



**ANALISIS PROGRAM SEKOLAH PENCETAK
WIRUSAHA (SPW) TERHADAP *SKILL*
BERWIRUSAHA SISWA SMK NEGERI 7
(STM PEMBANGUNAN) SEMARANG**

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan
Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Siti Faizzatul Munawaroh

1102415025

**JURUSAN KURIKULUM DAN TEKNOLOGI PENDIDIKAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang Berjudul:

ANALISIS PROGRAM SEKOLAH PENCETAK WIRAUSAHA (SPW)
TERHADAP *SKILL* BERWIRAUSAHA SISWA SMK NEGERI 7 (STM
PEMBANGUNAN) SEMARANG

Yang disusun oleh:

Nama : Siti Faizzatul Munawaroh

NIM : 1102415025

Program Studi : Teknologi Pendidikan

Telah disetujui oleh pembimbing untuk dilanjutkan ke sidang panitia ujian skripsi
Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Semarang

Hari : *Senin*

Tanggal : *1 Juli 2019*

Semarang,

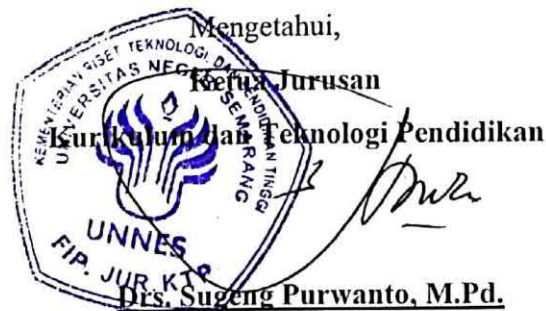
Dosen Pembimbing



Drs. Suropto, M.Si.

NIP. 195508011984031005

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Kurikulum dan Teknologi Pendidikan



Drs. Sugeng Purwanto, M.Pd.

NIP. 195610261986011001

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “Analisis Program Sekolah Pencetak Wirausaha terhadap Skill Berwirausaha Siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang”, karya

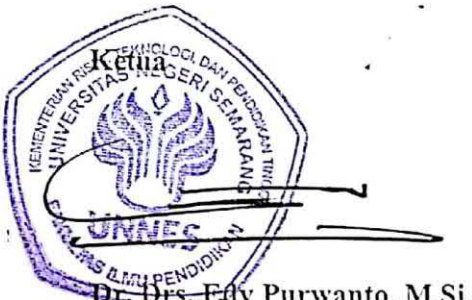
Nama : Siti Faizzatul Munawaroh

NIM : 1102415025

Program Studi : Teknologi Pendidikan

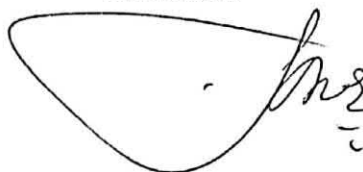
Telah dipertahankan dalam Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang.

Pada hari :


Ketua
Dr. Drs. Edy Purwanto, M.Si.
NIP. 196301211987031001

Semarang,

Sekretaris



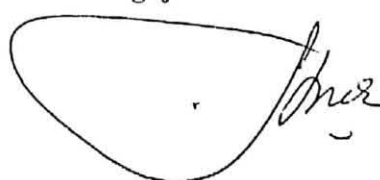
Drs. Sugeng Purwanto, M.Pd.
NIP. 195610261986011001

Penguji I



Dra. Istvarini, M.Pd.
NIP. 195911221985032001

Penguji II



Drs. Sugeng Purwanto, M.Pd.
NIP. 195610261986011001

Penguji III



Drs. Suropto, M.Si.
NIP. 195508011984031005

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang,

Yang membuat pernyataan



Siti Faizzatul Munawaroh

NIM. 1102415025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Salah satu pengkerdilan terkejam dalam hidup adalah membiarkan pikiran yang cemerlang menjadi budak bagi tubuh yang malas, yang mendahulukan istirahat sebelum lelah.” – Buya Hamka

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.” – QS. Al-Insyiroh: 5

PERSEMBAHAN:

- Kedua orang tuaku yang telah membesarkan dan mendidiku selama ini tanpa rasa lelah, serta selalu mendo'akanku dan memberikan dukungan serta semangat. Terimakasih untuk Ibu dan Bapak, pahlawan tanpa tanda jasa.
- Kakak-kakak dan adikku tercinta yang selalu mendo'akanku dengan tulus serta memberikan dukungan, motivasi, dan nasehat.
- Sahabat-sahabatku seperjuangan yang selalu mendukung serta menemani dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Teman-teman seperjuangan Teknologi Pendidikan angkatan 2015.

ABSTRAK

Munawaroh, Siti Faizzatul. 2019. *Analisis Program Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) terhadap Skill Berwirausaha Siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang*. Skripsi. Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Drs. Suropto, M.Si.

Kata Kunci: Program KWU, Sekolah Pencetak Wirausaha, *skill* berwirausaha.

Sekolah Pencetak Wirausaha merupakan sebuah program baru yang dikelola oleh DITPSMK yang bekerjasama dengan SEAMEO. Program ini menjadi salah satu solusi dari tingginya angka pengangguran lulusan SMK di Indonesia. Pada awal tahun 2018 program ini mulai diimplementasikan di SMK yang kemudian dijadikan wadah bagi siswa untuk melatih *skill* berwirausahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi program SPW terhadap *skill* (*hardskill* dan *softskill*) berwirausaha siswa SMK N 7 Semarang. Adapun *skill* berwirausaha tersebut meliputi teknik membuka peluang usaha, teknik pemasaran, berkomunikasi, kepemimpinan, dan kedisiplinan. Model penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Subjek penelitiannya yaitu wakil kepala sekolah bidang kurikulum, guru pembimbing program SPW, dan siswa yang mengikuti Program SPW. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun untuk menguji keabsahan data melalui triangulasi teknik. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, implementasi program SPW berdampak baik dan positif terhadap *skill* berwirausaha siswa yang mengikuti program SPW. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Implementasi program SPW berjalan dengan baik di SMK N 7 Semarang yang meliputi: a) kesesuaian program SPW dengan pedoman yang diberlakukan di SMK N 7 yang bersumber dari DITPSMK dan b) implementasi dari tiga bidang usaha yaitu kuliner, fashion, dan kecantikan sudah sesuai dengan pedoman yang diterbitkan oleh DITPSMK; dan 2) Melalui program SPW siswa dapat meningkatkan *skill* berwirausahanya baik itu *hard skill* maupun *soft skill*, meliputi: a) siswa terlatih untuk membuka peluang usaha sendiri baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain, b) teknik pemasaran pada program SPW ini harus dilakukan secara online sehingga siswa terlatih untuk memasarkan produk secara online melalui website dan media sosial lainnya, c) *skill* berkomunikasi siswa semakin membaik dengan mengikuti program SPW, karena dalam implementasinya siswa dibiasakan berinteraksi dengan konsumen, d) kepemimpinan siswa melalui program ini mengalami peningkatan yang cukup baik, karena ketika siswa membuka peluang usaha maka dia harus berani dengan resiko yang akan ditanggungnya. Disisi lain *skill* kepemimpinan siswa berkembang baik karena pelatihan yang diadakan oleh guru pembimbing dalam program SPW di waktu tertentu; dan e) melalui program ini kedisiplinan siswa semakin baik. Hal itu terbukti dengan *time schedule* yang dibuat oleh siswa serta siswa datang tepat waktu ketika mengikuti program SPW. Saran peneliti yaitu guru pembimbing dapat menekankan siswa dalam pemasaran melalui website. Baik berupa tampilan website, kontennya, dan laporan omzet tiap bulan secara teratur.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Program Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) terhadap *Skill* Berwirausaha Siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang”.

Penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Semarang Prof. Dr. Fathhur Rokhman, M.Hum., yang telah memberikan kebijakan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang Dr. Achmad Rifai R.C., M.Pd., yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing Drs. Suripto, M.Si., yang penuh kesabaran dan perhatian telah membimbing dan memotivasi peneliti sampai skripsi ini terselesaikan dengan baik.
4. Ghanis Putra Widhanarto, S.Pd., M.Pd., yang telah bersedia menjadi tempat diskusi, memberikan saran serta arahan.
5. Kepala SMK Negeri 7 Semarang Drs. M. Sudharmanto, M.Pd., yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di SMK Negeri 7 Semarang.
6. Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum di SMK Negeri 7 Semarang Albasori, S.Pd., yang telah membantu peneliti saat proses penelitian.
7. Guru Pembimbing Program Sekolah Pencetak Wirausaha Dra. Yulia Diana, yang telah membantu peneliti saat proses penelitian dan memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian terhadap siswa yang dibimbing.
8. Para guru dan petugas tata usaha, yang telah membantu peneliti saat proses penelitian.

9. Kedua orang tuaku, Moh. Zaeni dan Sutriyani yang telah memberikan motivasi, do'a, dan dukungannya.
10. Teruntuk Ahmad Hadi Prayitno, Mohammad Syaiful Anwar, Muhammad Jauhari, Mohammad Khoirul Roziqin, dan Agustina Wulansari yang telah berperan besar dalam memotivasi, mendukung, dan mendo'akan dalam penulisan skripsi ini.
11. Rekan seperjuangan Isma'ilia Khoirun Nasta'in yang selalu mendukung, menasehati, mengingatkan, dan menemani serta mengantarkan ke tempat penelitian di SMK Negeri 7 Semarang.
12. Sabahat dan Keluarga Perantauan yang berada di Kos Gubug Ayu 1 Banaran, yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
13. Rekan seperjuangan di Rombel 1 TP 2015 dan bimbingan Bapak Suropto Squad yang telah kebersamai dalam penulisan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini, yang tak cukup jika dituliskan.

Semoga segala bantuan, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada peneliti menjadi amal yang dapat diterima dan mendapat balasan dari Allah SWT. Peneliti juga berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang,

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Cakupan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Penegasan Istilah	13
BAB II.....	16
KERANGKA TEORETIK DAN KERANGKA BERPIKIR	16
2.1 Program Sekolah Pencetak Wirausaha.....	16
2.1.1 Pengertian Program SPW.....	16
2.1.2 Landasan Pemikiran Program SPW	18
2.1.3 Pedoman Program SPW.....	20
2.1.4 Tujuan Program SPW	21
2.1.5 Tiga Bidang dalam Program SPW	22
2.2 Kewirausahaan	31
2.2.1 Pengertian Kewirausahaan.....	31

2.2.2	Karakteristik Wirausaha.....	33
2.2.3	Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan.....	38
2.2.4	Tahap-Tahap Memulai Usaha.....	39
2.3	Skill atau Keterampilan Berwirausaha.....	55
2.3.1	Pengertian <i>Skill</i> atau Keterampilan.....	55
2.3.2	Macam-Macam <i>Skill</i>	58
2.3.3	Konsep Keterampilan Berwirausaha.....	67
2.3.4	Indikator Keterampilan Berwirausaha.....	69
2.3.5	Keterampilan/ <i>Skill</i> yang Ditingkatkan dalam Program SPW.....	70
2.4	Kerangka Berpikir.....	77
BAB III.....		79
METODE PENELITIAN.....		79
3.1	Desain Penelitian.....	79
3.2	Lokasi Penelitian.....	80
3.3	Fokus Penelitian.....	81
3.4	Data dan Sumber Data Penelitian.....	82
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	84
3.5.1	Wawancara.....	86
3.5.2	Observasi/Pengamatan.....	88
3.5.3	Dokumentasi.....	92
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	93
3.7	Teknik Analisis Data.....	94
BAB IV.....		98
SETTING PENELITIAN.....		98
4.1	Kondisi Fisik Sekolah.....	98
4.2	Kondisi Lingkungan dan Penggunaan Sekolah.....	99
4.3	Visi dan Misi Sekolah.....	101
4.4	Sumber Daya yang Dimiliki.....	101
4.5	Program yang Diberlakukan di SMK.....	102
4.6	Waktu dan Subjek Penelitian.....	103
BAB V.....		105
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		105

5.1	Hasil Penelitian.....	106
5.1.1	Kesesuaian Pedoman SPW Terhadap Implementasi Program SPW di SMK Negeri 7 Semarang.....	106
5.1.2	Implementasi Tiga Bidang Usaha dalam Program SPW	112
5.1.3	Analisis <i>Hard Skill</i> Membuka Peluang Usaha Siswa Melalui Program SPW	126
5.1.4	Analisis <i>Hard Skill</i> Pemasaran Siswa Melalui Program SPW.....	132
5.1.5	Analisis <i>Soft Skill</i> Berkomunikasi Siswa Melalui Program SPW .	137
5.1.6	Analisis <i>Soft Skill</i> Kepemimpinan Siswa Melalui Program SPW.	142
5.1.7	Analisis <i>Soft Skill</i> Disiplin Siswa Melalui Program SPW	147
5.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	152
5.2.1	Implementasi Program SPW di SMK Negeri 7 Semarang	152
5.2.2	<i>Skill</i> Berwirausaha Siswa yang Mengikuti Program SPW di SMK Negeri 7 Semarang.....	157
5.3	Keterbatasan Penelitian	165
BAB VI		167
PENUTUP.....		167
6.1	Simpulan.....	167
6.2	Saran	168
DAFTAR PUSTAKA		170

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, 2017 – 2018	4
Tabel 1.2	Data Jumlah Lulusan SMK Negeri 7 Semarang yang Bekerja dan Belum Bekerja	7
Tabel 2.1	Ciri-Ciri dan Sifat-Sifat Wirausaha	33
Tabel 3.1	Daftar Informan Penelitian	84
Tabel 4.1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	104
Tabel 5.1	Kreadibilitas Data Kesesuaian Pedoman SPW terhadap Implementasi Program SPW di SMK Negeri 7 Semarang	110
Tabel 5.2	Kreadibilitas Data Implementasi Tiga Bidang Usaha dalam Program SPW	122
Tabel 5.3	Kreadibilitas Data Analisis <i>Hard Skill</i> Membuka Peluang Usaha Siswa Melalui Program SPW	129
Tabel 5.4	Kreadibilitas Data Analisis <i>Hard Skill</i> Pemasaran Siswa Melalui Program SPW	135
Tabel 5.5	Kreadibilitas Data Analisis <i>Soft Skill</i> Berkomunikasi Siswa Melalui Program SPW	140
Tabel 5.6	Kreadibilitas Data Analisis <i>Soft Skill</i> Kepemimpinan Siswa Melalui Program SPW	146
Tabel 5.7	Kreadibilitas Data Analisis <i>Soft Skill</i> Disiplin Siswa Melalui Program SPW	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Program SPW terhadap <i>Skill</i> Siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang	78
Gambar 3.1 Macam-Macam Teknik Pengumpulan Data	86
Gambar 3.2 Macam-Macam Observasi	89
Gambar 3.3 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-Kisi Instrumen	175
Lampiran 2 Instrumen Wawancara	177
Lampiran 3 Instrumen Observasi	193
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	199
Lampiran 5 Catatan Lapangan	253
Lampiran 6 Daftar <i>Checlist</i> Dokumen	266
Lampiran 7 Dokumentasi	267
Lampiran 8 Tampilan Website dan Medsos Siswa SPW	271
Lampiran 9 Surat Permintaan Izin Rekomendasi Penelitian	273
Lampiran 10 Surat Rekomendasi Penelitian dari DPMPTSP	274
Lampiran 11 Surat Izin Penelitian	275
Lampiran 12 Surat Keterangan Selesai Penelitian	276
Lampiran 13 Surat Keterangan Kepala Sekolah tentang Program SPPW	277
Lampiran 14 Daftar Guru Pembimbing Program SPW	278
Lampiran 15 Daftar Jumlah Siswa dan Website Siswa SPW	283
Lampiran 16 Visi Misi dan Pedoman Program SPW	286
Lampiran 17 Sertifikat Siswa yang Didanai DITPSMK	288
Lampiran 18 Daftar <i>Cashflow</i> SPW Siswa SPW SMK N 7 Semarang	289
Lampiran 19 Salinan Inpres No. 9 Tahun 2016 Tentang Revitalisasi SMK	292

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan pengetahuan teknologi merupakan penentu utama jalannya peradaban. Barometer peradaban tersebut kini melaju dengan cepat dalam bingkai Revolusi Industri 4.0 (*Industrial Revolution 4.0*). Era disrupsi 4.0 merupakan era yang cepat adaptif dengan segala bentuk perubahan yang terjadi di sekitarnya dan menyesuaikan tuntutan zaman dengan dibekali kompetensi profesional (aspek pengetahuan, keahlian, dan sikap kerja) dan personal (aspek kepribadian dan interaksi sosial).

