

MEMBERDAYAKAN SISWA SMK MUHAMMADIYAH 6 KARANGANYAR SEBAGAI GENERASI Z PAHAM PELUANG BISNIS

Ilham Karin Rizkiawan¹, Fahman Hadi Utomo²

^{1,2)} Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas ‘Aisyiyah Surakarta
e-mail: ilhamrizki1994@iska-university.ac.id

Abstrak

Minat terhadap kewirausahaan di kalangan pelajar Indonesia masih belum optimal dan cenderung rendah. Ini menjadi suatu ironi mengingat siswa SMK diharapkan menjadi pelopor utama dalam mengembangkan semangat berwirausaha di Indonesia. Di SMK 6 Karanganyar, masalah utamanya adalah kurangnya minat pada kewirausahaan, terutama di kalangan Gen Z, karena beberapa faktor. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang kewirausahaan. Selain itu, kurangnya dukungan dari lingkungan, baik itu keluarga maupun sekolah, juga menjadi salah satu penyebab utama. Banyak siswa merasa tidak mendapat dukungan saat mereka mencoba memulai usaha sendiri, karena masalah seperti keterbatasan modal atau akses terhadap teknologi yang dibutuhkan. Selain itu, stigma negatif masih ada bahwa menjadi pengusaha kurang bergengsi dan kurang stabil secara finansial dibandingkan dengan bekerja sebagai pegawai di perusahaan besar. Solusi yang ditawarkan dari permasalahan yang dirasa melalui program ini yaitu dengan penyuluhan dan edukasi serta pelatihan praktik pembuatan bisnis. Target yang diharapkan yaitu mitra dapat menambah pengetahuan mereka tentang berwirausaha yang benar dan mengerti persiapan persiapan sebelum membuka usaha serta strategi dalam menjalankan bisnis usaha secara tepat.

Kata kunci: Bisnis; Kewirausahaan; Generasi Z

Abstract

Interest in entrepreneurship among Indonesian students is still not optimal and tends to be low. This is ironic considering that vocational school students are expected to be the main pioneers in developing the entrepreneurial spirit in Indonesia. At SMK 6 Karanganyar, the main problem is the lack of interest in entrepreneurship, especially among Gen Z, due to several factors. One of them is a lack of understanding and knowledge about entrepreneurship. Apart from that, lack of support from the environment, both family and school, is also one of the main causes. Many students feel they do not receive support when they try to start their own business due to problems such as limited capital or access to the necessary technology. Apart from that, the negative stigma still exists that being an entrepreneur is less prestigious and less financially stable than working as an employee in a large company. The solution offered to the problems felt through this program is through counseling and education, as well as training in practical business creation. The expected target is that partners can increase their knowledge about proper entrepreneurship and understand the preparations before opening a business as well as strategies for running a business properly.

Keywords: Business; Entrepreneurship; Generation Z

PENDAHULUAN

Kewirausahaan dan bisnis menjadi sangat penting untuk menggerakkan perekonomian suatu negara di era digitalisasi dan kemajuan teknologi saat ini. Pemerintah Indonesia telah menetapkan target capaian tingkat kewirausahaan sebesar 4 % pada tahun 2024 (Budi & Fensi, 2018). Tetapi tingkat berwirausaha siswa dan generasi Z Indonesia masih rendah. Sebenarnya, kewirausahaan adalah fenomena yang umum dan dapat dilakukan oleh berbagai kelompok usia, termasuk pelajar (Karimi, Mohammadi, & Sakhteh, 2022). Terutama di antara Generasi Z yang bersekolah di SMK 6 Karanganyar. Ini merupakan suatu hal yang disayangkan mengingat bahwa siswa SMK seharusnya menjadi motor penggerak dalam perkembangan kewirausahaan di Indonesia. Kurangnya minat terhadap kewirausahaan di kalangan pelajar Indonesia, khususnya di kalangan Generasi Z di SMK 6 Karanganyar, dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kurangnya literasi, edukasi pendidikan, pemahaman, serta praktik tentang kewirausahaan.

Kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar adalah salah satu faktor yang turut menyebabkan rendahnya minat kewirausahaan di kalangan Generasi Z di SMK 6 Karanganyar. Banyak siswa merasa

tidak mendapat dukungan dari keluarga atau sekolah saat mencoba terlibat dalam dunia wirausaha dan menghadapi hambatan seperti kurangnya modal atau akses ke teknologi yang diperlukan. Di samping itu, ada juga faktor internal yang memengaruhi semangat kewirausahaan di kalangan Generasi Z di SMK 6 Karanganyar, seperti kurangnya rasa percaya diri atau ketakutan akan kegagalan. Beberapa siswa merasa belum siap dalam melakukan pengambilan Keputusan serta risiko dan menghadapi tantangan baru dalam memulai bisnis.

Pembentukan sikap kewirausahaan pada siswa lebih difokuskan pada pengembangan karakteristik yang mandiri dan bertanggung jawab melalui pendidikan kewirausahaan, baik dalam teori maupun praktek. Hal ini sejalan dengan penemuan(Kecamatan & Aji, 2024) ang menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan melibatkan aspek kepribadian yang mencakup tindakan kreatif sebagai nilai, minat dalam berusaha, ketangguhan dalam menghadapi tantangan, kepercayaan diri, memiliki kontrol diri atau locus of control, kemampuan dalam mengelola risiko, melihat perubahan sebagai peluang, toleransi terhadap ketidakpastian, inisiatif dan motivasi untuk mencapai prestasi, kecenderungan menuju kesempurnaan, memiliki pikiran terbuka, menghargai waktu, dan motivasi yang tinggi. Karakteristik-karakteristik ini menjadi bagian integral dari nilai-nilai yang diyakini oleh individu.

Siswa SMK 6 Karanganyar merupakan generasi Z yang rata rata kelahiran setelah 1995 yang kedepan akan memasuki dunia kerja rentang umur berkisar 15-21 Tahun (Meisari & Emilda, 2014) Ciri-ciri generasi ini yaitu digital savvy, pembuat keputusan yang cepat, dan sangat terhubung dengan kehidupan sosial baik di dunia maya maupun nyata(Yolanda, Mukarramah, Iqbal Chaira, & Zulkarnain, 2023).

Generasi Z yang tengah menempuh pendidikan saat ini memiliki keahlian teknologi yang sangat baik karena mereka terbiasa dengan penggunaan internet. Jika dimanfaatkan dengan optimal, internet dapat memberikan dampak yang positif bagi mereka dalam menemukan peluang, terutama bagi siswa kelas tiga yang akan segera menyelesaikan sekolah. Generasi Z cenderung memulai pencarian pekerjaan mereka lebih awal dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Raden & Hartini, 2017) Sebagian besar dari mereka mendapatkan pekerjaan pada tahun pertama kuliah, sementara yang lain mulai bekerja saat masih berada di sekolah menengah. Hanya segelintir dari mereka yang menunda pencarian pekerjaan hingga menyelesaikan kuliah (Hardinandar, Rizkan, & Amelia, 2024)

Generasi Z juga sekarang cenderung suka melihat hal hal baru dan kebanyakan banyak menghabiskan kegiatan nya dengan nongkrong bersama teman teman di cafe atau coffee shop. Karena banyak anak muda yang suka dengan kopi dan nongkrong hal ini dapat menjadi peluang bisnis yang dapat di ambil dan menguntungkan.

