuan public speaking dengan cara live di Instagram perusahaan demikian juga dengan kegiatan PR bisa melaksanakan kegiatan CSR dengan memanfaatkan Instagram yang hasilnya bisa disumbangkan kepada lembaga yang peduli kepada permasalahan lingkungan.

Kata Kunci : pengalaman riil dalam berwirausaha, mengoptimalkan media social secara kreatif

PENDAHULUAN

Pembelajaran pengembangan produk kreatif dan kewirausahaan pada dasarnya merupakan suatu pembelajaran tentang etika, nilai (*value*), kemampuan (*ability*) dan perilaku (*attitude*) dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang dihadapi. Pengembangan Pembelajaran Kewirausahaan dalam ranah pendidikan, tidak hanya dikembangkan untuk menghasilkan manusia terampil intelektual, tetapi juga yang inspiratif-pragmatis, serta kreatif. Terkait dengan hal tersebut Pengembangan Pembelajaran Kewirausahaan di SMK harus menjadi alternatif dalam mempersiapkan lulusan yang mampu menciptakan lapangan kerja sendiri, meningkatkan ketrampilannya dalam berwirausaha, sehingga setelah lulus mereka diharapkan siap kerja dan siap berwirausaha mandiri.

Sejalan dengan pemenuhan kebutuhan terhadap kualitas lulusan SMK yang diharapkan mampu mengembangkan dan meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, serta keterampilan untuk berwirausaha, SMKN 3 Buduran telah berupaya dengan mengarahkan segala daya dan upaya demi mengikuti perkembangan di pasar global yang sudah memasuki era Revolusi Industri 4.0 saat ini. Salah satu upayanya adalah dengan pengembangan kurikulum pada materi pada Produk Kreatif dan Kewirausahaan yang diharapkan menjadi bekal peserta didik setelah lulus nanti.

Salah satu tujuan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah menghasilkan lulusan peserta didik yang siap memasuki lapangan kerja secara mandiri. Oleh karena itu karakteristik wirausaha di SMK perlu dikondisikan, baik melalui jalur kegiatan intrakurikuler, kokurikuler, maupun ekstrakurikuler. Dengan

kondisi lingkungan yang mendukung, peserta didik diharapkan terbiasa untuk menerapkan hingga pada akhirnya akan menjadi karakter/keperibadian peserta didik.

Karakter peserta didik di SMKN 3 Buduran yang diharapkan adalah memiliki kemampuan presentasi, komunikasi, *creative thinking* serta *design thinking*. Termasuk juga siap berkompetisi serta mampu bersaing di dunia industri baik tingkat regional, nasional maupun internasional. Produk kreatif karya peserta didik diharapkan mampu bersaing dan menembus persaingan di dunia usaha, dunia kerja maupun mandiri dan mampu menciptakan lapangan kerja sendiri.

Melalui Kegiatan Perusahaan Siswa serta pengembangan *Start-up* Bisnis di SMKN 3 Buduran menjadi salah satu langkah penting dalam rangka mewujudkan SMK yang dapat menghasilkan tamatan berjiwa wirausaha yang siap kerja, cerdas, kompetitif, dan memiliki ketrampilan berwirausaha mandiri sejak dini.

Indikator keberhasilan Perusahaan Siswa ini adalah ketika peserta didik mampu berkarya menghasilkan produk kreatif hasil karya sendiri atau produk lain yang bisa dipasarkan baik melalui media *online* maupun *offline*. Ketika peserta didik mampu menghasilkan produk yang mempunyai nilai jual dan menghasilkan omset perbulan secara rutin, berarti peserta didik telah memiliki ketrampilan berwirausaha secara mandiri serta bagaimana menjalankan perusahaan dengan segala permasalahan yang dihadapi.

Produk Kreatif dan Kewirausahaan

Didalam kurikulum 2013 revisi 2017, bentuk pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan lebih bersifat *student-centered* (terpusat pada siswa), maksudnya siswa yang ditekankan untuk aktif sedangkan guru berfungsi sebagai fasilitator dan motivator. Hal ini bertujuan agar potensi dalam diri siswa lebih tergali secara bebas dan mampu menghasilkan produk yang beragam dengan tetap menerapkan karakter positif dalam dirinya.