Era disrupsi 4.0 saat ini mulai berkembang sejalan dengan berkembangnya teknologi komunikasi pada generasi milenial dan era *internet of things*. Banyak yang telah menjadi korban dari era disrupsi, seperti organisasi-organisasi tingkat dunia termasuk di dalamnya dunia pendidikan. Mereka yang biasa sudah mendapat kenyamanan tidak dapat bergerak cepat padahal banyak sekali peluang yang menjanjikan. Penyampaian muatan informasi seharusnya bukan hanya menjadi tujuan dalam pendidikan, namun juga harus memperhatikan lulusan siswanya. Dunia pendidikan juga diharapkan dapat mempersiapkan para siswa untuk menghadapi revolusi industri 4.0, selain itu juga mempersiapkan siswa yang aktif dan kreatif. Kurikulum yang diterapkan di dunia pendidikan pun juga harus mengandung pengetahuan tentang dunia industri.

Pendidikan merupakan sebuah hal yang sangat berpengaruh dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dalam pendidikan setiap siswa pasti mendapatkan nilai-nilai, ilmu, kecakapan, dan keterampilan sehingga dapat berfikir lebih kritis, logis, rasional, dan sistematis dalam menghadapi sebuah persoalan atau masalah. Sebagaimana tercantum dalam Undang – Undang No. 20 tahun 2003 bab II pasal 3 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menegaskan bahwa Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi siswa agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Pendidikan memiliki tugas untuk menyiapkan sumber daya yang berkualitas untuk meneruskan pembangunan. Mengingat betapa fundamen dan vitalnya arti pendidikan, maka seharusnya pemerintah menempatkan pendidikan sebagai prioritas pembangunan yang berkelanjutan yang mampu menciptakan sumber daya manusia yang unggul pada tataran dunia yang semakin mengglobal. Setiap tingkat dan jenis pendidikan diharapkan mampu mencapai fungsi pendidikan nasional dari berbagai aspek. Tingkat dan jenis pendidikan yang sekarang menjadi sorotan adalah pendidikan kejuruan atau SMK.

Sekolah Menengah Kejuruan merupakan sekolah menengah yang mempersiapkan siswanya untuk siap bersaing di dunia kerja dalam bidang tertentu. Selain itu, SMK juga menuntut siswa memiliki kecerdasan, pengetahuan,

etika, kepribadian, akhlak yang mulia untuk bekal hidup mandiri di era disrupsi

4.0. Sebagaimana dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (UUSPN) No. 20 tahun 2003 pasal 15 menyatakan bahwa pendidikan kejuruan adalah pendidikan menengah yang mempersiapkan siswa terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Sebagai tindak lanjut dari implementasi undang-undang di atas, maka perlu dikembangkan suatu bentuk Pendidikan kejuruan. Khususnya Sekolah Menengah Kejuruan menurut Depdiknas bertujuan untuk: 1) menyiapkan siswa-siswi untuk memasuki lapangan pekerjaan serta mengembangkan sikap profesional; 2) menyiapkan siswa agar mampu memilih karir, mampu berkompetensi, dan mampu mengembangkan diri; 3) menyiapkan tenaga kerja yang mandiri dan atau mengisi kebutuhan dunia usaha dan industri pada saat ini maupun pada masa yang akan datang; dan 4) menyiapkan lulusan agar menjadi warga negara yang produktif, adaptif, dan kreatif.

Dalam sistematika pendidikan menyebutkan bahwa SMK bertujuan untuk mencetak lulusan yang berkompeten dan langsung terjun di dunia kerja sesuai dengan keahlian bidang yang dimiliki. Siswa SMK diwajibkan untuk memiliki keterampilan khusus agar dapat bersaing di dunia kerja. Salah satu keterampilan yang harus dimiliki siswa SMK adalah keterampilan berwirausaha. Keterampilan berwirausaha adalah sebuah kemampuan yang dimiliki seseorang sebagai bentuk penguasaan pengetahuan dan menerapkan pada kegiatan nyata dalam kehidupannya. Penguasaan keterampilan berwirausaha ini sesuai dengan tujuan Sekolah Menengah Kejuruan.

Sekolah Menengah Kejuruan bertujuan agar siswanya dapat menguasai kompetensi program keahlian dan kewirausahaan untuk memenuhi tuntutan dunia kerja maupun untuk mengikuti pendidikan tinggi sesuai dengan kejuruannya (Lampiran Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 23 Tahun 2006 Tentang Standar Kompetensi Lulusan). Dalam kaitannya dengan mata pelajaran kewirausahaan, tidak lepas dengan penciptaan wirausaha. Terciptanya wirausahawan sangat berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi kondisi dunia kewirausahaan di Indonesia belum sesuai dengan harapan. Kenyataannya, masih banyak siswa SMK yang belum menggunakan keterampilan yang telah didapatkan di sekolah untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, masih banyak siswa SMK yang belum dapat menciptakan lapangan kerja sendiri. Hal ini dibuktikan masih banyaknya jumlah pengangguran yang berasal dari lulusan siswa SMK.

Tabel 1. 1 Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, 2017 – 2018

No	Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	2017		2018	
		Februari	Agustus	Februari	Agustus
1.	Tidak/ belum pernah sekolah	92.331	62.984	42.039	31.774
2.	Tidak/ belum tamat SD	546.897	404.435	446.812	326.962
3.	SD	1.292.234	904.561	967.830	898.145
4.	SLTP/SMP	1.281.240	1.274.417	1.249.761	1.131.214
5.	SLTA Umum/ SMU/SMA	1.552.894	1.910.829	1.650.636	1.930.320
6.	SLTA Kejuruan/SMK	1.383.022	1.621.402	1.424.428	1.731.743
7.	Akademi/ Diploma	249.705	242.937	300.845	220.932

8.	Universitas	606.939	618.758	789.133	729.601
Total		7.005.262	7.005.262	6.871.264	7.000.891

Sumber data: www.bps.go.id

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang merupakan update terakhir tanggal 23 Januari 2019, mengenai Tingkat Pengangguran pada Tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah pengangguran lulusan Sekolah Menengah Kejuruan berdasarkan data tahun 2018 bulan Agustus sebanyak 1.731.743 jiwa. Dibandingkan dengan bulan Februari 2018 mengalami kenaikan sebesar 307.315 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengangguran lulusan SMK masih cukup tinggi.

Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Darmin Nasution dalam Afriyadi (2019) memaparkan bahwa terdapat masalah dalam pendidikan, khususnya pada lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Pendidikan SMK ditempuh selama tiga tahun atau empat tahun dan masalahnya lulusan yang harusnya disiapkan untuk mengisi dunia kerja justru banyak menganggur. Menurutnya tingkat pengangguran pendidikan yang masih tinggi adalah SMK, angka pengangguran ini masih sebanding dengan tahun 2017. Oleh karena itu hal tersebut masih menjadi PR bagaimana kurikulum SMK bisa dan keterampilan lulusan siswa SMK dapat menjawab dunia kerja.

Hal ini bertolak belakang dengan tujuan SMK yang seharusnya mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Keadaan ini bukanlah sebuah pilihan untuk tidak bekerja, tetapi akibat dari semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan. Masalah di atas sebenarnya dapat diperkecil dengan cara

menumbuhkembangkan kewirausahaan dan menjadi wirausaha merupakan alternatif pilihan yang tepat.

Calon lulusan SMK sekarang ini harus memiliki inisiatif membuka lapangan pekerjaan sendiri sehingga tidak akan lagi menambah angka pengangguran yang ada di Indonesia. Sekolah diharapkan mampu menyiapkan lulusannya untuk berdiri sendiri dengan membuka usaha yang dapat memberikan penghidupan bagi dirinya dan masyarakat sekitarnya. Salah satu caranya dengan mendidik anak SMK memiliki jiwa berwirausaha yang tinggi.

Untuk melahirkan lulusan yang memiliki jiwa wirausaha yang tinggi, maka perlu dikembangkan model pembelajaran atau pun sebuah program yang dapat menumbuhkan jiwa wirausaha. Ada beberapa program yang dikembangkan di SMK seperti *Technopark*, *Teaching Factory*, Koperasi Sekolah, Sekolah Pencetak Wirausaha, dan sebagainya. Salah satu program di SMK yang cukup mendukung adalah Sekolah Pencetak Wirausaha atau yang sering disingkat dengan sebutan SPW. Program ini berguna sebagai wadah serta sarana untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha. Dengan adanya program SPW ini di sekolah diharapkan dapat meningkatkan keterampilan siswa dalam berwirausaha.

Direktur SEAMEO (*The Southeast Asian Ministers of Education Organization*) Gatot Hari Priowirajanto dalam Kemendikbud (2018) menyampaikan bahwa SPW merupakan bagian dari upaya pemerintah mencapai target Revitalisasi SMK sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2016. Tujuan dibentuknya SPW ini adalah untuk mencetak siswa dengan “kartu biru”, anak-anak yang membuka lapangan pekerjaan baik untuk diri sendiri maupun

untuk orang lain. Tahun 2018 Direktorat Pembinaan SMK menargetkan 150 SMK mengikuti program Sekolah Pencetak Wirausaha dengan memberikan bantuan berupa bimbingan teknis agar dapat melahirkan wirausaha muda.

Salah satu SMK yang mengimplementasikan program SPW ini adalah SMK Negeri 7 Semarang. Sekolah ini melaksanakan program SPW dikarenakan mengikuti Inpres No. 9 Tahun 2016 tentang Revitalisasi SMK. SMK Negeri 7 memiliki harapan dengan mengimplementasikan program SPW, maka akan didapatkan wirausahawan muda dari siswa yang mengikuti program SPW. Selain itu juga berdasarkan pada jumlah lulusan SMK yang belum bekerja, sehingga SPW menjadi solusi bagi siswa ketika tidak mendapatkan pekerjaan bisa membuka usaha sendiri sesuai dengan teknis yang didapatkan di program Sekolah Pencetak Wirausaha. Adapun data jumlah lulusan siswa SMK Negeri 7 Semarang yang sudah bekerja dan belum bekerja sebagai berikut.

Tabel 1.2 Data Jumlah Lulusan SMK Negeri 7 Semarang yang Bekerja dan Belum Bekerja

No.	Kategori	Tahun Lulusan		
		2016	2017	2018
1	Melanjutkan Pendidikan	40	30	68
2	Bekerja	496	510	495
3	Belum Bekerja	54	59	40
Total		590	599	603

Berdasarkan data tersebut menjelaskan bahwa masih ada siswa lulusan SMK Negeri 7 Semarang yang belum mendapatkan pekerjaan baik karena faktor

keluarga maupun faktor lainnya. Untuk mengantisipasi hal tersebut Kepala Sekolah SMK Negeri 7 Semarang membuat surat keterangan tentang implemntasi program SPW yang dikoordinasikan berasama guru Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Hal itu juga dilandaskan pada Inpres No. 9 Tahun 2016 tentang Revitalisasi SMK, dimana lulusan SMK nanti tidak hanya bekerja sebagai buruh perusahaan tetapi juga bisa menjadi wirausahawan muda dengan menciptakan peluang usaha untuk diri sendiri maupun untuk orang lain.

Sekolah Pencetak Wirausaha merupakan wahana pembelajaran yang berguna untuk melatih keterampilan yang dimiliki baik oleh siswa maupun guru yang ada di sekolah. Berdasarkan observasi pra penelitian yang telah dilakukan pada tanggal 23 Agustus 2018 menunjukkan bahwa di SMK N 7 (STM Pembangunan) Semarang terdapat sebuah komunitas yang bernama SPW yang bergerak di bidang kewirausahaan. SPW merupakan sebuah komunitas yang dijalankan oleh siswa di bawah bimbingan guru. Keanggotaan SPW adalah siswa yang memiliki keinginan dan potensi untuk mengembangkan jiwa berwirausahanya. Komunitas ini memiliki dukungan penuh dari guru-guru, terutama guru PKK/KWU. Pada komunitas ini telah berhasil menjual beberapa produk mulai dari makanan, minuman, pakaian, dan lain-lain. Mereka bergerak dengan iuran dana dari mereka sendiri.

Keberadaan Sekolah Pencetak Wirausaha memiliki fungsi ganda (*dual system*) yaitu sebagai sarana unit produksi sekolah dan sebagai tempat (laboratorium) bagi para siswa untuk melaksanakan praktik penjualan. Dengan adanya praktik berwirausaha melalui program SPW ini maka dapat meningkatkan

kualitas dan motivasi siswa dalam menggali keahlian dan potensi melalui keterampilan dalam mengembangkan kewirausahaan. Akan tetapi, pada kenyataannya program SPW yang terdapat di SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh siswa. Salah satu siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang mengaku bahwa anggota SPW belum cukup banyak, masih sedikit yang berminat untuk bergabung di program SPW ini. Terbukti dari 8 Jurusan hanya 4 jurusan (TITL, TGB, TEL, TKJ, TIPTL, TKBB, dan TKR) yang mengikuti program ini, dan itu tidak semua siswa melainkan hanya beberapa siswa saja. Program ini merupakan program baru di Sekolah Menengah Kejuruan. Program yang dikelola oleh Direktorat Pembinaan SMK ini mulai dibentuk pada awal tahun 2018 yang kemudian diimplementasikan di beberapa SMK di Indonesia. Melalui program ini diharapkan pengangguran lulusan SMK semakin berkurang. Selain itu, dengan mengikuti program SPW siswa dapat meningkatkan *skill* berwirausahanya.

Skill berwirausaha sangat penting dimiliki oleh setiap siswa, apalagi dengan adanya program yang mendukung dalam menumbuhkan dan meningkatkan *skill* berwirausaha. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas peneliti ingin melakukan pengujian lebih lanjut terhadap penemuan empiris tersebut. Sehingga peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“ANALISIS PROGRAM SEKOLAH PENCETAK WIRAUSAHA (SPW) TERHADAP SKILL BERWIRAUSAHA SISWA SMK NEGERI 7 (STM PEMBANGUNAN) SEMARANG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian, agar menjadi jelas dan terarah. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Terbatasnya peluang pekerjaan yang menyebabkan banyak siswa yang menganggur setelah lulus sekolah.
2. Tingkat pengangguran di Indonesia masih tinggi.
3. Tidak semua siswa atau siswa yang memiliki jiwa berwirausaha meskipun nilainya sangat tinggi.
4. Pembelajaran kewirausahaan di SMK keberhasilannya belum optimal karena pembelajaran wirausaha masih diberikan oleh guru sekolah yang bersangkutan dengan pengalaman wirausaha yang terbatas.
5. Pemikiran modal awal yang selalu besar dalam berwirausaha.
6. Adanya Program Sekolah Pencetak Wirausaha di SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang.

1.3 Cakupan Masalah

Dari berbagai aspek permasalahan yang dapat mempengaruhi munculnya minat untuk berwirausaha yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, peneliti memperhatikan berbagai masalah yang telah dikemukakan, tidak semua masalah dapat dibahas. Beberapa masalah dirasa penting untuk diteliti, salah satu masalah tersebut yaitu prestasi belajar dan lingkungan keluarga, sehingga untuk memfokuskan penelitian maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Penelitian dilakukan pada program SPW (Sekolah Pencetak Wirausaha) di SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang yang meliputi bidang usaha kuliner, fashion, dan kecantikan.
2. Penelitian hanya dilakukan pada siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang yang mengikuti program Sekolah Pencetak Wirausaha.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang serta identifikasi dan cakupan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi program Sekolah Pencetak Wirausaha di SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang yang meliputi usaha bidang kuliner, fashion, dan kecantikan?
2. Bagaimana *skill* berwirausaha siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang yang mengikuti program Sekolah Pencetak Wirausaha?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang sesuai adalah:

1. Untuk menganalisis implementasi program Sekolah Pencetak Wirausaha di SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang yang meliputi usaha bidang kuliner, fashion, dan kecantikan.