Dalam proses bisnis coffee shop, penjualan produk kepada pelanggan merupakan faktor kunci bagi pemilik usaha. Produk utama yang ditawarkan adalah berbagai jenis minuman kopi, tetapi juga termasuk minuman non-kopi dan makanan. Proses bisnis melibatkan serangkaian langkah, mulai dari perolehan bahan baku, produksi, hingga akhirnya penjualan kepada konsumen. Penjualan di coffee shop tidak hanya menciptakan pendapatan untuk usaha tersebut, tetapi juga dapat membantu dalam upaya pemerintah untuk mengurangi tingkat pengangguran (Mettan & Setiawan, 2023).

Dari latar belakang di atas, Tim PKM berfokus untuk melakukan kegiatan Pelatihan Kewirausahaan Melalui Peluang Bisnis yang popular di kalangan anak muda yaitu bisnis kopi dan minuman kekinian. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman dan informasi kepada siswa tentang pemanfaatan peluang bisnis serta memberikan panduan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Selain itu mereka dapat membuat Keputusan dan strategi yang tepat Ketika menjalankan usahanya.

METODE

Mitra dalam kegiatan ini adalah siswa siswi SMK Muhammadiyah 6 Karanganyar . Anggota pelatihan sejumlah 52 siswa yang berumur 17-18 tahun. Metode yang digunakan dalam program ini adalah dengan penyuluhan atau edukasi dan pelatihan bisnis. Yang dapat digambarkan melalui skema berikut:



Adapun metode yang digunakan sebagai berikut sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah: Tim pengabdian melakukan analisis terhadap tantangan yang dihadapi oleh mitra mereka, yaitu SMK Muhammadiyah 6 Karanganyar, dengan tujuan untuk memahami masalah dan kesulitan yang dihadapi mitra dalam memberikan arahan kepada siswa-siswinya.
2. Sosialisasi: Tim pengabdian memberikan informasi terkait konsep pemasaran, manfaatnya, dan strategi yang diperlukan untuk mengambil peluang bisnis serta memasarkan produk terkait bisnis yang ditekuni. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan prinsip-prinsip strategi dan pemanfaatan setiap kesempatan bisnis sesuai dengan minat dan kemampuan siswa
3. Pelatihan: Tim memberikan pembinaan kepada siswa dengan mengedukasi mereka melalui pelatihan praktis tentang proses pembuatan berbagai olahan kopi, mulai dari proses roasting hingga penyajian kopi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman peserta UMKM tentang pemasaran dan pembuatan konten pemasaran yang efektif. Tahapan kegiatan ini meliputi identifikasi masalah, sosialisasi, dan praktik pembuatan konten sebagai berikut :

1. Identifikasi masalah

Pada tahap awal ini, tim pengabdian bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh siswa-siswi dengan melakukan observasi langsung di kelas. Hasil identifikasi menunjukkan ternyata banyak siswa yang masih takut menerima kegagalan dalam menjalankan bisnis dan masih belum paham bagaimana memulai serta pengaplikasian bisnis bagi pemula.



Gambar 2. Kegiatan Observasi kepada siswa

2. Sosialisasi

Pada tahap sosialisasi, dilakukan penyuluhan mengenai pentingnya pemasaran dan strategi-strategi pemasaran produk serta konten iklan. Tujuannya adalah memberikan wawasan dan referensi kepada peserta mengenai jenis bisnis yang cocok dan strategi pemasaran yang akan diterapkan di usaha mereka masing-masing. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi untuk

mengikuti sosialisasi ini, dan banyak yang masih kurang paham tentang cara memulai bisnis dari awal.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Pemasaran Produk

3. Pelatihan

Pada tahap ini para siswa di berikan pelatihan untuk membuat minuman kopi mulai dari roasting kopi hingga tahap akhir penyajian. Pada tahap ini dilakukan di Aula SMK Muhammadiyah 6 surakarta dan peserta di berikan pelatihan untuk maju satu persatu agar semua tahu praktek pembuatan kopi yang tepat dan mudah di aplikasikan kedalam sajian.



