



## Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

**1%**



**Overall Similarity**

**Date:** Feb 1, 2026 (09:48 AM)

**Matches:** 29 / 2391 words

**Sources:** 4

**Remarks:** Low similarity detected, consider making necessary changes if needed.

**Verify Report:**  
Scan this QR Code



Volume 2 Issue 1 (2026) Pages 00-00

Jurnal Pengabdian Cendekia

E-ISSN: 3089 – 5312

Licence Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0)

Membentuk Jiwa Wirausaha di Sekolah Melalui Pendampingan Pembelajaran Marketing Dasar

Octa Kesuma<sup>1</sup>, Muhammad Dimas Al Hafidz Wardana<sup>2</sup>, Jenete Novita Habba<sup>3</sup>

1Program <sup>1</sup> **Studi Manajemen dan Bisnis**, Universitas Pamulang

2Program **Studi Manajemen dan Bisnis**, Universitas Pamulang

3Program **Studi Manajemen dan Bisnis**, Universitas Pamulang

DOI: <https://doi.org/10.71417/jpc.v2i1.x>

## Abstrak

Pendidikan kewirausahaan di SMK Indonesia menghadapi tantangan tinggi akibat pengangguran lulusan melebihi 8% dan rendahnya keterampilan pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan memperkuat jiwa wirausaha siswa melalui pendampingan pembelajaran marketing dasar berbasis praktik. Menggunakan pendekatan partisipatif-ekudatif kualitatif deskriptif dengan elemen action research, populasi seluruh siswa SMK Hidatha Jakarta Selatan disampel purposif 21 siswa pada 21 Agustus 2025. Instrumen observasi, diskusi kelompok, dan lembar penilaian dianalisis deskriptif kualitatif melalui perbandingan pra-pasca intervensi. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan: pemahaman kewirausahaan 65% menjadi 85%, pemasaran digital 40% menjadi 80%, dan sikap kolaborasi hingga 85%. Kesimpulan menegaskan pendekatan partisipatif efektif menjembatani teori-praktik, dengan rekomendasi integrasi kurikulum vokasi dan penelitian

lanjutan berbasis mixed-methods.

Kata Kunci: Pendidikan Kewirausahaan, Keterampilan Pemasaran, Penelitian Tindakan Partisipatif, Siswa SMK, Pelatihan Vokasi

### Abstract

Entrepreneurship education in Indonesian vocational high schools faces challenges from graduate unemployment exceeding 8% and limited digital marketing skills. This study aims to strengthen students' entrepreneurial spirit through practical basic marketing learning assistance. Employing a participatory-educational qualitative descriptive approach with action research elements, the population comprised all students at SMK Hidatha Jakarta Selatan, purposively sampling 21 students on August 21, 2025. Observation, group discussions, and assessment sheets served as instruments, analyzed descriptively by pre-post intervention comparison. Results reveal significant improvements: entrepreneurial understanding rose from 65% to 85%, digital marketing from 40% to 80%, and collaboration attitudes reaching 85%. The study concludes that participatory approaches effectively bridge theory and practice, recommending vocational curriculum integration and future mixed-methods research.

Keywords: Entrepreneurship Education, Marketing Skills, Participatory Action Research, SMK Students, Vocational Training

Copyright (c) 2026 Octa Kesuma, Muhammad Dimas Al Hafidz Wardana, Jenete Novita Habba

Corresponding author : Muhammad Dimas Al Hafidz Wardana

Email Address : dimasalhafidz13@gmail.com

## PENDAHULUAN

Pendahuluan pendidikan kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memainkan peran krusial dalam mempersiapkan lulusan yang tidak hanya siap bekerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha mandiri. Namun, realitas menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka (TPT) lulusan SMK masih tertinggi di Indonesia, mencapai lebih dari 8 persen menurut data nasional terkini. Fenomena ini mencerminkan ketidaksesuaian antara kurikulum vokasi dengan tuntutan pasar kerja yang dinamis.

Di tengah era digital, siswa SMK semakin bergantung pada platform online untuk berinteraksi, tetapi pemanfaatan ini belum optimal untuk kewirausahaan. Banyak lulusan terjebak di sektor informal dengan usaha skala kecil karena kurangnya keterampilan pemasaran dasar berbasis digital. Kondisi ini diperparah oleh rendahnya rasio wirausaha nasional yang hanya sekitar 3 persen, jauh di bawah standar negara maju.