2. Untuk mengetahui *skill* berwirausaha siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang yang mengikuti program Sekolah Pencetak Wirausaha.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan, maupun informasi yang akurat, rinci, dan aktual dalam menjawab permasalahan dalam penelitian. Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoretis sebagai berikut:

- a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang Program Sekolah Pencetak Wirausaha.
- b. Untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.
- c. Untuk memberikan referensi penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan sebuah hasil yang bisa dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang bersangkutan. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis pada beberapa pihak diantaranya:

a. Bagi Siswa

Penelitian ini diharapkan agar siswa dapat memiliki *skill* berwirausaha yang kompeten melalui praktik wirausaha di program Sekolah

Pencetak Wirausaha. Keterampilan atau *skill* yang dimiliki siswa bukan hanya *hard skill* saja, melainkan juga memiliki *soft skill*.

b. Bagi Sekolah

Program Sekolah Pencetak Wirausaha ini merupakan program baru, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran secara lengkap dan detail mengenai kualitas program SPW ini. Selain itu juga dapat mengetahui kelebihan serta kekurangan dalam pengembangan program SPW khususnya di SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai wahana berpikir kritis, logis, dan kreatif, serta sebagai implementasi dari teori yang telah didapatkan selama di bangku perkuliahan. Selain itu, juga memberikan pengetahuan dan wawasan baru bagi peneliti tentang proses pengembangan program SPW, karena belum ada penelitian tentang program ini di tahun sebelumnya.

1.7 Penegasan Istilah

1. Program

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) dijelaskan bahwa program adalah rancangan mengenai asas serta usaha (dalam ketenagakerjaan, perekonomian, dan sebagainya) yang akan dijalankan. Selain itu program adalah suatu unit atau kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi atau implementasi dari sebuah kebijakan, berlangsung dalam proses yang berkesinambungan, dan terjadi dalam sebuah organisasi yang melibatkan sejumlah atau sekelompok orang.

2. Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW)

Sekolah Pencetak Kewirausahaan atau yang disingkat dengan kata SPW menurut Kasubdit Kurikulum Direktorat Pembinaan SMK, Mochamad Widiyanto dalam Nugraha (2018) menjelaskan bahwa SPW merupakan sebuah tempat yang dijadikan salah satu contoh bagi siswa untuk melakukan sebuah usaha.

3. Wirausaha

Menurut KBBI (2008) wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Sedangkan secara sederhana arti wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko atau bermental mandiri tanpa diliputi rasa takut dan cemas untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan (Kasmir, 2010).

4. Keterampilan

Keterampilan berasal dari kata dasar terampil yang memiliki arti cakap dalam menyelesaikan tugas, mampu, dan cekatan. Sedangkan menurut KBBI (2008) keterampilan adalah kecakapan untuk menyelesaikan tugas atau kesanggupan pemakaian bahasa untuk menanggapi secara betul stimulus lisan atau tulisan.

5. *Soft Skill*

Menurut Rais (2017) menjelaskan bahwa *soft skill* adalah sebuah kemampuan yang bersifat lebih pada sebuah pengembangan sikap dan karakter diri seperti komunikasi yang baik, mampu bekerja sama dalam tim, mampu memanajemen waktu dengan baik, dan sebagainya.

6. *Hard Skill*

Menurut Rais (2017) menjelaskan bahwa *hard skill* adalah kemampuan yang bersifat pada teknis pekerjaan seperti kemampuan menguasai bahasa asing, teknologi, kreativitas, akademis, dan sebagainya.

BAB II

KERANGKA TEORETIK DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Program Sekolah Pencetak Wirausaha

2.1.1 Pengertian Program SPW

Kurikulum dan Teknologi Pendidikan merupakan salah satu jurusan yang ada di Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang. Jurusan ini mempelajari tentang sebuah program yang ada di instansi pendidikan. Program merupakan sebuah rencana mengenai suatu unit atau kesatuan kegiatan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) dijelaskan bahwa program adalah rancangan mengenai asas serta usaha (dalam ketenagakerjaan, perekonomian, dan sebagainya) yang akan dijalankan. Selain itu program adalah sebuah rancangan yang didalamnya terdapat aturan tertentu sesuai dengan bidangnya.

Menurut istilah program merupakan sebuah sistem atau serangkaian kegiatan yang dilakukan tidak hanya satu kali, melainkan berkesinambungan. Jadi, program secara khusus dalam dunia pendidikan dapat diartikan sebagai suatu unit atau kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi atau implementasi dari sebuah kebijakan, berlangsung dalam proses yang berkesinambungan, dan terjadi dalam sebuah organisasi yang melibatkan sejumlah atau sekelompok orang.

Dalam pelaksanaan sebuah program (Kembara, 2010) ada beberapa aspek yang dijadikan acuan agar usaha bisa berjalan dengan lancar, disebutkan bahwa di dalam setiap program terdapat aspek tentang:

1. Tujuan kegiatan yang akan dicapai.
2. Kegiatan yang diambil dalam mencapai tujuan.
3. Aturan yang harus dipegang dan prosedur yang harus dilalui.
4. Perkiraan anggaran yang dibutuhkan.
5. Strategi pelaksanaan

Sedangkan Sekolah Pencetak Wirausaha atau yang disingkat dengan kata SPW menurut Kasubdit Kurikulum Direktorat Pembinaan SMK, Mochamad Widiyanto dalam Nugraha (2018) menjelaskan bahwa SPW merupakan sebuah tempat yang dijadikan salah satu contoh bagi siswa untuk melakukan sebuah usaha.

Kemudian menurut pengertian lain, Seftiawan (2018) SPW adalah sebuah model pembelajaran kewirausahaan yang mendorong siswa untuk memiliki keterampilan dan kreativitas dalam berwirausaha.

Pengertian SPW menurut beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa SPW atau Sekolah Pencetak Wirausaha merupakan sebuah tempat atau wadah untuk menuangkan dan mempraktikkan keterampilan yang dimiliki siswa dan juga kreativitas siswa dalam dunia wirausaha.

Berdasarkan penjelasan definisi di atas dapat dijelaskan bahwa program SPW merupakan model pembelajaran yang mendorong siswa untuk memiliki

keterampilan melalui praktik usaha. Siswa didorong melakukan praktik wirausaha berbasis *daring/online* karena dipandang relatif murah dan mudah untuk pemula. Khususnya bagi siswa generasi Z, sejalan dengan upaya menghadapi era industri 4.0. Target yang ditetapkan adalah omzet per semester. Dengan berjualan *daring/online* akan memudahkan siswa untuk bisa mengunggah foto-foto dan melakukan transaksi ke daerah yang lebih luas serta tidak membutuhkan biaya yang lebih besar.

2.1.2 Landasan Pemikiran Program SPW

Pergeseran pendidikan paradigma pendidikan vokasi saat ini dipengaruhi oleh lompatan perkembangan teknologi internet atau dikenal dengan periode industri 4.0. Pada periode ini sebuah tren otomasi pengendalian data dan proses produksi dilakukan dengan aplikasi cerdas pada bidang apapun. Hal ini dapat dilihat dari kebutuhan serta kondisi industri dan pasar yang terus berubah seiring munculnya profesi baru yang tidak pernah diduga pada periode sebelumnya.

Dalam meningkatkan mutu pendidikan dan pembinaan siswa Sekolah Menengah Kejuruan yang lebih berkualitas dan mampu menghadapi tantangan masa kini dan masa depan. Disamping itu siswa SMK juga harus memiliki keterampilan bukan hanya sesuai dengan kompetensi keahlian yang diambilnya, melainkan juga memiliki kompetensi khusus dalam berwirausaha. Mengingat bahwa semakin membludaknya lulusan SMK yang tidak seimbang dengan peluang kerja yang disiapkan oleh pemerintah. Sehingga dibutuhkan sebuah kecakapan dan juga keterampilan yang relevan yaitu kurikulum abad 21, yang meliputi siswa mampu berkomunikasi dan berkolaborasi, berfikir kritis, dan

memecahkan masalah, serta aktif dan inovatif. Berdasarkan hal tersebut, Direktorat Pembinaan SMK membentuk program Sekolah Pencetak Wirausaha atau SMK Pencetak Wirausaha (Kemendikbud, 2018). Dalam program Sekolah Pencetak Wirausaha atau yang sering disingkat dengan SPW merupakan sebuah program yang memiliki tujuan untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha siswa SMK. Pada program ini siswa diharapkan tidak hanya cakap dalam bidang keahlian tetapi juga mampu mengkomunikasikan hasil produk dan jasa kepada pengguna atau pasar dengan terus menyesuaikan perubahan teknologi digital.

Sekolah Pencetak Wirausaha ini menggunakan modal dari siswa sendiri tanpa campur tangan dari pihak sekolah. Program ini dilaksanakan melalui integritas Mata Pelajaran Kejuruan, diantaranya Simulasi dan Komunikasi Digital, Produk Kreatif dan Kewirausahaan, dan SMK Program 4 Tahun (Puryanto, 2018). Program ini terdiri dari beberapa batch seiring dengan berjalannya pembelajaran per semester mulai tahun ajaran 2017/2018.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan tanggal 6 Februari 2019, Ibu Yulia yang merupakan pembimbing program SPW di SMK Negeri 7 menjelaskan bahwa Program Sekolah Pencetak Wirausaha merupakan kerja sama Direktorat Pembinaan SMK dengan *The Southeast Asian Ministers of Education Organization* (SEAMEO). SEAMEO merupakan lembaga antar pemerintah yang mencakup wilayah regional Asia Tenggara dan didirikan pada tahun 1965 atas kesepakatan antara pemerintah negara-negara Asia Tenggara dalam rangka mempromosikan kerjasama di bidang pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan (Seameo Center Indonesia, 2017).

Pada tanggal 5 Juni 2018 Direktorat Pembinaan SMK Kemdikbud dan *The Southeast Asian Ministers of Education Organization* (SEAMEO) menyerahkan sertifikat penghargaan kepada kepala sekolah, guru, dan siswa program pendidikan kewirausahaan. Sertifikat elektronik diberikan kepada peserta SPW yang telah menghasilkan omzet bisnis Rp5 juta/semester (Kemendikbud, 2018).

2.1.3 Pedoman Program SPW

Program SPW atau Sekolah Pencetak Wirausaha memiliki pedoman yang perlu diperhatikan dalam menjalankan program tersebut. Pedoman ini berasal dari DITPSMK yang didalamnya menjelaskan syarat-syarat menjadi anggota SPW dan mekanisme untuk mendaftar program tersebut.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan tanggal 6 Februari 2019, Ibu Yulia menjelaskan bahwa persyaratan dari Kemendikbud untuk menjadi anggota SPW adalah: 1) memiliki minat yang tinggi di bidang wirausaha, 2) memiliki nilai yang tinggi (nilai 9 ke atas) dalam Mata Pelajaran Kewirausahaan, 3) pernah menjalankan usaha walaupun kecil-kecilan, 4) untuk melakukan usaha menggunakan uang sendiri, 5) memiliki rekening, dan 6) memiliki usaha.

Sedangkan untuk mekanisme pendaftaran program tersebut adalah sesuai dengan batch atau urutan yang sedang berjalan. Menurut Kemendikbud (2018) mekanisme pendaftaran SPW sudah dikelola oleh Direktorat Pembinaan SMK yang meliputi:

1. Pendaftaran silakan akses link berikut: <http://bit.ly/spwbatch2>
2. Setelah mendaftar silakan mengirimkan presentasi yang berisi:

- a. Slide 1, Cover – Mencantumkan sekolah, nama Kepala Sekolah, guru pembimbing program SPW di sekolah
 - b. Slide 2, Berapa jumlah siswa yang telah memiliki usaha dan akan bergabung program SPW
 - c. Slide 3, Bidang usaha yang sudah atau akan dijalankan oleh siswa
 - d. Slide 4, Rencana strategi pengembangan usaha 6 bulan ke depan
3. Kirimkan file presentasi dalam format **PDF**
 4. Kirimkan presentasi ke email: smkpencetakwirausaha@gmail.com
 5. Informasi selengkapnya dalam presentasi dapat didownload dari alamat berikut: <http://bit.ly/PPTSPW2> (Puryanto, 2018).

2.1.4 Tujuan Program SPW

Program Sekolah Pencetak Wirausaha ini untuk mengintegrasikan konsep bekerja, melanjutkan studi, dan wirausaha. Serta menjadi praktik nyata dari Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Selain itu program SPW ini bertujuan untuk menciptakan jiwa wirauasaha muda yang memiliki *skill* berkompeten di bidangnya (Kemendikbud, 2018). Jadi lulusan SMK tidak hanya dicetak untuk siap bekerja tapi mampu menciptakan lapangan kerja sendiri atau berwirausaha dengan keterampilan yang dimiliki.

Pendidikan kewirausahaan ini sejalan dengan penguatan Pendidikan Karakter (PPK). Salah satu nilai karakter utama yang ingin dicapai melalui program SPW ini adalah kemandirian. Siswa akan belajar membongkar rasa malu, belajar menjadi konsisten, belajar komitmen, dan belajar untuk dapat dipercaya.

Diharapkan siswa dapat membuka lapangan pekerjaan, baik untuk diri sendiri atau orang lain.

Program Sekolah Pencetak Wirausaha diimplementasikan di SMK dengan tujuan untuk melatih siswa dalam mempraktikkan teori yang didapatkan dalam Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan serta Simulasi Digital. Sebagai wadah yang dijadikan praktik langsung dari dua Mata Pelajaran tersebut, diharapkan dapat meningkatkan *skill* berwirausaha siswa. Menurut Kemendikbud (2018) dijelaskan bahwa dalam program SPW ini terdapat tujuan khusus yaitu melatih siswa untuk menjadi wirausahawan muda yang bisa menciptakan lapangan pekerjaan baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain serta juga bisa handal dalam teknik pemasaran.

Siswa yang mengikuti program Sekolah Pencetak Wirausaha telah menampilkan beberapa produk, berupa kuliner, fashion, dan kecantikan. Dengan adanya program SPW dapat menjadikan motivasi untuk siswa lainnya agar tercapai tujuan program yaitu menjadikan siswa wirausahawan yang sukses.

2.1.5 Tiga Bidang dalam Program SPW

2.1.5.1 Usaha Bidang Kuliner

Salah satu bidang usaha yang dikembangkan dalam SPW adalah bidang kuliner. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) dijelaskan bahwa kuliner memiliki arti masakan atau makanan. Jadi usaha di bidang kuliner dapat diartikan bahwa sebuah bisnis yang bergerak dan fokus pada masakan atau makanan. Berdasarkan penjelasan Ibu Yulia dalam observasi awal yang peneliti lakukan tanggal 6 Februari 2019, menyatakan bahwa ada beberapa strategi khusus dalam

membangun usaha kuliner, yaitu: 1) memilih makanan yang sekarang disukai atau diburu oleh pembeli; 2) melakukan riset pasar untuk mengetahui variasi jenis makanan yang ada sehingga dapat menentukan inovasi makanan yang baru yang belum ada di pasaran; 3) menambahkan sesuatu yang baru pada makanan yang sudah ada di pasar, misal menambah topping yang bervariasi dalam makanan sehingga membuat ketertarikan khusus bagi pembeli; 4) menguasai resep makanan yang akan dibuat; 5) mengetahui harga serta kualitas rasa yang dimiliki oleh pesaing, sehingga dapat membandingkan produk yang dibuat; dan 6) memberikan citra merk khusus pada produk yang telah dibuat, sehingga merk tersebut dapat memberikan image khusus terhadap mata para konsumen.