Gambar 4. Kegiatan Pelaksanaan Pelatihan Pembuatan Kopi



Gambar 5. Foto Bersama Siswa Siswi SMK Muhammadiyah 6 Karanganyar

SIMPULAN

Berdasarkan pengabdian yang sudah di lakukan di SMK Muhammadiyah 6 karanganyar Terdapat beberapa hal yang dapat di simpulkan yaitu: Pertama, banyak sekali siswa siswi yang termasuk generasi Z masih banyak yang takut dan kurang paham terhadap dasar dasar bisnis walaupun keinginan menjadi pebisnis itu ada. Dengan adanya teknologi dan media sosial yang semakinpersebarannya membuat para siswa semakin terbuka terhadap hal hal baru dan akan semakin mudah dalam pengembangan skill berbisnis.

Kedua, dengan adanya pelatihan ini di harapkan siswa siswi paham bagaimana pebisnis itu memulai menjalankan bisnisnya dari riset makanan dan minuman serta persiapan media yang tepat dalam pengelolaannya yang dengan pembuatan minuman kopi ini di harapkan para peserta mampu mengembangkan skill dan mengambil peluang bisnis secara tepat di saat persaingan bisnis semakin ketat di sertai dengan strategi bisnis untuk mengelola dan mengembangkan usaha yang akan di jalankan.

SARAN

Setelah melakukan pelatihan untuk strategi marketing dan praktik bisnis di harapkan SMK Muhammadiyah 6 Karanganyar dapat melakukan pelatihan berkelanjutan untuk anak didiknya agar terus dapat mengasah skill siswa dalam berbisnis, serta kedepan akan dapat melakukan pengabdian lanjutan tentang pengelolaan keuangan dan SDM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala sekolah dan guru SMK Muhammadiyah 6 Karanganyar yang telah memberi dukungan untuk memfasilitasi pengabdian ini sehingga berjalan lancar tanpa kendala serta terimakasih kepada siswa siswi yang telah melakukan semua rangkaian acara pengabdian ini dengan sungguh sungguh baik dari pemaparan materi hingga menjalankan praktik pembuatan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, B., & Fensi, F. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i1.1128>
- Hardinandar, F., Rizkan, M., & Amelia, R. (2024). Menumbuhkan Kewirausahaan Digital pada Generasi Z di SMAN 1 Wawo Melalui Kegiatan Sosialisasi Fostering Digital Entrepreneurship among Generation Z at SMAN 1 Wawo Through Socialization Activities . 1, 37–50.
- Karimi, A., Mohammadi, N., & Sakhteh, S. (2022). Opportunities and Threats Facing Early-Stage Digital Startups During the COVID-19 Pandemic. *Contributions to Economics*, 03(02), 83–99. https://doi.org/10.1007/978-3-030-89996-7_5
- Kecamatan, B., & Aji, B. (2024). Pelatihan keterampilan bidang kuliner pkk kelurahan buliang kecamatan batu aji 1,2. 02(01), 29–35.
- Meisari, V., & Emilda. (2014). Pelatihan Kewirausahaan Bisnis Kopi Pada Generasi Milenial Dan Gen Z Di Kota Palembang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7, 854–863.
- Mettan, S. V., & Setiawan, Y. C. (2023). Pelatihan Wirausaha Generasi Z Terutama Siswa/I SMA St. Agnes Untuk Mengembangkan Potensi Entrepreneur Muda Melalui Zoom. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 151–157. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.778>
- Raden, A., & Hartini, D. (2017). Pelatihan Pembuatan Krupuk Ikan Ekor Kuning Sebagai Ide Bisnis Dalam Mengembangkan Jiwa Wirausaha Pada Desa Muara Gading Mas Lampung Timur. *Jurnal Abdi Citra*, 1(1), 2588–2593.
- Yolanda, C., Mukarramah, M., Iqbal Chaira, T. M., & Zulkarnain, M. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi – Z Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 2(2), 12–19. <https://doi.org/10.36490/jpmtnd.v2i2.759>