Teti Setiawati dan Karpin (2018) berpendapat bahwa Produk Kreatif menekankan pada apa yang dihasilkan dari proses kreativitas, adalah sesuatu yang baru, orisinal, dan bermakna. Kreativitas adalah kemampuan

seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam karya baru maupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu local berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi merupakan inti dari kewirausahaan. Kreativitas dapat dipandang sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Sedangkan inovasi dalam kewirausahaan adalah kemampuan untuk menerapkan solusi.

Perusahaan Siswa Sebagai Penerapan Pembelajaran Berbasis Proyek

Penekanan pembelajaran terletak pada aktivitas-aktivitas peserta didik dalam menghasilkan produk yang menerapkan keterampilan meneliti, menganalisis, membuat, sampai dengan mempresentasikan produk pembelajaran berdasarkan pengalaman nyata. Pembelajaran Berbasis Proyek memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk berlatih merencanakan, melaksanakan kegiatan sesuai rencana dan menampilkan atau melaporkan hasil kegiatan (Stoller 2006 dalam Sari (2021)). Produk yang dimaksud adalah hasil Proyek berupa barang atau jasa dalam bentuk desain, skema, karya tulis, karya seni, karya teknologi/prakarya, dan lain-lain.

Fungsi Manajemen

Roni Angger Aditama dalam buku Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi (2020), menyebutkan jika fungsi manajemen juga bisa disebut ilmu manajemen. Fungsi ini memuat perihal apa saja yang dilakukan di bidang manajemen, yaitu

a. *Planning* (Perencanaan)

Fungsi manajemen yang mencakup proses mendefinisikan sasaran, menetapkan strategi untuk mencapai sasaran itu, dan menyusun rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan sejumlah kegiatan. Singkatnya adalah mendefinisikan sasaran, menetapkan strategi, dan menyusun bagian-bagian rencana untuk mengkoordinasikan sejumlah kegiatan.

b. Mengorganisasi yaitu, fungsi manajemen yang mencakup proses menentukan tugas apa yang harus dilakukan, siapa yang harus

melakukan, bagaimana cara mengelompokkan tugas-tugas itu, siapa harus melapor ke siapa, dan dimana keputusan harus dibuat. Singkatnya menentukan apa yang perlu dilakukan, bagaimana cara melakukan, dan siapa yang harus melakukannya

- c. Memimpin yaitu fungsi manajemen yang mencakup memotivasi bawahan, mempengaruhi individu atau tim pada saat mereka bekerja, memiliki saluran komunikasi yang paling efektif, dan memecahkan dengan berbagai cara masalah perilaku karyawan. Singkatnya mengarahkan dan memotivasi seluruh pihak yang terlibat konflik.
- d. Mengendalikan, yaitu fungsi manajemen yang mencakup memantau prestasi atlit pelajar aktual, membandingkan aktual dengan standar, dan membuat koreksinya, jika perlu. Singkatnya memantau kegiatan untuk menyakinkan bahwa kegiatan tersebut diselesaikan seperti yang direncanakan.

Pemasaran (Marketing)

Pemasaran merupakan aktifitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran bisa diartikan dengan sebagai “*meeting needs profitably*” yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:14) “Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi”. Menurut Saladin (2010:11) “Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan”.

Menurut Assauri (2012:5) “Pemasaran sebagai kegiatan manusia sebagai yang diarahkan untuk memenuhi kegiatan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.

Dari definisi para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu proses kegiatan dari individu dan kelompok

untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (nilai) produk dengan pihak lain, dimana hal ini juga diharapkan mampu memberikan persepsi kepada konsumen dan memuaskan keinginan konsumen

Keterampilan Berwirausaha

Menurut Machfoedz (2015), wirausaha adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola, dan mengukur risiko suatu usaha bisnis. Pada masa sekarang wirausaha dituntut mampu melakukan berbagai hal sehingga definisinya menjadi lebih luas.

Wirausaha seringkali harus berperan sebagai inovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya, atau kecakapan dengan tujuan mendapat keuntungan. Oleh karena itu Suherman (2010) berpendapat bahwa wirausaha adalah orang yang inovatif, aspiratif, inisiatif, berani mengambil resiko dan berorientasi pada laba. Inovatif dalam hal ini menurut Aprilianty (2012) adalah wirausaha yang mengembangkan produk baru, ide baru dan membangun bisnis dengan konsep baru. Dari beberapa pengertian yang sudah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki keterampilan untuk mengembangkan bisnisnya dari ide menjadi sebuah konsep yang baru dan bersedia menanggung segala risiko yang akan terjadi dengan tujuan akhir untuk memperoleh keberhasilan usaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang berdasarkan pada kegiatan riil siswa dalam melaksanakan praktik berwirausaha dalam suatu organisasi yang bernama perusahaan siswa.. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis deskriptif yang menjabarkan hasil-hasil yang dicapai selama pelaksanaan kegiatan.