Dengan adanya strategi tersebut, seorang wirausaha juga harus mengetahui keuntungan dari bidang usaha yang telah ditekuni. Adapun keuntungan berbisnis kuliner adalah: 1) terdapat banyak ragam kuliner yang akan dijadikan pilihan; 2) modal yang dikeluarkan tidak perlu besar; 3) inovasi produk dapat dilakukan dengan mudah; 4) makanan menjadi kebutuhan paling pokok dan utama bagi manusia.

Disamping mengetahui keuntungan dari bidang usaha kuliner, wirausaha juga diharuskan mengetahui kerugian dari usaha tersebut, adapun kerugian dari bidang usaha kuliner yaitu: 1) masa kadaluarsa yang cukup singkat; 2) harga bahan baku yang kadang berubah-ubah; dan 3) banyaknya pesaing di pasaran yang memiliki inovasi-inovasi dalam produknya.

Pada usaha bidang ini ada beberapa indikator yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. Perencanaan dan tujuan usaha yang akan dicapai

Dalam bidang kuliner ini, memiliki perencanaan yang matang yang dibangun oleh siswa serta disetujui oleh pembimbing program SPW ini. Perencanaan ini dimulai dengan pemilihan jenis produk yang sesuai dengan bidang kuliner. Dalam program ini siswa membuat beberapa produk makanan seperti sosis bakar, cake coklat, dan sebagainya. Tujuan dari usaha bidang ini adalah menarik perhatian konsumen untuk membeli produk ini sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal.

2. Aturan yang harus dipegang serta prosedur yang harus dilalui

Aturan yang digunakan dalam bidang usaha kuliner ini dibuat secara tersirat. Tidak ada aturan yang pasti dalam bidang ini. Aturan yang dipakai biasanya menggunakan aturan kaidah kuliner secara umum, sesuai dengan teknik-teknik yang benar dalam bidang kuliner, baik itu dari kandungan gizi, rasa, tingkat kematangan, dan sebagainya.

3. Perkiraan anggaran biaya

Biaya merupakan salah satu hal yang penting serta mendukung jalannya sebuah usaha. Bidang usaha kuliner dalam program SPW ini mendapatkan biaya dari masing-masing siswanya sendiri atau menggunakan dana pribadi. Anggaran biaya dibuat dengan rinci dan teliti, sehingga antara pemasukan dan pengeluaran dapat seimbang, sehingga menghasilkan laba atau keuntungan yang signifikan.

4. Strategi pemasaran secara online dan konvensional.

Pada strategi pemasaran ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu produk yang dipilih merupakan produk yang diminati oleh konsumen, harga yang dibuat tidak mahal atau rata-rata, kemudian sasaran yang dituju tepat, dan yang terakhir adalah promosi yang akan membuat konsumen merasa butuh, perlu, dan minat pada produk yang dipromosikan.

Penjualan pada bidang kuliner ini dilakukan secara online, menggunakan website dan sosial media seperti facebook, whatsapp, dan sebagainya. Pada pemasaran online ini biasanya meringankan biaya, karena tidak perlu membuka toko atau tempat usaha/bisnis yang membutuhkan banyak biaya. Hal ini yang menjadi alasan untuk lebih memilih memasarkan secara online dari pada secara konvensional.

2.1.5.2 Usaha Bidang Fashion

Fashion seringkali menjadi perbincangan publik baik bagi laki-laki maupun perempuan. Sehingga usaha bidang fashion ini menjadi pilihan usaha yang dikembangkan dalam program SPW. Fashion atau mode menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) adalah ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potong rambut, corak hiasan, dan sebagainya). Fashion juga memiliki arti yaitu gaya berpakaian yang populer sesuai dengan kebudayaannya. Gaya berpakaian dapat berubah dengan cepat sesuai dengan perkembangan zaman. Gaya berpakaian seseorang dapat mencerminkan siapa orang tersebut. Jadi fashion sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari dan dapat dijadikan peluang usaha bagi wirausaha.

Fashion atau pakaian pada dasarnya berfungsi untuk penutup, perlindungan, kesopanan, dan daya tarik. Fashion yang memadukan unsur estetika dan kreatif juga bisa menentukan penampilan dan status sosial seseorang. Dalam sebuah fashion ada nilai-nilai yang ingin dipromosikan atau dikomunikasikan melalui apa yang ditampilkan.

Usaha bidang fashion memiliki beberapa indikator yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. Perencanaan dan tujuan usaha yang akan dicapai

Perencanaan usaha bidang fashion ini mengenai analisis produk yang akan dipilih atau dipasarkan. Dalam memilih produk menggunakan pertimbangan yang sangat teliti, melihat banyak sekali pesaing di luaran yang juga berkecimpung di bidang fashion. Oleh karena itu dalam perencanaan usaha ini juga menganalisis pesaing yang mungkin akan mengancam keberlanjutan usaha ini. Produk yang dijual dalam bidang fashion ini adalah model pakaian masa kini mulai dari gamis, baju, celana, dan sebagainya. Selain itu juga menjual tas, sepatu, dan fashion lainnya yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Berbicara mengenai usaha, pasti terdapat tujuan yang akan dicapai. Setiap usaha yang sukses pasti didasari dengan tujuan yang terstruktur dan terarah. Adapun tujuan pada bidang fashion ini adalah dapat menciptakan keindahan budaya dalam berbusana serta menghasilkan keuntungan yang maksimal antara konsumen dan penjual.

2. Aturan yang harus dipegang serta prosedur yang harus dilalui

Untuk aturan yang terdapat pada bidang fashion ini hampir sama dengan bidang kuliner sebelumnya. Aturan ini tidak terikat, melainkan mengikuti perkembangan zaman. Selain itu sesuai dengan kaidah dalam bidang fashion baik itu aturan tersirat maupun tersurat. Dalam aturan ini memaparkan juga bagaimana teknik yang tepat digunakan dalam menjual produk-produk di bidang fashion.

3. Perkiraan anggaran biaya

Sama halnya dengan bidang kuliner, anggaran biaya dalam bidang fashion ini juga disusun berdasarkan kebutuhan. Anggaran ini disusun secara detail mulai dari pemasukan, pengeluaran, hingga muncul hasil yang bisa saja itu laba dan bisa juga rugi. Namun dengan adanya susunan anggaran biaya sebelum melakukan usaha, akan meminimalisir kerugian.

4. Strategi pemasaran secara online dan konvensional

Sebuah usaha pasti tidak pernah lepas dari kata pemasaran atau promosi. Sekarang ini sudah marak pemasaran atau promosi secara online. Banyak usaha-usaha yang mempromosikan produknya lewat platform berupa website, facebook, whatsapp, dan sebagainya. Begitupun dengan usaha bidang fashion ini yang juga menggunakan pemasaran secara online.

Pada program SPW, bidang fashion ini merupakan salah satu bidang yang pemasarannya menggunakan website dan sosial media lainnya. Dengan adanya pemasaran secara online maka akan mempermudah konsumen untuk melihat-lihat produk dimanapun mereka berada. Selain mudah, juga dapat meminimalisir

pengeluaran untuk tempat jual produk. Karena, jika menyewa tempat untuk jualan produk, maka akan membutuhkan biaya yang cukup banyak.

2.1.5.3 Usaha Bidang Kecantikan

Bidang usaha yang dikembangkan SPW selanjutnya adalah bidang kecantikan, mengingat bahwa sekarang semakin banyak orang yang minat terhadap produk-produk kecantikan. *Beautypreneurship* merupakan wirausaha di bidang kecantikan seperti tata rias (*makeup*), tata rambut (*hairstyling*), *photography*, dan sebagainya. Usaha di bidang kecantikan ini sangat menjanjikan maka membuat siswa memiliki cukup banyak peluang untuk memulai usaha tersebut.

Dari zaman dahulu sampai sekarang kecantikan masih banyak diminati oleh masyarakat, mulai dari membeli produk-produk yang ada di toko hingga pembelian secara online. Hal ini justru membuat para wirausaha tertarik untuk mengembangkan usaha di bidang kecantikan. Banyak yang berbisnis secara dropship, yaitu menjadi reseller dari toko online seperti Shoppie, Lazada, dan sebagainya.

Pada usaha bidang kecantikan ini ada beberapa indikator yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. Perencanaan dan tujuan usaha yang akan dicapai

Dalam sebuah usaha pasti membutuhkan perencanaan yang matang sebelum melaksanakan usaha. Perencanaan merupakan langkah awal dalam berwirausaha. Pada bidang kecantikan ini, langkah pertama dalam perencanaan ini adalah

memilih bahan atau produk yang tepat untuk dijual atau dipasarkan. Dalam pemilihan produk ini harus hati-hati dan sesuai dengan kebutuhan saat ini. Hal ini bertujuan agar produk yang dipilih laku dipasaran dan juga menjadi tren di pasaran.

Selain memilih produk yang akan dijual, juga harus menganalisis pesaing di pasar yang nantinya dapat mengancam keberadaan dan keberlangsungan barang atau produk yang akan dijual. Kemudian menganalisis kelebihan dan kelemahan produk yang dipilih, serta menggali potensi dari produk tersebut. Pada bidang kecantikan ini, produk yang akan dijual adalah alat-alat kecantikan serta pelengkapannya. Seperti bedak, pelembab, sabun cuci muka, pensil alis, dan sebagainya.

Mengingat begitu pentingnya perencanaan dalam suatu usaha atau bisnis, maka dalam merancang sebuah perencanaan usaha harus lengkap dan teliti. Agar tidak terjadi kesalahan dalam tahap selanjutnya. Adapun tujuan dalam bidang kecantikan ini adalah mengenalkan produk-produk dalam negeri dan luar negeri serta menggali potensi dari penjualan sehingga mendapatkan untung yang maksimal.

2. Aturan yang harus dipegang serta prosedur yang harus dilalui

Aturan memang penting dalam sebuah usaha. Aturan ini merupakan pedoman dalam melakukan sebuah usaha. Dengan adanya aturan maka usaha pun akan terlaksana dengan lancar. Pada bidang kecantikan ini aturan yang dipakai fleksibel. Secara umum dalam bidang kecantikan ini memiliki pedoman dari

peraturan-peraturan yang sudah ditetapkan dalam dunia kecantikan. Seperti memperhatikan efek samping dari produk, kelebihan produk, dan sebagainya. Sehingga kita dapat menjelaskan tentang produk terhadap konsumen dengan jelas dan benar.

3. Perkiraan anggaran biaya

Untuk anggaran sendiri, dalam bidang usaha kecantikan ini juga menggunakan biaya pribadi. Anggaran biaya ini sangatlah penting dalam proses berwirausaha. Bagaimana nantinya uang diputar sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal. Jadi dalam perencanaan anggaran biaya ini sangat memperhitungkan dengan pasti mengenai pemasukan dan pengeluaran uang sehingga bisa kembali modal serta mendapatkan keuntungan.

4. Strategi pemasaran secara online dan konvensional

Bidang kecantikan ini merupakan salah satu bidang yang pemasarannya menggunakan website serta sosial media, seperti whatsapp, facebook, instagram, dan sebagainya. Dengan adanya pemasaran secara online maka akan mempermudah konsumen untuk melihat-lihat produk dimanapun mereka berada. Selain mudah, juga dapat meminimalisir pengeluaran untuk tempat jual produk. Karena, jika menyewa tempat untuk jualan produk, maka akan membutuhkan biaya yang cukup banyak.

2.2 Kewirausahaan

2.2.1 Pengertian Kewirausahaan

Mengenai pengertian kewirausahaan, sebenarnya sudah banyak pakar yang mengemukakan. Secara sederhana arti wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko atau bermental mandiri tanpa diliputi rasa takut dan cemas untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan (Kasmir, 2010).

Menurut John Kao (1991:14) dalam Suherman (2008:10) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah sikap dan perilaku wirausaha yang inovatif, antisipatif, inisiatif, pengambil resiko, dan berorientasi laba. Dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 tahun 1995 tanggal 30 Juni 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, dikemukakan bahwa:

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produksi baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kedua definisi tentang kewirausahaan tadi memiliki kesamaan, yakni keduanya mengemukakan adanya sikap dan perilaku yang terkandung dalam kewirausahaan. Berdasarkan pengertian tersebut kewirausahaan pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku seseorang dalam melakukan suatu kegiatan.

Selain itu ada pakar lain yang mengungkapkan tentang pengertian dilihat dari sisi yang berbeda. Hisrich-Peters (1995:10) memaparkan:

Entrepreneurship is the process of creating something different with value by defoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, phychic, and social risk, and receiving the resulting reward of monetary and personal satisfaction and independence (Kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi).

Definisi lain mengenai kewirausahaan menurut Suryana (2014:2), kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan sebagai risiko yang mungkin dihadapinya.

Sejalan dengan itu, Kilby (1971) dalam Suherman (2008) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan bentuk usaha untuk menciptakan nilai melalui pengakuan terhadap peluang bisnis, manajemen atau cara yang sistematis dalam pengambilan risiko sesuai peluang yang ada, dan melalui keterampilan komunikasi untuk memobilisasi sumberdaya manusia, keuangan, ataupun sumberdaya lainnya untuk membawa sebuah produk atau proyek sampai berhasil.

Kemudian dijelaskan pula bahwa kewirausahaan adalah mental dan sikap jiwa yang selalu aktif untuk berusaha meningkatkan hasil karyanya dalam arti yaitu meningkatkan penghasilan atau sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha yang mengarah pada upaya cara kerja, teknologi, dan produk baru (Syarifuddin et al., 2015:11).

Brdasarkan pengertian kewirausahaan menurut beberapa ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Initnya dalam kewirausahaan harus mampu untuk

menciptakan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

2.2.2 Karakteristik Wirausaha

Segala sesuatu pasti memiliki tanda atau karakteristik tertentu. Dalam hal profesi pun, ada ciri-ciri tertentu yang khas dan yang dapat membedakan antara satu profesi dengan profesi lainnya. Sebagai suatu profesi, wirausahawan tentunya memiliki karakteristik tersendiri. Dengan karakteristik yang professional kita bisa mengetahui bahwa orang tersebut merupakan wirausahawan yang professional atau tidak.

Ada beberapa pakar ahli yang memaparkan tentang karakteristik atau ciri-ciri bagi orang yang dijuluki sebagai wirausaha. Geoffrey G. Meredith *et al.* (2002: 5-6) dalam Suherman (2008:16) mengemukakan bahwa ciri-ciri seorang wirausaha sebagai berikut:

Tabel 2.1 Ciri-Ciri dan Sifat-Sifat Wirausaha

Ciri-Ciri	Sifat
Percaya diri	Keyakinan, Ketidakketergantungan, individualitas, optimism
Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan, ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energetik, dan inisiatif
Pengambilan risiko	Kemampuan mengambil risiko, suka pada tantangan
Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik
Keorisinilan	Inovatif dan kreatif dan fleksibel
Orientasi masa depan	Pandangan jauh ke depan

Kemudian Astomen, (2005: 53-55) dalam Suherman (2008:16) menjelaskan bahwa ada beberapa ciri-ciri orang berwirausaha, diantaranya yaitu: 1) mempunyai visi, 2) kreatif dan inovatif, 3) mampu melihat peluang dan cepat tanggap, 4) orientasi pada kepuasan konsumen serta laba, dan 5) berjiwa sosial dengan menjadi dermawan.

Adapun menurut Suherman (2008) ciri-ciri wirausaha juga dijelaskan dalam bukunya yang terangkum dalam sebuah akronim “EMAN SUHERMAN”. Adapun penjelasan dari akronim tersebut adalah:

1. **E** untuk *Energik*, artinya cekatan atau tidak loyo. Sebagai seorang wirausaha memang harus cekatan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Setiap tindakannya harus cepat, cermat, dan tepat, namun tidak boleh tergesa-gesa. Sehingga harus teliti pula dalam melaksanakan tugasnya.
2. **M** untuk *Modern*, artinya sikap atau cara berfikir serta bertindak sesuai dengan tuntutan zaman. Seorang wirausaha harus memiliki pemikiran yang modern, dalam artian memiliki berpendidikan dan berbudaya sesuai dengan berkembangnya zaman yang saat ini diwarnai dengan teknologi yang semakin canggih.
3. **A** untuk *Antisipatif*, artinya mampu menghadapi segala situasi yang terjadi, kondisi lingkungan yang ada, serta toleransi dengan masyarakat sekitar. Seorang wirausaha jika memiliki sifat antisipatif maka akan pandai bergaul, sehingga mampu bekerja sama dengan siapapun dalam mengarahkan potensi yang sesuai dengan keinginan semua pihak.