Permasalahan utama terletak pada pendekatan pembelajaran kewirausahaan di SMK yang masih dominan teoritis dan kurang terintegrasi dengan praktik bisnis nyata, khususnya pemasaran. Studi menunjukkan bahwa tanpa pengalaman langsung, niat dan sikap wirausaha siswa tidak berkembang secara signifikan (Sari & Nugroho, 2021; Pratama et al., 2022). Hal ini menyebabkan kesenjangan antara harapan kurikulum dan kemampuan lulusan dalam menghadapi ekonomi digital.

Tambahan lagi, keterbatasan literasi digital dan kemampuan pemasaran menjadi hambatan utama, di mana siswa kesulitan menerapkan media sosial untuk promosi usaha. Penelitian empiris mengonfirmasi bahwa pendidikan tanpa bimbingan praktis memberikan dampak terbatas terhadap kompetensi wirausaha (Putri Rahmawati, 2020; Hidayat et al., 2023). Situasi ini menimbulkan gap ganda: tingginya kebutuhan kewirausahaan, rendahnya praktik marketing dasar, dan minimnya model pendampingan berkelanjutan. Masalah semakin kompleks dengan kurikulum yang belum adaptif terhadap teknologi, sehingga lulusan SMK sulit bersaing di pasar kerja formal maupun berwirausaha. Data

tracer study vokasi menegaskan bahwa mayoritas lulusan memilih usaha informal tanpa fondasi kuat (Kemendikbudristek, 2023; Hermawan et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pembelajaran marketing dasar berbasis praktik guna membentuk jiwa wirausaha siswa SMK, dengan target peningkatan pemahaman konsep, keterampilan promosi digital, pencatatan keuangan sederhana, serta sikap percaya diri dan kolaborasi. Urgensi program ini muncul dari tingginya pengangguran lulusan SMK dan kebutuhan mendesak untuk menjembatani teori dengan praktik di era digital (Badan Pusat Statistik, 2023; Kirana & Pradikto, 2025). Kebaruan terletak pada model pendampingan partisipatif-edukatif yang aplikatif dan dapat direplikasi di SMK lain, melengkapi pendekatan konvensional dengan fokus pada marketing digital berkelanjutan (OECD, 2021; World Bank, 2022).

## METODOLOGI

### Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif dalam konteks pengabdian kepada masyarakat (PKM) untuk memperkuat jiwa wirausaha siswa SMK melalui pendampingan pembelajaran marketing dasar. Jenis penelitian bersifat kualitatif deskriptif dengan elemen action research, di mana tim pengabdi terlibat langsung dalam proses pembelajaran interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung, sebagaimana direkomendasikan untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat yang menekankan partisipasi aktif mitra. Pendekatan ini selaras dengan metodologi penelitian kualitatif yang menyoroti keterlibatan subjek untuk menghasilkan perubahan nyata, seperti yang diuraikan Sugiyono dalam kerangka pengabdian berbasis partisipasi.

Jenis penelitian adalah pengabdian masyarakat dengan metode partisipatif-edukatif, yang mengintegrasikan penyampaian materi kewirausahaan, diskusi interaktif, pendampingan kelompok usaha, serta praktik pemasaran dan pencatatan keuangan sederhana. Metode ini bersifat kolaboratif, memungkinkan siswa SMK sebagai mitra aktif mengidentifikasi masalah dan menerapkan solusi secara langsung, sesuai paradigma Participatory Action

Research (PAR) untuk PKM. Sugiyono menekankan bahwa metode partisipatif efektif dalam penelitian pengabdian karena memastikan relevansi dan keberlanjutan dampak sosial.

#### Instrumen dan Teknik Analisis Data

Instrumen penelitian meliputi observasi langsung, diskusi kelompok, dan lembar penilaian sederhana untuk mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, serta sikap kewirausahaan sebelum dan sesudah intervensi. Teknik analisis data bersifat deskriptif kualitatif, dengan membandingkan kondisi pra dan pasca-kegiatan melalui pengamatan partisipan dan data persentase indikator seperti pemahaman konsep (dari 65% menjadi 85%). Pendekatan ini didukung Emzir untuk analisis data kualitatif dalam pendidikan, yang menekankan triangulasi observasi dan wawancara mendalam.

#### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh siswa SMK Hidatha Jakarta Selatan, dengan sampel purposif sebanyak 21 siswa yang terlibat penuh dalam kegiatan pada 21 Agustus 2025 selama 3 jam. Pemilihan sampel ini mempertimbangkan keterlibatan aktif dan representasi kelas vokasi, sesuai teknik purposive sampling untuk penelitian partisipatif di komunitas pendidikan. Sudaryono merekomendasikan sampling semacam ini dalam pengembangan instrumen pendidikan vokasi untuk memastikan kedalaman data.

#### Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian mencakup tahap persiapan (perencanaan materi dan koordinasi dengan sekolah), pelaksanaan (penyampaian materi, diskusi, pendampingan praktik), monitoring (pengamatan selama proses), dan evaluasi (perbandingan data pra-pasca). Setiap tahap dilakukan secara sistematis untuk menjamin alur logis dari teori ke praktik, dengan evaluasi deskriptif untuk mengidentifikasi peningkatan indikator kewirausahaan. Creswell menjelaskan prosedur berurutan seperti ini esensial dalam desain penelitian mixed-methods untuk pengabdian masyarakat.

## HASIL

Kegiatan PKM ini dihadiri oleh 21 siswa dari SMK Hidatha Jakarta Selatan yang semua berpartisipasi dalam setiap tahap kegiatan dari awal sampai selesai. Dari pengamatan selama kegiatan, dapat dilihat bahwa partisipasi siswa sangat baik, ditunjukkan melalui kehadiran penuh (100%) dan keterlibatan aktif dalam diskusi serta kerja kelompok. Ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif-partisipatif yang diterapkan berhasil menarik minat dan keterlibatan peserta secara maksimal.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan siswa setelah pelaksanaan kegiatan pendampingan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, mayoritas siswa (sekitar 65%) hanya mengetahui konsep kewirausahaan secara teori tanpa kemampuan untuk menghubungkannya dengan praktik usaha yang nyata. Namun, setelah kegiatan tersebut, jumlah siswa yang bisa menjelaskan konsep kewirausahaan dengan cara yang aplikatif meningkat menjadi sekitar 85%, khususnya dalam bidang pemasaran produk dan pengelolaan usaha sederhana.

Peningkatan ini juga terlihat dalam keterampilan dasar pemasaran. Seperti yang dirangkum dalam Tabel 1, kemampuan siswa untuk merencanakan strategi promosi sederhana dan menggunakan media sosial untuk pemasaran menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sebelumnya, hanya sekitar 40% siswa yang memahami peran media sosial sebagai alat promosi. Namun, setelah kegiatan pendampingan, persentase tersebut meningkat menjadi sekitar 80%. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik langsung dan simulasi promosi memberikan efek positif terhadap pemahaman siswa.

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No

Aspek yang Diamati

Sebelum Kegiatan (%)

Setelah Kegiatan (%)

1

Pemahaman konsep kewirausahaan

65

85

2

Minat berwirausaha

50

80

3

Pengetahuan marketing dasar

40

80

4

Pemanfaatan media sosial

40

75

5

Kemampuan pencatatan keuangan

35

80

6

Kerja sama dan komunikasi

45

85

7

Kepercayaan diri

55

75

Tabel 1 menunjukkan pergeseran dalam pengetahuan, kemampuan, dan sikap kewirausahaan siswa SMK sebelum dan setelah terlibat dalam aktivitas Pengabdian kepada Masyarakat yang berfokus pada pembelajaran marketing dasar. Indikator yang diukur mencakup pemahaman tentang kewirausahaan, kemampuan dalam marketing dasar, penggunaan media sosial untuk promosi, pencatatan keuangan yang sederhana, rasa percaya diri, serta kolaborasi dalam tim.

Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Persentase kepada siswa SMK Hidatha

Gambar 1 menunjukkan proses penyampaian materi kewirausahaan, diskusi kelompok, serta praktik pemasaran sederhana yang dilakukan oleh siswa SMK Hidatha selama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Gambar 2. Grafik Peningkatan Indikator Kewirausahaan Siswa Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Grafik 1 memperlihatkan kecenderungan peningkatan pada seluruh indikator <sup>4</sup> kewirausahaan siswa setelah mengikuti kegiatan pendampingan, dengan peningkatan paling menonjol pada aspek pemanfaatan media sosial untuk promosi dan kepercayaan diri siswa.