Hasil/dampak yang dicapai dalam Implementasi Perusahaan Siswa

Perusahaan Siswa yang dijalankan oleh siswa SMKN 3 Buduran dilaksanakan dalam kurun waktu 4 generasi mulai dari tahun 2018

sampai dengan 2021. Masing-masing Perusahaan Siswa mempunyai produk dan aktivitas perusahaan yang berbeda. Ringkasan masing-masing aktivitas Perusahaan Siswa dapat dibedakan dari divisi yang ada dalam perusahaan.

a. Divisi Produksi

NEO dan SAN-G, mengusung konsep sociopreneur dengan memproduksi kursi dari limbah botol plastik dan jam dari bahan kayu palet serta lampu yang berbahan limbah kayu untuk covernya yang di dalamnya terdapat pengusir nyamuk. Oryza mengusung konsep *ecopreneur* dengan membuat speaker yang memanfaatkan bambu sebagai cover nya. Sedangkan Syailendra yang merupakan perusahaan siswa yang mulai dari awal launching dilaukan secara daring memproduksi tas untuk mengurangi penggunaan tas belanja dari bahan plastik dan tas multifungsi yang dilengkapi power bank solar cell

b. Divisi Marketing.

NEO lebih banyak menjual produk langsung ke konsumen dan berhasil mengajak kerjasama dengan perusahaan property dalam penjualan produknya , yaitu pembeli rumah akan diberi souvenir kursi KPK. SAN-G melakukan promosi dengan menggunakan social media seperti instgram lebih intensif,dan telah berhasil mengajak sebuah toko jam untuk menjual JKT dengan cara konsinyasi. Oryza dan Syailendra lebih mempunyai skill dalam pemanfaatan media sosial karena mengalami masa PPKM yang mengharuskan adanya pembatasan aktivitas dalam melaksanakan penjualan dengan cara offline .

c. Divisi Finance.

Dilihat dari laporan keuangan NEO, mendapatkan laba bersih paling banyak laba bersih sehingga kenaikan nilai saham menjadi 447,67%. Jumlah saham yang akan dibagi menjadi Rp109,000 dari Rp 20.000. SAN-G dengan kenaikan nilai saham 254% dengan pengembalian saham kepada investor sebesar Rp 70.540. Oryza meskipun mengalami masa pandemi masih bisa mencapai kenaikan nilai saham sebesar 156,87% dengan nilai pengembalian saham sebesar Rp 51.373. dan

Syailendra yang menjalankan bisnis nya dalam masa PPKM penuh masih mampu mencapai kenaikan nilai saham sebesar 68% dengan pengembalian saham kepada investor sebesar Rp 33.500. dari capaian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan siswa mampu menjalankan bisnisnya dengan baik dan mampu menjaga kepercayaan para investor sehingga dari saham yang di beli tidak mengalami kerugian.

d. Divisi HRD

Untuk semua perusahaan siswa kegiatan HRD bertujuan untuk meningkatkan skill, kekompakan anggota sehingga mampu menjalankan usaha dengan komitmen penuh meskipun harus membagi waktu dengan jam belajar. NEO dan SAN-G berkesempatan untuk melaksanakan kegiatan secara luring sehingga secara nyata bisa berkolaborasi. Secara kreatif HRD, Oryza melakukan kegiatan untuk mengasah skill para anggotanya untuk bisa meningkatkan kemampuan publik speakingnya dengan kegiatan *live* di *Instagram* Oryza. *Share to Public* adalah kegiatan HRD Syailendra yang bertujuan untuk melatih public speaking setiap anggota serta menambah wawasan sekaligus membagikan pengalaman mereka sesuai dengan tema yang ditentukan