4. **N** untuk *Naturalitatif*, artinya suatu hal yang didasari oleh kaidah-kaidah ilmiah karena mengandung objektivitas yang tinggi. Seorang wirausaha harus memiliki ciri ini agar mampu tampil objektif, jujur, apa adanya, dan tidak dibuat-buat dalam mengarifi berbagai hal yang alami, khususnya dalam kegiatan bisnis yang sedang dilakukannya.
5. **S** untuk *Smart*, artinya cerdas, pintar, dan bijak. Seorang wirausaha haruslah cerdas dalam menanggapi setiap keadaan dan masalah yang muncul dalam kegiatan bisnis yang digelutinya. Hal ini menjadikan wirausaha dapat berpikir kritis dan bijak dalam menyelesaikan suatu masalah.
6. **U** untuk *Urgent*, artinya penting. Dalam konteks ini, seorang wirausaha menganggap siapapun, terutama mitra kerjanya atau yang berhubungan dengan kerjanya adalah satu hal yang penting dan perlu diprioritaskan.
7. **H** untuk *Humanity*, artinya berperikemanusiaan atau sebagai sifat-sifat yang layak bagi manusia seperti suka menolong, penuh pertimbangan, rasa penghormatan, saling menghargai, dan lain-lain. Sifat-sifat seperti itu haruslah dimiliki seorang wirausaha agar wirausaha selalu siap dalam membantu dan bekerja sama dengan mitranya.
8. **E** untuk *Empathy*, artinya perasaan yang dapat merasakan apa yang sedang dirasakan oleh orang lain. Dengan memiliki sifat empati, seorang wirausaha dapat membangkitkan ekspresi yang tepat dan spontan pada saat diperlukan.
9. **R** untuk *Rasional*, artinya masuk akal atau logis. Wirausaha harus dapat berfikir rasional dalam melakukan setiap tugasnya, tidak boleh emosional

karena dapat membahayakan kelangsungan karirnya sebagai seorang wirausaha.

10. **M** untuk *Motivation*, artinya dorongan yang muncul karena adanya kebutuhan dan rangsangan dari luar yang bersangkutan. Wirausaha harus memiliki dorongan atau motivasi yang positif dengan mengarahkan tujuan yaitu mengembangkan karir dan menata bisnis agar semakin meningkat.
11. **A** untuk *Attention*, artinya perhatian. Seorang wirausaha hendaknya harus memberikan perhatian pada siapapun yang bersangkutan dengan bisnisnya secara proposional.
12. **N** untuk *Need*, artinya kebutuhan. Seorang wirausaha pasti tidak bisa berdiri sendiri, tentunya membutuhkan orang lain. Dalam menjalin hubungan bisnis pastinya membutuhkan mitra kerja agar bisnisnya berlangsung dengan semestinya.

Selanjutnya dijelaskan pula oleh Suryana (2014:22) bahwa ciri-ciri kewirausahaan memiliki enam komponen penting, yaitu percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinalitasan, dan berorientasi pada masa depan. Keenam ciri-ciri tersebut dapat dilihat dari indikatornya sebagai berikut:

1. Percaya diri, indikatornya adalah memiliki keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, dan bertanggung jawab.
2. Memiliki inisiatif, indikatornya adalah memiliki energy, cekatan dalam bertindak, dan aktif.

3. Motif berprestasi, indikatornya adalah berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, bertanggung jawab, dan tangguh dalam bertindak.
5. Berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan serta menyukai tantangan.

Berdasarkan penjelasan ciri-ciri kewirausahaan menurut beberapa ahli, maka dapat dikemukakan bahwa intisari dari ciri-ciri wirausaha adalah kreatifitas. Jadi seseorang wirausaha pastilah harus memiliki kreatifitas tertentu. Sedangkan kreatifitas itu tidak terjadi begitu saja, melainkan memerlukan proses. Proses kreatifitas hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa kewirausahaan, yaitu yang percaya diri (yakin, optimis, dan komitmen), berinisiatif (energik), memiliki motif berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan, dan berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan.

Seorang wirausaha dapat dibentuk dari tempat atau lingkungan tertentu. Wirausaha atau yang sering disebut *entrepreneur* bukan hanya yang melakukan kegiatan bisnis, melainkan siapapun yang melakukan kegiatan yang didasari oleh karakteristik wirausaha tersebut, atau orang yang menggunakan sumber daya dengan cara baru untuk memaksimalkan produktifitas dan efektivitas. Jadi kewirausahaan dapat diajarkan kepada siapapun, tidak hanya bagi calon pebisnis, apapun profesinya jika dia bekerja didasari dengan karakteristik berwirausaha, maka dia disebut seorang *entrepreneur*.

2.2.3 Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan

Menurut Rusdiana (2012: 58), menjelaskan bahwa manfaat dari kewirausahaan adalah:

1. Memiliki kebebasan untuk mengaktualisasi potensi yang dimiliki. Banyak wirausaha yang berhasil mengelola usahanya karena menjadikan keterampilan/hobinya menjadi pekerjaannya.
2. Memiliki peluang untuk berperan bagi masyarakat. Dengan berwirausaha kita memiliki kesempatan untuk berperan bagi masyarakat dengan menciptakan produk yang dibutuhkan masyarakat.
3. Menjadi motivasi tersendiri untuk memulai berwirausaha. Kesuksesan dan ketidaksuksesan seseorang dalam karir sangat bergantung pada motivasi untuk menjalankan karirnya.

Sedangkan tujuan dari kewirausahaan menurut Basrowi (2011: 7) antara lain:

1. Meningkatkan jumlah wirausaha yang berkualitas.
2. Mewujudkan kemampuan dan kemandirian para wirausaha untuk mensejahterakan rakyat.
3. Membudayakan, semangat/motivasi, sikap, minat, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat.
4. Menumbuhkembangkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguh.

2.2.4 Tahap-Tahap Memulai Usaha

Wirausaha merupakan hal yang sangat diminati oleh kalangan masyarakat. Dalam berwirausaha harus memiliki perencanaan yang matang sebelum memulai usaha. Apabila sebuah usaha tidak diawali dengan perencanaan yang matang, maka akan sulit untuk mendirikan sebuah usaha yang dapat memberikan hasil yang maksimal. Oleh karena itu, seorang wirausaha sebelum memulai usaha harus memperhatikan tahap-tahapan dalam berwirausaha. Menurut Jingga (2009:30) menjelaskan bahwa ada 4 tahapan dalam berwirausaha yaitu tahap memulai usaha, tahap melaksanakan atau menjalankan usaha, tahap mempertahankan usaha, dan tahap mengembangkan usaha.

2.2.4.1 Tahap Memulai Usaha

Seseorang yang memiliki kemauan berusaha biasanya diawali dengan adanya suatu tantangan. Kewirausahaan diawali dengan tantangan sebagai aksioma. Ada tantangan, maka ada usaha untuk berpikir kreatif dan bertindak inovatif. Untuk melakukan sebuah usaha seseorang harus berada dalam tahap memulai, dimana seseorang yang ingin memulai usaha harus mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam usaha. Hal ini dapat diawali dengan melihat peluang usaha baru yang memungkinkan, membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan *franchising*. Selanjutnya dapat memilih jenis usaha yang akan dilakukan seperti bidang pertanian, industri, atau jasa.

Menentukan bidang yang akan digeluti, kemudian tentukan produk dan layanan setiap bisnis tergantung pada sesuatu yang menjual atau sesuatu yang bisa menjadi produk atau jasa. Apabila sudah memiliki gagasan yang mendapatkan

beberapa jenis produk atau jasa untuk bisnis di masa depan atau saat ini. Hal berikutnya adalah menentukan secara akurat dan jelas produk-produk atau jasa tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada beberapa aspek yang akan menjadi perhatian dalam memulai usaha, diantaranya: merencanakan usaha (*planning*), menentukan produk, menentukan pasar, menentukan pesaing utama, dan menentukan sumber daya.

1. Merencanakan Usaha (*Planning*)

Rencana usaha merupakan suatu dokumen tertulis yang menggambarkan secara sistematis suatu bisnis atau usaha yang diusulkan. Untuk memulai sebuah usaha harus memiliki *planning* atau perencanaan usaha untuk keberlanjutan usaha kedepannya. Karena tanpa suatu perencanaan yang baik, maka dalam melakukan segala sesuatu itu, laksana kita sedang berjalan di tempat asing tanpa adanya penentu jalan dan akhirnya akan membuat kita tersesat.

Begitu juga dalam melakukan usaha ataupun bisnis, tanpa melakukan perencanaan usaha yang baik saat kita memulai usaha, maka akan membuat usaha kita tidak terarah atau berantakan. Usaha yang dijalankan tidak memiliki tujuan dan arahan yang tepat, sehingga akan sulit untuk berkembang dan terkesan hanya dijalankan secara untung-untungan. Padahal dalam usaha tidak dikenal namanya keberuntungan, melainkan kerja keras dan kerja cerdas dengan strategi marketing yang matang. Hal ini untuk mengingat banyaknya persaingan yang menggeluti bidang yang sama seperti usaha yang dijalani atau ditekuni.

Oleh karena itu, dari awal memulai usaha sangatlah penting melakukan perencanaan usaha dengan baik, meliputi segala hal yang berhubungan dengan kemajuan usaha yang akan dibangun, secara umum dalam merencanakan usaha ada beberapa aspek yang diperhatikan yaitu:

- a. Mencari peluang usaha yang sesuai dengan keterampilan. Peluang usaha di lingkungan sekitar sebenarnya sangat banyak. Baik dari apa yang dilihat, didengar, atau yang dibaca sehari-hari maupun pembicaraan dengan teman. Semua itu dapat mendatangkan ide untuk berwirausaha atau berbisnis. Tapi, dibalik ide-ide tersebut harus ada keberanian, kreatifitas, dan kesungguhan untuk menangkap peluang. Peluang bisnis akan mudah didapatkan apabila memiliki keterampilan yang baik pula.
- b. Menentukan jenis usaha yang tepat sesuai dengan perkembangan zaman. Jenis usaha ini bermacam-macam, ada yang di bidang industri, pertanian, kuliner, pertanian, dan sebagainya;
- c. Menentukan tujuan yang jelas dan tepat sesuai usaha yang akan dijalankan. Hal ini agar usaha yang dilaksanakan dapat terarah dan memperoleh hasil yang maksimal;
- d. Memperhitungkan potensi keberhasilan dari jenis usaha yang telah dipilih. Selain minat berusaha juga dibutuhkan potensi dari bidang usaha yang dipilih, apakah potensi jenis usaha yang dipilih bagus atau tidak. Karena jika jenis usaha yang dipilih tidak memiliki potensi yang bagus, maka usaha yang dibangun tidak akan membuahkan hasil yang maksimal; dan

- e. Kemampuan yang dimiliki dalam jenis atau bidang usaha yang dipilih. Sangat penting dalam berwirausaha memperhitungkan kemampuan yang dimiliki sesuai dengan jenis usaha yang dipilih, karena mampu mengelola suatu usaha itu juga sangat penting dan menjadi penentu kesuksesan sebuah usaha. Namun kemampuan yang sesuai dengan jenis usaha yang dipilih juga bisa dipelajari sembari berjalan atau sembari melaksanakan usaha tersebut.

2. Menentukan Produk

Elemen penting berikutnya adalah menentukan produk. Produk merupakan salah satu hal terpenting dalam bisnis atau usaha. Produk ini dapat berupa jasa atau barang sesuai dengan jenis usaha yang telah ditentukan. Dalam menentukan produk pasti memperhatikan beberapa hal, diantaranya:

- a. Memilih produk yang sesuai dengan passion dan kebutuhan pasar saat ini. Karena bisnis yang paling ramai adalah bisnis yang dapat menjawab kebutuhan pasar.
- b. Mencari manfaat, potensi, dan kelebihan produk yang dipilih dalam bisnis atau usaha yang telah ditentukan. Hal ini akan menentukan laku tidaknya produk tersebut di pasaran.
- c. Mempelajari kemungkinan ketersediaan produk, bahan baku, atau sumber daya.
- d. Berpikir kreatif dan inovatif dalam membuat produk yang akan dipilih.
- e. Menguji kelayakan produk yang akan ditekuni dalam bisnis yang telah ditentukan.

3. Menentukan Pasar

Ketika sudah memiliki ide bisnis atau usaha serta produk, maka langkah selanjutnya adalah menentukan pasar. Pasar merupakan penentu terbesar dalam kesuksesan suatu usaha. Tetapi dalam berwirausaha tidak bisa menentukan pasar dengan asal-asalan, melainkan harus disesuaikan dengan jenis usaha yang telah dipilih. Suryana (2014:219) menjelaskan bahwa untuk melihat ada atau tidaknya peluang pasar yang dituju, ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Amati kebutuhan yang paling banyak diperlukan oleh masyarakat, baik kecil, remaja, maupun dewasa yang sesuai dengan produk (usaha) yang dipilih. Misal kebutuhan rutin sehari-hari, seperti sembako, makan, dan sebagainya, serta kebutuhan musiman, seperti baju (*fashion*) alat kecantikan.
- b. Jumlah barang yang dibutuhkan masyarakat. Mengecek perkiraan jumlah barang yang diperlukan konsumen agar dapat menyesuaikan produksi dalam usaha atau bisnis.
- c. Kapan saja konsumen membutuhkan barang, misalnya setiap saat atau sering dibutuhkan. Atau bisa saja konsumen membutuhkannya kadang-kadang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- d. Lihat karakteristik konsumen, dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, maupun pendidikan. Karakteristik ini perlu untuk menentukan jenis apa yang paling cocok dengan konsumen. Misal, konsumen perempuan maka yang

disediakan adalah kebutuhan perempuan, bila konsumen anak sekolah maka yang harus disediakan adalah alat-alat tulis atau kebutuhan anak sekolah.

4. Menentukan Pesaing Utama

Analisa persaingan merupakan sebuah usaha untuk mengidentifikasi ancaman, kesempatan, atau permasalahan strategis (*strategy question*) yang terjadi sebagai akibat dari perubahan persaingan potensial, serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Keberhasilan suatu bisnis atau usaha salah satunya adalah ditentukan oleh kemampuan memahami pesaing. *Output* dari kemampuan tersebut, menopang manajemen dalam memutuskan dimana akan bersaing dan bagaimana posisi diantara pesaing.

Untuk mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, perusahaan perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Untuk melakukan analisa pesaing memerlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Jenis produk yang ditawarkan, kadang-kadang sebuah perusahaan atau bisnis memiliki produk yang bermacam-macam. Kemudian mengidentifikasi produk-produk yang dimiliki oleh pesaing.
- b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai oleh pesaing (*Market Share*). Untuk melihat besarnya pasar yang dikuasai pesaing, dapat dilakukan melalui segmen pasar yang akan dimasuki. *Market Share* yang harus diketahui adalah untuk masa sekarang dan di masa yang akan datang, baik yang dikuasai penting maupun secara keseluruhan.

- c. Identifikasi peluang dan ancaman, dengan mengestimasi besarnya *market share* akan kelihatan peluang yang ada serta ancaman yang mungkin timbul sekarang dan dimasa yang akan datang. Setiap peluang harus dimasuki dan diusahakan untuk menciptakan peluang baru yang sebesar-besarnya.
 - d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan, artinya memetakan atau mencari tahu keunggulan dan kelemahan pesaing.
 - e. Menentukan sasaran pesaing. Pesaing itu dibagi dua, pesaing dekat yaitu pesaing yang memproduksi barang yang hampir sejenis seperti bank umum, syariah, dan sebagainya. Dan pesaing jauh yaitu pesaing yang memiliki produk yang mirip, seperti untuk pesaing bank adalah lembaga yang keuangan yang kegiatannya memiliki kesamaan dengan bank yaitu asuransi, giro dan sebagainya.
5. Menentukan Sumber Daya

Tahap selanjutnya adalah menentukan sumber daya. Berdasarkan analisis peluang usaha, wirausahawan dapat menentukan sumber daya yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha tersebut. Dalam perencanaan proses produksi diperlukan pengelolaan yang baik untuk mencapai suatu tujuan usaha atau bisnis. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan atau suatu bisnis dapat dikategorikan ke dalam enam tipe, sebagai berikut:

- a. Man (manusia), sumber daya manusia adalah salah satu faktor produksi yang merupakan unsur manajemen terpenting dalam mencapai tujuan usaha.