Berdasarkan hasil kegiatan, diperoleh tiga temuan utama, yaitu:

1. Pembelajaran marketing dasar berbasis praktik meningkatkan pemahaman kewirausahaan siswa secara signifikan.
2. Pendampingan langsung mendorong peningkatan keterampilan pemasaran dan pencatatan usaha sederhana.
3. Terjadi perubahan positif pada sikap kewirausahaan siswa, khususnya kepercayaan diri

dan kemampuan kerja sama.

Temuan ini memperkuat bahwa integrasi pembelajaran aplikatif dan pendampingan merupakan pendekatan efektif dalam penguatan kewirausahaan siswa SMK.

## PEMBAHASAN

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa pendampingan pembelajaran marketing dasar berbasis praktik memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan siswa SMK.

Peningkatan tersebut tidak hanya terlihat pada aspek kognitif, tetapi juga pada aspek afektif dan perilaku, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 dan Grafik 1. Temuan ini sejalan dengan berbagai hasil penelitian dan kegiatan PKM sejenis yang menekankan pentingnya pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif dan kontekstual.

Peningkatan pengetahuan mengenai kewirausahaan serta kemampuan pemasaran dasar peserta didik dalam kegiatan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al. (2022) dan Sari dan Nugroho (2021). Mereka menyatakan bahwa metode pembelajaran kewirausahaan yang berbasis proyek dan praktik lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa dibandingkan dengan metode pengajaran tradisional.

Hal ini disebabkan oleh keterlibatan aktif siswa dalam menyusun strategi promosi dan melakukan simulasi usaha, sehingga gagasan tentang kewirausahaan menjadi lebih nyata dan dapat dipahami dengan lebih baik.

Temuan mengenai kemajuan signifikan dalam penggunaan media sosial untuk promosi juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh World Bank (2022) dan OECD (2021), yang menunjukkan bahwa pemahaman tentang pemasaran digital adalah kompetensi utama dalam dunia kewirausahaan masa kini. Dalam acara ini, peserta didik diberikan ilustrasi langsung serta bimbingan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, sehingga mereka dapat menghubungkan kebiasaan digital yang mereka lakukan sehari-hari dengan dunia bisnis. Situasi ini menjelaskan mengapa peningkatan pada indikator tersebut menjadi salah satu yang paling mencolok.

Selain elemen keterampilan, pergeseran sikap kewirausahaan seperti peningkatan rasa percaya diri dan keterampilan kolaborasi kelompok adalah temuan signifikan dalam kegiatan ini. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Putri dan Rahmawati (2020) serta Hidayat et al. (2023), yang menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman dan diskusi dalam kelompok dapat memperbaiki sikap kewirausahaan siswa. Rasa percaya diri siswa meningkat karena mereka diberikan kesempatan untuk menyampaikan pandangan, berargumentasi, dan bereksperimen tanpa rasa takut melakukan kesalahan, sementara kemampuan kolaboratif terbentuk melalui kegiatan kelompok yang terorganisir.

Jika dikaitkan dengan Theory of Planned Behavior, peningkatan sikap positif dan persepsi kontrol diri siswa terhadap kewirausahaan dalam kegiatan ini berpotensi memperkuat niat berwirausaha mereka di masa depan. Pendampingan yang dilakukan membantu siswa merasa lebih mampu (perceived behavioral control) untuk memulai usaha sederhana, sehingga tidak hanya memahami konsep, tetapi juga merasa siap untuk mencoba. Dengan demikian, hasil kegiatan ini memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa keberhasilan pendidikan kewirausahaan di SMK sangat dipengaruhi oleh metode pembelajaran yang digunakan. Pembelajaran yang mengintegrasikan praktik langsung, pendampingan, dan refleksi terbukti lebih efektif dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan kebutuhan kompetensi nyata siswa. Diskusi ini menunjukkan bahwa pendekatan PKM yang diterapkan tidak hanya relevan secara praktis, tetapi juga memiliki landasan teoritis dan empiris yang kuat.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil membentuk jiwa wirausaha siswa SMK Hidatha Jakarta Selatan melalui pendampingan pembelajaran marketing dasar berbasis praktik, dengan temuan utama berupa peningkatan signifikan pada pemahaman konsep kewirausahaan dari 65% menjadi 85%, keterampilan pemasaran digital hingga 80%, serta sikap seperti kepercayaan diri dan kolaborasi yang mencapai 75-85%.