e. Divisi PR

Kegiatan divisi PR utamanya adalah untuk mempromosikan perusahaan di lingkungan sekolah dan masyarakat sekitar. Secara kreatif divisi PR mampu melaksanakan kegiatan tersebut sampai lingkungan di luar sekolah seperti kampanye penggunaan botol plastik di SD Pucang kegiatan penghijauan . Pada masa pandemic mengharuskan Oryza dan Syailendra untuk tetap melakukan kegiatan PR, hal mereka lakukan adalah memanfaatkan media social seperti Instagram. Sesuai dengan misi perusahaan untuk ikut serta berperan dalam kelestarian lingkungan Oryza melaksanakan programConnect and Colaborate adalah kegiatan CSR yang dilakukan oleh PR Oryza.Kegiatan ini berkolaborasi dengan komunitas Sidoarjo yang peduli terhadap penggunaan listrik bernama Earthhousidoarjo dilakukan dengan selfie gelap dan memakai

flash lalu dimasukan didalam twi bon yang telah disediakan lalu diupload di instagram masing – masing bisa berupa feed maupun instastory dan setiap per postingan akan menyumbangkan Rp. 1.750 kepada *earth hour* sidoarjo

Kendala yang dihadapi Program Perusahaan Siswa

Dari semua angkatan perusahaan siswa di SMKN 3 Buduran selalu mengalami kendala dalam mencari ide bisnis atau ide produk yang dibuat. Kebiasaan melaksanakan perintah untuk siswa SMK sulit untuk di rubah menjadi siswa yang aktif mengembangkan ide kreatif dalam pembuatan produk.

Guru pendamping program perlu merubah mind set siswa pekerja menjadi siswa yang mampu berkreasi dan mempunyai inovasi baru yang terkait dengan bisnis yang dijalankan.

Faktor komunikasi dengan teman lain dalam 1 tim bisa menjadi faktor terjadinya kesalahpahaman yang berujung pada terganggunya aktivitas usaha. Kesulitan membagi waktu bagi sebagian anggota bisa berdampak pada aktivitas perusahaan.

Faktor pendukung kegiatan Program Perusahaan Siswa

Factor pendukung jalannya proyek perusahaan siswa ini adalah adalah komitmen dari Sekolah untuk mensupport kegiatan termasuk

menyediakan sarana yang dibutuhkan oleh siswa. Sambutan baik dari pihak orang tua orang tua juga sangat membantu kelancaran jalannya perusahaan karena siswa apalagi masih kelas X masih sangat perlu perhatian dan bimbingan dari orang tua. Siswa yang tergabung dalam perusahaan siswa mempunyai semangat yang luar biasa dalam menjalankan proses produksi, marketing maupun kegiatan lain. pembelajaran ini terbukti mampu memotivasi peserta didik dalam menciptakan produk kreatif inovatif yang mampu menjawab tantangan di era globalisasi saat ini.

Tindak lanjut Program Perusahaan Siswa

Program Perusahaan Siswa dalam 1 periode berjalan kurang lebih 6 bulan. Karena statusnya sebagai siswa paling tidak sudah memberikan pengalaman bagi siswa untuk merasakan suasana bekerja dalam sebuah perusahaan sekaligus menjadi wirusaha secara nyata. Untuk tetap memberikan Tetap melakukan Pendampingan/*Startup* Bisnis kepada peserta didik yang sudah memulai usahanya, melalui kegiatan wirausaha dengan membentuk kelas/ kelompok wirausaha sampai mereka berhasil wirausahawan mandiri. Serta mengembangkan kurikulum Produk Kreatif dan Kewirausahaan dengan mengedepankan pembelajaran berbasis proyek untuk menghasilkan lulusan yang mampu menjalankan profesi sebagai wirausaha yang berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Akbar Henny, 2021, Best Practice dengan judul “Proyek PPKM (Pameran Produk Kreatif dan Marketing) Lejitkan Ketrampilan Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Jepara”. Diunduh.
- Aprilianty, Eka. 2012. *Pengaruh Kepribadian wirausaha, pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prestasi Junior Indonesia, *Hand Out Student Company*. 2018, 2019, 2020 dan 2021
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zurina. 2019. *Best Practice: Implementasi Program Pendidikan Kewirausahaan Melalui Penerapan Proses Pembelajaran Dalam Mewujudkan Kreativitas Dan Inovasi Peserta Didik Sma Negeri 2 Pekanbaru Tahun 2017* (Versi Elektronik) diunduh tanggal 6 September 2021. Dari Jurnal; Perspektif Pendidikan dan Keguruan, Vol X, No. 1, April 2019. Diunduh