- b. Money (uang), uang merupakan alat tukar dan pengukur nilai. Besar kecilnya pekerjaan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam suatu usaha. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang disediakan untuk membeli alat-alat yang dibutuhkan perusahaan, membiayai gaji karyawan, dan sebagainya.
- c. Material (fisik), ada beberapa usaha yang bisa memproduksi bahan sendiri dan ada pula yang tidak bisa memproduksinya sendiri, melainkan membeli dari pihak lain. Untuk memperoleh bahan mentah dengan harga yang paling murah, menggunakan cara pengangkutan yang murah dan membuat proses pengolahan seefisien mungkin.
- d. Machine (teknologi), mesin memiliki peranan penting dalam produksi. Setelah revolusi industry, banyak pekerjaan manusia yang digantikan oleh mesin. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, memungkinkan peningkatan produksi sangat tinggi.
- e. Method (metode), metode sangat dibutuhkan agar mekanisme kerja berjalan efektif dan efisien. Metode kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, baik yang menyangkut proses produksi maupun administrasi tidak terjadi begitu saja, melainkan membutuhkan waktu yang lama.
- f. Market (pasar), penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai, kualitas barang harus sesuai dengan selera konsumen dan harga terjangkau oleh daya beli konsumen.

2.2.4.2 Tahap Melaksanakan Usaha

Pada tahap ini, seorang wirausaha mengelola berbagai aspek yang terkait dengan bidang atau jenis usaha yang dipilihnya. Pada tahapan pelaksanaan usaha ini, terdapat beberapa aspek diantaranya pembiayaan dan pemasaran.

1. Pembiayaan (Pengelolaan Keuangan).

Pengelolaan keuangan adalah bagaimana mengusahakan sumber dana, menggunakan dan mengendalikan dana-dana sebuah usaha. Ada tiga aspek yang harus diperhatikan dalam pengelolaan keuangan yaitu aspek sumber dana, aspek rencana dan penggunaan dana, dan aspek pengawasan atau pengendalian keuangan (Suryana, 2014:195).

Untuk lebih memperjelas mengenai sumber dana, ditinjau dari asalnya sumber dana dalam sebuah usaha dibagi menjadi dua golongan, yang *pertama* adalah dana yang berasal dari uang pribadi atau sumber dana internal. Penggunaan dana ini merupakan cara yang lebih mudah dilakukan untuk memnuhi kebutuhan dana suatu usaha, sebab tinggal mengambil dana yang sudah tersedia dari saku sendiri. Sumber dana internal ini biasanya sangat terbatas, maka dalam penggunaannya harus diperlihatkan tentang *opportunity cost*, yaitu peluang yang hilang akibat penggunaan yang lain atau penerimaan yang seharusnya diterima, akan tetapi hilang akibat penggunaan sumber-sumber tersebut dalam operasi suatu usaha.

Sumber dana yang *kedua* adalah dana yang berasal dari luar usaha, atau sumber dana eksternal. Sumber dana eksternal ini mencakup: dana yang berasal

dari pinjaman atau utang, baik itu jangka pendek maupun jangka panjang, atau disebut pembelanjaan asing; dana bantuan program pemerintah pusat dan daerah; dana dari teman atau keluarga yang ingin menanamkan modalnya; dan dana *ventura* yaitu dana yang berasal dari perusahaan yang ingin menginvestasikan dananya pada perusahaan kecil yang memiliki potensi.

Adapun dalam merancang penggunaan dana usaha, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, antara lain: 1) biaya awal (*start-up cost*), biaya yang diperlukan ketika perusahaan akan berdiri; 2) proyeksi atau rancangan keuangan yang mencakup pembukaan neraca harian, rancangan neraca pendapatan (*income statements*), dan rancangan neraca aliran kas (*cash flow statements*); dan 3) analisis peluang pokok (*break-even analysis*) meliputi biaya awal yang tidak terduga, biaya administrasi (gaji karyawan dan peralatan kantor), biaya sewa bangunan, biaya asuransi, dan biaya tambahan secara umum.

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah paduan dari kinerja wirausahawan dengan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran (Suryana, 2014:200). Untuk menarik konsumen ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), antara lain:

a. Produk (*Product*)

Perlu diingat bahwa produk mengalami daur hidup (*product life cycle*), yang meliputi: 1) tahap pengembangan, pada tahap ini terdiri atas kesederhanaan,

integritas, fokus pada orang, berdaya juang, kreativitas, dan resiko; 2) tahap pengenalan, pada tahap ini produk baru dikenalkan pada konsumen potensial. Karena masih kurang bisa diterima di pasar, produk baru harus mencoba menerobos pasar yang sudah ada dan bersaing dengan produk usaha yang sudah ada. Tahap pengenalan ini juga bisa dibantu dengan promosi dalam penjualan produk; 3) tahap pertumbuhan penjualan, konsumen mulai membandingkan produk dalam jumlah yang lebih besar sehingga volume penjualan meningkat dan begitu pula keuntungan; 4) tahap kematangan, pada tahap ini volume penjualan terus meningkat, tetapi kemudian menurun karena persaingan di pasar. Maksudnya produk pesaing sudah barang tentu menyebabkan menurunnya hasil penjualan; 5) tahap kejenuhan, ketika penjualan sudah mencapai pada puncaknya dan konsumen mulai jenuh terhadap produk tersebut, oleh sebab itu pada saat inilah inovasi produk harus dimulai; dan 6) tahap penurunan, tahap ini merupakan lingkaran akhir daur hidup produk. Hasil penjualan produk secara terus menerus mulai menurun, produk-produk lama mulai diobral dan cuci gudang, otomatis margin laba juga akan turun secara drastis. Apabila produk mencapai tahap penurunan, bukan berarti produk ini mengalami kegagalan, karena setiap produk yang populer akan selalu diperbaiki kembali.

b. Tempat (*Place*)

Tempat yang menarik untuk konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien (Suryana, 2014:209). Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan cara: 1) memperbanyak saluran distribusi, misalkan langsung ke konsumen atau tidak langsung yaitu melalui para agen; 2)

memperluas segmentasi atau cakupannya, misal segmen local, regional, nasional, dan internasional; 3) menata penampilan tempat usaha, misal tata etalase, dan posisi produk; 4) menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin; dan 5) mengubah-ubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang yang lain. Hal ini penting untuk persediaan dan penawaran.

Ada dua saluran distribusi yang masing-masing sangat berbeda. Pertama saluran distribusi untuk barang konsumsi, meliputi konsumen, pedagang kecil lalu ke konsumen, pedagang besar (*grosir*) lalu ke konsumen, dan pedagang besar lalu ke pedagang besar lainnya lalu ke pedagang peritel (*retailer*) dan ke konsumen. Kemudian yang kedua adalah saluran distribusi untuk barang-barang industri, mencakup pabrik ke industri pemakai dan pabrik ke pedagang besar (*grosir*) lalu ke industri pemakai.

Sementara itu menurut penjelasan dari Suryana (2014:210) bahwa ada beberapa opsi distribusi yang tersedia bagi wirausahawan yang ingin mengembangkan produk baru. Adapun opsi tersebut sebagai berikut: 1) pemasaran langsung (*direct marketing*), yaitu sistem pemasaran yang secara langsung perusahaan melakukan komunikasi dan transaksi kepada konsumennya; 2) pedagang besar (*wholesalers*) yaitu produsen yang langsung menjual ke pedagang besar dan pedagang besar menjual ke (*retailer*), kemudian ke konsumen; dan 3) para agen (*agents/manufactures representatives*) yaitu perantara yang mengontak dan melayani pedagang besar dan mereka diberi suatu komisi penjualan. Agen mencari pasar untuk barang-barang produsen atau membantu pembeli untuk mencari sumber-sumber yang menawarkan barang.

c. Harga (*Price*)

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen. Wirausaha dapat menciptakan harga yang terjangkau dan paling efisien dengan inovasi dan kreativitasnya. Penentuan harga produk harus dilakukan dengan hati-hati. Bila harga terlalu tinggi akan menyebabkan penurunan atau pengurangan volume penjualan.

Oleh karena itu, dalam menentukan harga bagi produk baru, wirausahawan hendaknya mencoba memuaskan tiga tujuan sebagai berikut: 1) menghasilkan produk yang dapat diterima oleh konsumen potensial, tidak peduli berapa banyaknya; 2) memelihara pangsa pasar yang akibat tumbuhnya persaingan. Jika produk baru berhasil, pesaing akan masuk ke pasar, dan perusahaan kecil harus memperluas atau paling tidak mempertahankan pangsa pasar; dan 3) memperoleh laba, perusahaan baru harus mempertahankan penjualannya di atas biaya produksi.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli produk (Suryana, 2014:218). Promosi dilakukan untuk memperkenalkan barang dan jasa agar diketahui, dibutuhkan, dan diminta oleh konsumen.

Agar barang dan jasa yang diproduksi dapat dikenal, diketahui, dan diminta oleh konsumen, wirausahawan harus melakukan hal-hal sebagai berikut: 1) informasikan barang atau jasa yang dihasilkan dalam suatu usaha terhadap konsumen; 2) membujuk konsumen untuk membeli barang yang dihasilkan; dan mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan barang atau jasa yang dihasilkan.

Kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan periklanan atau promosi. Ada beberapa jenis promosi yaitu: 1) iklan misalnya, melalui media cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, TV, internet dan sebagainya); 2) promosi penjualan, misalnya melalui pameran dagang, kuis berhadiah, hiburan, dan lain-lain; 3) wiraniaga, mempromosikan langsung barang ke konsumen sasaran dengan membawa contoh produk; 4) pemasaran langsung dengan langsung menghubungi konsumen; dan 5) humas, yaitu memublikasikan produk melalui *billboard*, pamphlet, dan sebagainya.

Semua strategi tersebut tergantung pada elastisitas permintaan, biaya barang, dan harga yang dimiliki pesaing. Setelah barang dan jasa diketahui, dikenal, dan diminta oleh konsumen, tugas seorang wirausaha adalah mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar dan volume penjualan. Untuk mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar dan volume penjualan, terdapat langkah-langkah yang harus diperhatikan yaitu menghargai dan memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen, menganalisis kelebihan dan kekurangan pemasaran yang kita miliki atau yang dimiliki pesaing, dan mencari strategi lain untuk menyerang pemimpin pasar (*market leader*).

2.2.4.3 Tahap Mempertahankan Usaha

Setelah melaksanakan suatu usaha, selanjutnya adalah tahap mempertahankan usaha. Tahap ini merupakan tahap dimana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai kemudian melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa di Indonesia ini jumlah wirausaha sangatlah banyak. Sehingga membuat para pengusaha kadang kala tidak mampu mempertahankan usahanya. Bukan karena usaha tersebut jelek atau karena kalah dalam bersaing, melainkan lebih sering terjadi karena ketidakmampuan wirausahawan untuk mengatur manajemen perusahaannya. Untuk mempertahankan sebuah usaha, ada beberapa cara yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. Mempertahankan motivasi usaha. Untuk mempertahankan usaha yang telah dirintis, motivasi harus dipertahankan. Misal motivasi untuk mencari untung dengan cara yang benar, motivasi untuk membuka lapangan kerja yang baik dan tidak merusak, atau motivasi untuk mempertahankan perannya dalam pasar.
2. Menjadi solusi total bagi permasalahan pelanggan. Ketika berhasil merebut kepercayaan pelanggan, maka hal selanjutnya yang harus dikerjakan adalah meningkatkan loyalitas dengan memenuhi kebutuhan yang mereka cari. Strategi tersebut cukup efektif untuk mempererat hubungan dengan konsumen atau pelanggan. Dengan memberikan seluruh solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan, tentu pelanggan akan semakin senang membeli atau memakai produk tersebut dan enggan untuk berpaling pada produk di tempat lain.
3. Mengikuti perkembangan pasar. Untuk mempertahankan kesuksesan usaha, sebaiknya mengikuti perkembangan tren pasar yang sedang digemari atau diminati para konsumen. Dengan mengikuti perkembangan baru, maka akan

dapat mengetahui minat para konsumen saat ini dan berusaha memnuhinya demi menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin sering melakukan inovasi terhadap tempat layanan atau produksi, maka semakin besar peluang yang diciptakan untuk memenangkan persaingan pasar.

4. Mengamati gerakan para pesaing. Laju pertumbuhan para pesaing untuk usaha sejenis harus diamati, agar pelaku usaha dapat mengetahui sebesar apa ancaman yang akan dihadapi dan strategi apa yang bisa digunakan agar bisnisnya tidak tenggelam ditengah-tengah persaingan. Ketika telah mengetahui gerakan para pesaing, secara tidak langsung akan termotivasi untuk mencari ide-ide baru dan menciptakan inovasi produk unik untuk mengatasi ancaman kompetitor atau pesaing yang semakin sengit.
5. Fokus untuk mengembangkan usaha. Tidak memiliki rasa takut ketika dikelilingi oleh para pesaing dan usahakan untuk menentukan satu prioritas utama yang menjadi target dalam bisnis atau usaha, baik untuk rencana jangka pendek maupun rencana jangka panjang. Dengan menentukan prioritas utama yang akan dicapai, secara tidak langsung akan lebih fokus membawa usaha tersebut semakin ke depan dan meninggalkan para pesaing.
6. Memperluas jaringan usaha. Sebagai seorang wirausaha harus memiliki relasi atau jaringan yang luas. Dengan memiliki relasi atau jaringan yang luas, maka semakin besar peluang sukses yang dimiliki. Sehingga, jika pemasaran usaha semakin pesat dan perkembangan usaha mengalami peningkatan yang cukup positif. Semakin kuat kerja sama yang disalin, maka akan semakin mudah dalam mempertahankan ekstensi usaha.

2.2.4.4 Tahap Mengembangkan Usaha

Tahap terakhir dalam memulai usaha adalah tahap mengembangkan usaha. Pada tahap ini, jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan, perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil. Dalam perkembangan usaha ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk, yaitu:

1. Relokasi tempat usaha dari bisnis rumah ke perkantoran.
2. Membuka cabang-cabang baru.
3. Melebarkan wilayah pemasaran ke luar kota atau luar propinsi.
4. Merambah ke pasar internasional (ekspor) dan mendatangkan produk-produk dari luar negeri (impor).
5. Melakukan inovasi dengan menciptakan produk-produk baru untuk memenuhi kebutuhan segmen pasar baru.
6. Menjual usaha yang telah dibangun ke pihak lain dalam bentuk waralaba.
7. Membesarkan atau mengembangkan usaha atau bisnis membutuhkan pendekatan yang hampir sama dalam perencanaan dan persiapan ketika memulai usaha. Dengan persiapan dan perencanaan yang matang, maka dalam perkembangan usaha pun akan mudah dan tidak memiliki banyak hambatan.

2.3 Skill atau Keterampilan Berwirausaha

2.3.1 Pengertian *Skill* atau Keterampilan

Keterampilan dapat menunjukkan pada aksi khusus yang ditampilkan atau pada sifat dimana keterampilan itu dilaksanakan. Banyak kegiatan dianggap

sebagai suatu keterampilan, terdiri dari beberapa keterampilan dan derajat penguasaan yang dicapai oleh seseorang dalam menggambarkan tingkat keterampilannya. Hal ini terjadi karena kebiasaan yang sudah diterima umum untuk menyatakan bahwa satu atau beberapa pola gerak atau perilaku yang diperluas bisa disebut keterampilan, misal membaca, menulis, berbicara, dan sebagainya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) keterampilan adalah kecakapan untuk menyelesaikan tugas atau kesanggupan pemakaian bahasa untuk menanggapi secara betul stimulus lisan atau tulisan. Seiring dengan pengertian keterampilan tersebut, Sudarto (2016) menjelaskan bahwa keterampilan berasal dari kata terampil yang artinya cakap dalam menyelesaikan tugas, mampu dan cekatan.