Pendekatan partisipatif-edukatif terbukti efektif menjembatani kesenjangan teori dan praktik, sejalan dengan indikator di Tabel 1 yang mencerminkan perubahan positif di semua aspek. Namun, keterbatasan penelitian terletak pada skala sampel kecil (21 siswa), durasi singkat (3 jam), serta analisis deskriptif kualitatif tanpa pengujian statistik mendalam, sehingga generalisasi hasil terbatas pada konteks serupa.

Implikasi praktisnya mencakup rekomendasi bagi sekolah untuk mengintegrasikan model pendampingan ini ke kurikulum vokasi, dengan guru berperan sebagai fasilitator berkelanjutan dalam promosi digital dan pencatatan keuangan sederhana. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan memperluas sampel, memperpanjang periode intervensi jangka menengah, serta mengadopsi desain mixed-methods dengan indikator kuantitatif untuk mengukur keberlanjutan niat berwirausaha, guna menghasilkan model PKM yang lebih robust dan dapat direplikasi secara nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Tingkat pengangguran terbuka menurut jenjang pendidikan. BPS.
- Creswell, J. W. (2021). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-98204-2>
- Emzir. (2022). Metodologi penelitian kualitatif: Pendekatan analisis data pendidikan. Prenada Media.
- Hidayat, R., Sari, D., & Pratama, A. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan berbasis pengalaman terhadap sikap wirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 13(2), 120-135.
- Hermawan, A., Nugroho, S., & Putri, R. (2023). Tracer study lulusan pendidikan vokasi: Tantangan dan peluang kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 15(1), 45-60.
- <sup>2</sup> Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). Laporan tracer study pendidikan vokasi nasional. Kemendikbudristek.
- Kirana, D. A., & Pradikto, S. (2025). <sup>3</sup> Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap

**minat berwirausaha** siswa SMK Pasuruan. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 3(1), 1-15. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v3i1.1509>

OECD. (2021). *The missing entrepreneurs 2021: Policies for inclusive entrepreneurship*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/54d4f143-en>

Pratama, A. R., Wibowo, M. E., & Sulastri, S. (2022). Project-based learning in entrepreneurship education for vocational schools. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(3), 345-356.

Putri Rahmawati. (2020). Dampak pendidikan kewirausahaan tanpa bimbingan praktis terhadap niat berwirausaha siswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 10(2), 78-92.

Sari, M., & Nugroho, R. A. (2021). Pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik pada siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 101-110.

Sudaryono. (2023). Pengembangan instrumen penelitian pendidikan vokasi. Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2024). *Metode penelitian pengabdian kepada masyarakat: Pendekatan partisipatif*. Alfabeta.

World Bank. (2022). *Digital economy for entrepreneurship in developing countries*. World Bank Group. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1920-4>

Membentuk Jiwa Wirausaha di Sekolah Melalui Pendampingan Pembelajaran Marketing Dasar

DOI: <https://doi.org/10.71417/jpc.v2i1.x>

Membentuk Jiwa Wirausaha di Sekolah Melalui Pendampingan Pembelajaran Marketing Dasar

<https://doi.org/10.71417/jpc.v2i1.x>



## Sources

- 
- |   |   |          |     |
|---|---|----------|-----|
| 1 | <a href="https://journal.binawan.ac.id/jmbd/issue/current">https://journal.binawan.ac.id/jmbd/issue/current</a> | INTERNET | 1%  |
| 2 | <a href="https://id.scribd.com/document">https://id.scribd.com/document</a>                                     | INTERNET | <1% |
| 3 | <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream</a> | INTERNET | <1% |
| 4 | <a href="https://www.researchgate.net/publication">https://www.researchgate.net/publication</a>                 | INTERNET | <1% |
- 

EXCLUDE CUSTOM MATCHES                   ON

EXCLUDE QUOTES                           OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY                   OFF