Skill adalah kemampuan untuk menggunakan akal, pikiran dan ide dan kreatifitas dalam mengerjakan, mengubah ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut. Dengan kata lain *skill* atau keterampilan adalah suatu kemampuan untuk menerjemahkan pengetahuan ke dalam praktik sehingga tercapai hasil kerja yang diinginkan (Suprpto, 2009:135).

Kemudian menurut Chell (2013:7) menyatakan *skill* yaitu “*Skills are not the same as abilities, the exercise of skill produces proficiency at tasks, whereas abilities are akin to more general traits*”. *Skill* / keterampilan tidak sama dengan kemampuan, latihan *skill* / keterampilan menghasilkan kemahiran sebagai tugas, sedangkan kemampuan itu mirip dengan sifat-sifat yang lebih umum.

Keterampilan tingkat tinggi memungkinkan realisasi dari tujuan nasional, namun keterampilan terkadang hanya diterima begitu saja tanpa dieksekusi lebih dalam dari keterampilan-keterampilan yang muncul dari suatu kegiatan. Kebanyakan keterampilan cenderung diasumsikan secara *implisit* dalam tindakan, tanpa pemikiran secara logis (*eksplisit*).

Dijelaskan pula oleh Deakins *et al* (2016:235) tentang pengertian *skill* atau keterampilan sebagai berikut:

Skills are multidimensional constructs; they comprise the cognitive – knowledge and what is learnt; the affective – emotional expression and what is experienced felt; the behaviour – action at strategic, tactical and personal levels; and the context – sectoral, occupational, job and tasks levels, including the breadth, the demands and the inherent responsibilities.

Artinya, keterampilan merupakan konstruksi multidimensi; keterampilan terdiri dari pengetahuan kognitif dan apa yang dipelajari; ekspresi afektif - emosional dan apa yang dialami dirasakan; perilaku - tindakan di tingkat strategis, taktis dan pribadi; dan konteks - tingkat sektoral, pekerjaan, pekerjaan dan tugas, termasuk luasnya, tuntutan dan tanggung jawab yang melekat.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa keterampilan adalah kemampuan untuk menggunakan akal, fikiran, ide, dan kreativitas dalam mengerjakan, membuat, atau mengubah sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga memunculkan hasil sesuai dengan apa yang dikerjakan. Keterampilan bisa juga diartikan sebagai kemampuan untuk mengoperasikan pekerjaan secara mudah dan cermat.

2.3.2 Macam-Macam Skill

Skill kemampuan yang dimiliki setiap individu dalam melaksanakan tugasnya atau aktivitas kegiatan yang sedang dikerjakan. Keterampilan atau *skill* sangat diperlukan bagi setiap individu dalam menyelesaikan tugasnya. Keterampilan yang dimiliki seseorang pasti terdapat perbedaan masing-masing. Adapun keterampilan atau yang sering disebut dengan *skill* terdiri atas 2 macam yaitu *hard skill* dan *soft skill*.

2.3.2.1 Hard Skill

Definisi *hard skill* telah dijelaskan oleh Syawal (2009:4) yaitu sebagai kemampuan untuk menguasai ilmu teknologi dan keterampilan teknis dalam mengembangkan *intelegence quotient* yang berhubungan dengan bidangnya. Menurut Rais (2017) menjelaskan bahwa *hard skill* adalah kemampuan yang bersifat pada teknis pekerjaan seperti kemampuan menguasai bahasa asing, teknologi, kreativitas, akademis, dan sebagainya.

Sejalan dengan pengertian tersebut Alam (2012:14) menjelaskan definisi *hard skill* yaitu pengetahuan dan kemampuan teknis yang dimiliki seseorang. Pengetahuan teknis tersebut merupakan pengetahuan yang dibutuhkan seseorang untuk profesi tertentu dan mengembangkannya sesuai dengan teknologi, serta mampu mengatasi masalah yang terjadi dan solusinya. Kemudian dijelaskan pula bahwa *hard skill* adalah kemampuan teknis dan akademis yang dimiliki seseorang serta dapat diukur sesuai dengan bidang yang dipelajari (Wijayanti, 2014:27).

Berdasarkan pengertian *hard skill* dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa *hard skill* memiliki pengertian yaitu sebuah pengetahuan dan

kemampuan secara teknis yang dapat dilihat mata (*eksplisit*). Kemudian dijelaskan oleh Wahyuni (2016) ada tiga indikator *hardskill*.

1. Keterampilan Teknis

Keterampilan teknis merupakan kemampuan untuk menggunakan metode dan teknik tertentu dalam menyelesaikan suatu pekerjaan secara spesifik (Wijayanti, 2014). Keterampilan teknis juga dapat diartikan sebagai kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melakukan tugas tertentu. Kemampuan ini praktis dan sering berhubungan dengan tugas mekanik, TI, wirausaha, atau ilmiah. Banyak industri lain yang menginginkan setidaknya beberapa karyawan teknis.

Keterampilan teknis ini memerlukan banyak pelatihan dan pengalaman untuk dikuasai. Keterampilan ini harus dapat diukur, dipelajari, didefinisikan, dan dievaluasi. Keterampilan teknis ini memiliki banyak variasi atau macam sesuai dengan bidang pekerjaan yang ditekuni. Setiap pekerjaan pasti memiliki kemampuan teknis sesuai dengan yang dibutuhkan dalam pekerjaan bidang tersebut. Misal, untuk pekerjaan di bidang kuliner diharuskan memiliki *skill* atau kemampuan teknis memasak, dan sebagainya.

2. Keterampilan Ilmu Pengetahuan

Keterampilan ilmu pengetahuan yaitu seluruh usaha sadar dalam menyelidiki, menemukan, dan meningkatkan pemahaman manusia dari berbagai segi kenyataan dalam kehidupan sehari-hari (Wijayanti, 2014). Keterampilan dalam ilmu pengetahuan merupakan suatu kemampuan menggunakan akal dan

pikiran untuk menciptakan, menguji, dan membuktikan sebuah kebenaran ilmu pengetahuan baik yang sudah ada maupun yang belum ada.

Dalam keterampilan ilmu pengetahuan terdapat keterampilan proses. Menurut Mulyasa (2007:99) keterampilan proses adalah proses belajar, aktivitas, dan kreativitas seseorang dalam memperoleh pengetahuan, nilai, serta sikap untuk diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Keterampilan proses memiliki 6 keterampilan yang dikembangkan, yaitu: mengamati, mengklasifikasikan, mengkomunikasikan, mengukur, memprediksi, dan menyimpulkan.

3. Keterampilan Ilmu Teknologi

Keterampilan ilmu teknologi, suatu perilaku produk, informasi, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan masyarakat dalam suatu lokasi tertentu. Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

Teknologi telah mempengaruhi manusia dan sekelilingnya dengan banyak cara. Dalam kehidupan yang didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat ini, individu diharapkan bisa memanfaatkan perkembangan teknologi ini secara baik dan benar. Setiap individu harus memiliki keterampilan dalam ilmu teknologi agar dapat menciptakan suatu produk atau solusi yang baru sebagai solusi untuk permasalahan-permasalahan yang muncul.

2.3.2.2 *Soft Skill*

Setiap individu pasti selalu memiliki hubungan dengan orang lain dalam melakukan kegiatan atau pekerjaannya. Dalam hubungan kerja dengan orang lain dapat berpengaruh juga terhadap kesuksesan terhadap pekerjaannya. Terlebih dalam berwirausaha, hubungan dan komunikasi dengan orang lain merupakan hal yang sangat diperlukan untuk menjalin relasi berwirausaha.

Soft Skill adalah keterampilan dan kecakapan hidup, baik dengan diri sendiri, kelompok, masyarakat, ataupun dengan Sang Pencipta. Secara garis besar *soft skill* merupakan kecakapan gabungan antara kemampuan intrapersonal dan kemampuan interpersonal (Purnami, 2013:99). *Soft skill* dapat membuat setiap individu semakin terasa keberadaannya di tengah masyarakat. *Soft skill* tersebut diantaranya ada keterampilan berkomunikasi, keterampilan berbahasa, keterampilan berkelompok, keterampilan etika dan moral, dan keterampilan spiritual.

Menurut Rais (2017) menjelaskan bahwa *soft skill* adalah sebuah kemampuan yang bersifat lebih pada sebuah pengembangan sikap dan karakter diri seperti komunikasi yang baik, mampu bekerjasama dalam kelompok, mampu memanajemen waktu dengan baik, dan sebagainya.

Kemudian Setyantoko (2013: 11) menjelaskan bahwa *soft skill* adalah pengembangan dari konsep yang sudah lama dikenal dengan kecerdasan emosional (*emotional intelegence*). *Soft skill* ini dapat menentukan arah pemanfaatan *hard skill*. Jika individu memiliki *soft skill* yang baik, maka ilmu dan keterampilan yang dikuasainya dapat mendatangkan kenyamanan dan

kesejahteraan bagi individu dan lingkungannya. Sebaliknya, jika individu tidak memiliki *soft skill* yang baik, maka *hard skill* yang dimiliki dapat membahayakan individu dan lingkungannya.

Berdasarkan definisi *softskill* dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa *softskill* merupakan kemampuan yang berhubungan dengan kecerdasan emosional. Keterampilan ini merupakan gabungan dari kemampuan intrapersonal dan kemampuan interpersonal. Adapun yang termasuk dalam indikator-indikator *softskill* dalam berwirausaha menurut Wahyuni (2016) adalah kemampuan berkomunikasi, kecerdasan berpikir kreatif dan inovatif, kecerdasan emosional, keterampilan kepemimpinan, dan Disiplin. Hal ini juga sesuai dengan nilai-nilai kewirausahaan yang dikembangkan di sekolah.

1. Kemampuan Berkomunikasi

Setiap orang pasti pernah melakukan komunikasi. Dalam berinteraksi dengan orang lain pasti tidak lepas dari komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari *komunikator* kepada *komunikan* melalui media dan disertai upaya mengurangi gangguan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan (Suherman, 2008:201). Kemudian menurut Suhardi (2014:39) komunikasi adalah pernyataan antar manusia dalam bentuk lambang-lambang yang berarti.

Komunikasi terdiri atas komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Adapun yang termasuk dalam kategori komunikasi verbal adalah lisan dan tulisan. Sedangkan komunikasi nonverbal yaitu isyarat yang berupa sandi, raut muka,

tindakan, warna, dan sebagainya. Komunikasi dianggap berhasil apabila terdapat suatu pemahaman antara pemberi dan penerima pesan. Komunikasi ini dapat memperluas relasi jika dilakukan dengan aturan yang benar.

Ketika berkomunikasi dengan seseorang dibutuhkan komunikasi yang efektif agar komunikasi berjalan dengan lancar. Komunikasi yang efektif ini merupakan kunci kekayaan, karena semua yang kita inginkan yang ada pada orang lain terjadi dengan komunikasi. Komunikasi akan efektif apabila terjadi pemahaman yang sama dan merangsang pihak lain untuk berpikir atau melakukan sesuatu. Kemampuan berkomunikasi secara efektif akan menambah keberhasilan individu ataupun organisasi.

2. Kecerdasan Berpikir Kreatif dan Inovatif

Kreatif dan inovasi merupakan jantung atau inti kewirausahaan. Kreativitas menurut Suryana (2014:66) yaitu berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (*thinking new things*). Sejalan dengan itu dijelaskan pula dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) tentang definisi kreatifitas, bahwa kemampuan seseorang untuk menciptakan suatu yang baru.

Sejalan dengan hal tersebut Syaifuddin et al. (2015:28) kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang awalnya tidak ada menjadi ada, hasil kerjasama masa kini untuk memperbaiki masa lalu dengan cara baru, dan menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana atau lebih baik. Jadi dapat diartikan kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang

baru, baik berupa gagasan, ide atau karya nyata yang relative berbeda dengan karya yang sudah ada.

Dalam berpikir kreatif, Suryana (2014:67-69) menjelaskan ada tujuh tingkatan atau tahapan yang harus dilewati seseorang sebelum menemukan hal baru atau pemecahan masalah. Adapun tahapan-tahapan tersebut yaitu: 1) *persiapan*, tahapan seseorang dalam memformulasikan masalah untuk memperoleh pemecahan masalah yang baru; 2) *penyelidikan*, untuk mengembangkan pemahaman secara mendalam tentang masalah atau keputusan; 3) *transformasi*, mengidentifikasi tentang persamaan dan perbedaan pendapat atau informasi yang terkumpul; 4) *penetasan*, menyiapkan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang terkumpul; 5) *penerangan*; penerangan muncul setelah tahap penetasan dimana terdapat pemecahan secara spontan yang menyebabkan adanya titik terang; 6) *pengujian*; validasi keakuratan untuk membuktikan ide-ide baru yang akan diimplementasikan; dan 7) *implementasi*; transformasi ide ke dalam praktik bisnis.

Sedangkan menurut Suryana (2014:74) *innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhancer or to enrich people's live*. Inovasi merupakan kemampuan yang menerapkan pemecahan masalah secara kreatif dan menciptakan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan manusia. Kemudian dijelaskan pula inovasi adalah melakukan sesuatu hal baru atau berbeda, proses mengubah peluang menjadi gagasan atau ide yang dapat dijual dan merupakan terobosan baru (Basrowi,

2011:35). Jadi dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan sebuah tindakan nyata dari berpikir kreatif.

Apabila seorang wirausaha ingin sukses, maka harus mampu menciptakan produk-produk yang memiliki inovasi terbaru. Dalam hubungannya dengan bisnis, inovasi dapat dilakukan pada: 1) *produk*, desain/bentuk, corak/warna, ukuran, manfaat keunggulan, rasa, kemudahan penggunaan, dan sebagainya; 2) *atribut produk*, seperti kemasan produk, merk, harga, distribusi, promosi, pelayanan, dan sebagainya.

3. Bekerja Sama

Manusia sebagai makhluk sosial pada dasarnya selalu membutuhkan bantuan orang lain, khususnya bila kita ingin mencapai tujuan tertentu yang tidak dapat dicapai seorang diri. Salah satu jalan mencapai tujuan tersebut adalah dengan saling bekerjasama. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), kerja sama diartikan sebagai kegiatan atau usaha yang dilakukan beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama.

Kerja sama tidak hanya dilakukan didalam sebuah keluarga saja. Akan tetapi dengan orang-orang yang ada dilingkungan sekitar, baik itu didalam sekolah, pekerjaan, lingkungan masyarakat dan lain sebagainya. Tentunya dengan kesadaran dan niat baik dari masing-masing individu agar terdapat kesepakatan untuk mendapatkan tujuan yang direncanakan bersama. Komunikasi dan kesadaran tanggung jawab tiap individu sangat penting dalam bekerja sama.

4. Keterampilan Kepemimpinan

Leadership atau kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausahawan sukses (Jingga, 2009:25). *Leadership Ability* adalah kemampuan dalam kepemimpinan. Wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (*power*), seorang pemimpin harus memiliki taktik mediator dan negotiator daripada diktator.

Kemudian dijelaskan pula bahwa kepemimpinan adalah serangkaian kemampuan dan sifat-sifat kepribadian, termasuk di dalamnya kewibawaan, untuk dijadikan sarana dalam meyakinkan yang dipimpinya agar mereka mau dan dapat melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya dengan rela, penuh semangat, ada kegembiraan batin dan tidak merasa dipaksa (Wijayanti, 2014:30). Jadi, menjadi seorang pemimpin harus berani tampil ke depan dengan segala resiko yang terjadi, keberanian tersebut tentunya dilandasi dengan perhitungan yang rasional. Seorang yang takut untuk menjadi seorang pemimpin dan tidak memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi pastinya tidak akan sukses dalam berwirausaha.

Kepemimpinan secara formal dapat berjalan jika ada elemen-elemen kepemimpinan yang mendukung, diantaranya terdapat pemimpin, pengikut, organisasi, tugas dan pekerjaan, lingkungan kerja, tujuan yang ditetapkan, dan lingkungan sosial.

5. Disiplin (Manajemen Waktu)

Untuk bisa menjadi sukses, maka salah satu syaratnya adalah harus disiplin. Kata disiplin berasal dari Bahasa Latin *discre* yang artinya belajar. Kemudian muncul kata *disciplina* yang berarti pengajaran atau pelatihan. Kata *disciplina* berkembang menjadi kata disiplin yang memiliki arti sebagai kepatuhan terhadap peraturan yang ditetapkan atau tunduk pada pengawasan dan pengendalian (Wijayanti, 2014:33).

Kemudian menurut Ilhamuddin & Muallifah (2011:110) disiplin adalah sikap mental untuk melakukan suatu hal yang seharusnya pada saat yang tepat dan benar-benar menghargai waktu. Jadi dibutuhkan suatu proses agar disiplin menjadi kebiasaan yang melekat di dalam diri seseorang. Penampilan disiplin sangatlah penting dilakukan sejak dini agar seseorang dapat belajar mengenai banyak hal-hal baik untuk persiapan kedepannya.

Disiplin dapat dimulai dengan disiplin waktu. Banyak orang yang tidak memperdulikan atau tidak memanfaatkan waktu secara tepat ketika mereka sedang melakukan kegiatan, baik itu belajar, bekerja, atau lainnya. Bagi seorang yang sedang melakukan kegiatan, seharusnya dapat manage waktu dengan baik agar hasil dari kegiatan tersebut bisa didapatkan secara maksimal.

2.3.3 Konsep Keterampilan Berwirausaha

Gibb dalam Fitriati & Hermiati (2010:263) menyatakan bahwa *the process of entrepreneurship includes behaviors, skills, and attributes belonging to a person in entrepreneurial education*. Yang memiliki arti bahwa proses

kewirausahaan terdiri atas perilaku, keterampilan, dan atribut yang dimiliki seseorang dalam pendidikan kewirausahaan. Dalam mengembangkan perilaku kewirausahaan, dibutuhkan proses yang meliputi identifikasi sifat-sifat yang berhubungan dengan kewirausahaan.

Chang & Rieple (2013:227) mengemukakan bahwa ada 4 dimensi keterampilan wirausaha, antara lain:

1. *Technical Skills*, sejumlah wirausaha yang sukses memiliki kompetensi dalam operasional, diluar dasar produksi produk atau layanan jasa. Termasuk kemampuan mengelola rantai pasokan dan pengetahuan tentang teknologi baru yang sesuai dengan perkembangan zaman.
2. *Management Skills*, keterampilan ini terdiri atas perencanaan dan pengorganisasian. Dalam keterampilan ini pula mengidentifikasi pelanggan dan saluran distribusi, mengelola sumber daya dan kemampuan mengatur di tempat yang tepat. Kemampuan ini juga termasuk kemampuan tingkat tinggi untuk memecahkan masalah karena selain memiliki kemampuan inti, juga memiliki kemampuan untuk membangun kemampuan menangani karyawan secara efektif.
3. *Entrepreneurship Skills*, keterampilan ini mencakup perencanaan usaha, peka terhadap peluang usaha, analisis lingkungan usaha, dan kemampuan mengakses keahlian eksternal.
4. *Personal Maturity Skills*, keterampilan ini terdiri atas kesadaran diri, merefleksi apa yang terjadi, mengenali dan memperbaiki kelemahan,

bertanggung jawab untuk memecahkan masalah dan kemampuan untuk menghasilkan solusi.

2.3.4 Indikator Keterampilan Berwirausaha

Menurut Handriani (2011:50) *Entrepreneurial skill* berhubungan dengan kemampuan mengubah sesuatu yang lebih baik. Dengan demikian seorang *entrepreneur* harus tetap berlandaskan pada tujuan dan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijalankan mudah dan lancar. Adapun menurut Dharmawati (2016:195) menjelaskan bahwa indikator keterampilan wirausaha diantaranya, adalah:

1. Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko. Hal ini menyangkut kecakapan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajerial serta menginterpretasikan informasi dari berbagai sumber informasi yang didapatkan.
2. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah, merupakan keterampilan dalam beberapa bidang usaha yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah dalam produk.
3. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola. Hal ini berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam membina atau memimpin suatu organisasi atau komunitas dan sumber daya yang tersedia.
4. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi, merupakan keterampilan untuk menjalin hubungan dengan orang lain, karena wirausaha tidak dapat berdiri sendiri tanpa ada kerja sama dengan pihak atau kelompok lain.

5. Keterampilan teknik usaha yang akan dilakukan. Keterampilan ini mengenai kemampuan khusus yang dimiliki oleh seorang wirausaha dan juga pengimplementasiannya sesuai dengan usaha yang sedang dijalankan.

2.3.5 Keterampilan/Skill yang Ditingkatkan dalam Program SPW

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada tanggal 6 Februari 2019, Ibu Yulia, Pendamping program Sekolah Pencetak Wirausaha menyatakan bahwa ada beberapa keterampilan yang dikembangkan dalam program tersebut sekaligus yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Hal ini juga merujuk pada nilai-nilai yang dikembangkan dalam pendidikan kewirausahaan, adapun keterampilannya meliputi.

2.3.5.1 Hard Skill Membuka Peluang Usaha

Peluang usaha merupakan suatu bidang kebutuhan pembeli dimana seseorang usaha dapat mengelola usaha di bidang tertentu secara menguntungkan (Yohana, 2016). Membaca peluang pasar merupakan hal yang esensial bagi seorang wirausahawan. Kelihaihan membaca peluang pasar sangat dibutuhkan ketika akan membuka peluang usaha. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuka peluang usaha, yaitu melihat, mendengar, dan membaca, kemudian menungknannya kedalam sebuah tulisan menjadi *business plan*.

Business plan merupakan salah satu sarana yang sistematis dalam mempertajam ide bisnis. Menurut Yohana (2016) menjelaskan bahwa dengan bantuan *business plan*, ide-ide akan lebih terencana dan sistematis serta akan diketahui siapa saja pasar atau konsumen potensial, bagaimana proses pemasarannya, seta bagaimana proses operasional dari bisnis yang sedang

dijalani. Oleh karena itu dalam membuka peluang usaha dibutuhkan *business plan* agar usaha yang dilaksanakan berjalan lancar.

Usaha dalam bidang kuliner merupakan sebuah usaha yang cukup menjanjikan dan menguntungkan, meskipun harus memulainya dengan modal kecil namun memiliki ide serta strategi yang tepat. Untuk menciptakan usaha kuliner yang diminati konsumen, pastinya harus memiliki keterampilan dalam bidang kuliner. Adapun keterampilan yang dikembangkan dalam program SPW adalah keterampilan dalam memasak sosis bakar dengan beraneka varian rasa.

Dalam keterampilan memasak ini, setiap wirausaha harus memiliki cita rasa yang membuat masakannya itu diminati oleh para konsumen. Bagaimana menciptakan rasa yang berbeda pada masakan dibandingkan dengan masakan para pesaing. Dalam memasak ini juga tidak sembarangan asal makanan matang, melainkan harus memperhatikan cita rasa, tekstur, ke higienisan, dan kandungan gizi yang terdapat pada makanan.

Pada bidang fashion dan kecantikan ini tidak langsung memunculkan *hardskill* dalam membuat produk fashion maupun kecantikan. Maksudnya, dalam program SPW ini, bidang kecantikan mendapatkan barang dari toko-toko kecantikan yang menyediakan penjualan secara *dropship* atau membeli untuk dijual kembali (*reseller*). Begitupun dengan bidang fashion, tidak mendesain baju sendiri, melainkan membeli dari toko besar kemudian menjualnya lagi secara online.

2.3.5.2 *Hard Skill Pemasaran*

Kemampuan pemasaran atau penjualan termasuk kategori *hard skill*, artinya keterampilan ini memiliki prosedur yang bersifat teknis. Kemampuan teknis penjualan adalah kemampuan mengidentifikasi siapa pelanggan yang harus dikunjungi, bagaimana frekuensi kunjungan dan dukungan apa saja yang diperlukan untuk mensukseskan penjualan dimana dipenuhinya faktor-faktor tersebut akan memberi dampak pada keberhasilan pelaksanaan tugas. Tugas tenaga penjualan selalu berhubungan dengan pelanggan, karena itu pengetahuan dan kemampuan membuka jaringan kerja dengan pelanggan menjadi suatu strategi yang akan menghantar kesuksesan perusahaan (Suhardi, 2014).

Keahlian menjual yang baik harus didukung dengan pengetahuan teknik yang baik mengenai produk dan fungsi produk. Karena jawaban yang tidak maksimal dari tenaga penjualan akan menjadikan hilangnya kepercayaan nasabah. Terutama pada produk jasa, dimana nasabah harus mengerti benar fasilitas-fasilitas yang diperoleh jika menggunakan produk jasa, misalnya seperti produk asuransi.

Pengetahuan teknikal merupakan pengetahuan yang dimiliki tenaga penjualan dalam rangka mendukung penjualannya, seperti pengetahuan tentang kegunaan dan keunggulan produk (*knowledge product*), pengetahuan tentang teknis dan prosedur lapangan dan juga pengetahuan tentang customer. Nasabah akan mempunyai persepsi tertentu terhadap jawaban-jawaban yang memuaskan dari tenaga penjual, sehingga pengetahuan teknis yang dikuasai seorang tenaga penjual akan menunjukkan seberapa besar keahlian menjual yang dimilikinya.

Untuk ketiga bidang ini, pemasaran dilakukan tidak secara konvensional, melainkan secara modern (*online*). Dalam keterampilan pemasaran online ini ada beberapa strategi atau teknik yang harus diterapkan diantaranya: 1) produk; 2) harga; 3) sasaran; dan 4) promosi. Keempat strategi ini sudah dijelaskan secara lengkap pada sub bab sebelumnya.

Dalam melakukan pemasaran online tidak boleh hanya dengan asal-asalan, melainkan harus dengan teknik yang tepat. Sebagaimana Budy (2017) menyebutkan bahwa terdapat teknik-teknik yang tepat dalam pemasaran online sebagai berikut:

1. Menentukan proposisi nilai unik yang dimiliki

Langkah pertama dalam pemasaran adalah memahami kemampuan dan kelebihan yang dimiliki dalam bisnis atau usaha. Menentukan dengan jelas siapa yang akan menjadi target dalam penjualan, alasan konsumen menginginkan produk tersebut dan bagaimana cara terbaik untuk mencapainya. Semua itu harus terpikirkan secara jelas sebelum melakukan pemasaran online.

2. Memaksimalkan eksistensi secara online

Meluangkan waktu untuk menganalisa kehadiran online. Tempat yang paling mudah untuk memulainya diawali dengan situs web. Pastikan untuk menampilkan situs yang konsisten dengan merk yang dimiliki. Kemudian pastikan juga situs web dapat dengan mudah diakses oleh khalayak atau konsumen. Selain itu mudahkan konsumen untuk mendaftar ke *email list* atau *subscribe* untuk memungkinkan dalam membangun database pelanggan.

Database ini akan memudahkan dalam menghubungi pelanggan secara teratur mengenai *update* produk, berita menarik, atau diskon yang bisa diberikan pada pelanggan. Selain itu, dalam pemasaran online juga bisa menggunakan sosial media seperti instagram, whatsapp, facebook, dan alat sosial media lainnya.

3. Memulai Percakapan

Saluran media sosial adalah cara pemasaran dengan berbiaya rendah namun dapat secara efektif membangun kesadaran merk serta hubungan dengan target pelanggan. Memilih media yang sesuai dengan target pelanggan. Jadilah pintar dalam menentukan platform yang spesifik agar dapat memudahkan dalam bisnis atau usaha.

4. Mempertimbangkan konten berbayar

Iklan berbayar dari media sosial juga bisa menjadi cara yang bagus untuk meningkatkan profil bisnis, sekaligus dapat mendatangkan pelanggan baru. Misalnya, menargetkan jenis pelanggan yang tepat yang ingin ditarik dengan iklan melalui kampanye sosial media yang digunakan berdasarkan informasi lengkap yang telah dibagikan di profil pelanggan.

2.3.5.3 Soft Skill Berkomunikasi

Kemampuan ini termasuk kategori *soft skill*. Kemampuan komunikasi adalah bagian terpenting dari pekerjaan, karena dengan komunikasi pegawai dapat mengekspresikan perasaan dan mengungkapkan ide serta pemikirannya. Melalui komunikasi pegawai dapat berinteraksi dengan baik dengan pegawai lainnya, dengan kata lain komunikasi adalah sebagai proses dua arah yang melibatkan

seseorang yang memberi pesan dan orang lain yang menerima dan bertindak laku sesuai pesan tersebut (Suhardi, 2014).

Menurut Purwanto dalam Irwansyah (2013) menjelaskan bahwa komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun dalam berkomunikasi ada beberapa indikator (Irwansyah, 2013) yang harus diperhatikan yaitu keefektifan dan keefisienan kalimat, kalimat yang digunakan persuasif, serta penyampaiannya secara sopan dan percaya diri.

Adapun tujuan komunikasi yaitu untuk mengungkapkan keinginan, mengekspresikan perasaan dan bertukar informasi. Keahlian komunikasi menjadi kunci penting untuk mendapatkan pelanggan. Keahlian komunikasi ini diperlukan pada saat tenaga penjual menawarkan produk dan juga saat melakukan dialog dengan pelanggan.

2.3.5.4 *Soft Skill* berupa Kemampuan Memimpin

Keterampilan ini juga merupakan *soft skill*. Keterampilan kepemimpinan adalah faktor yang sangat penting dalam menentukan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kepemimpinan merupakan titik sentral dan penentu kebijakan dari kegiatan yang akan dilaksanakan dalam perusahaan. Keterampilan kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok untuk mencapai tujuan, dimana sekumpulan dari serangkaian kemampuan dan sifat-sifat kepribadian, termasuk didalamnya kewibawaan untuk dijadikan sebagai sarana dalam rangka meyakinkan yang dipimpinnya agar mereka mau dan dapat melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya

dengan rela, penuh semangat, ada kegembiraan batin, serta merasa tidak dipaksa (Millan, 2013).

Menurut Martinis dan Maisah (2010) menjelaskan bahwa kepemimpinan secara harfiah berasal dari kata pimpin yang mengandung arti yaitu mengarahkan, membina, mengatur, dan menunjukkan ataupun mempengaruhi. Pemimpin memiliki tanggung jawab atas keberhasilan aktivitas atau program yang dipimpin baik secara fisik maupun spiritual. Sehingga untuk menjadi pemimpin dalam dunia wirausaha tidaklah mudah dalam mengatur usaha yang ditekuninya serta sumber daya yang terkait. Menurut Rinaldi (2017) yang menjelaskan bahwa ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam memimpin sebuah usaha yaitu bersifat adil, menghargai, memberikan rasa aman, dan berani mengambil resiko.

2.3.5.5 *Soft Skill* berupa Disiplin (Manajemen Waktu)

Keterampilan ini termasuk *soft skill*, kedisiplinan juga dapat membantu tenaga penjualan dalam melakukan pekerjaannya. menurut Ilhamuddin & Muallifah (2011:110) disiplin adalah sikap mental untuk melakukan suatu hal yang seharusnya pada saat yang tepat dan benar-benar menghargai waktu. Jadi dibutuhkan suatu proses agar disiplin menjadi kebiasaan yang melekat di dalam diri seseorang. Penampilan disiplin sangatlah penting dilakukan sejak dini agar seseorang dapat belajar mengenai banyak hal-hal baik untuk persiapan kedepannya. Ada beberapa indikator (Ilhamuddin & Muallifah, 2010:117) yang dijadikan acuan dalam peningkatan kedisiplinan dalam berwirausaha antara lain manajemen waktu, kejujuran, dan tanggung jawab.

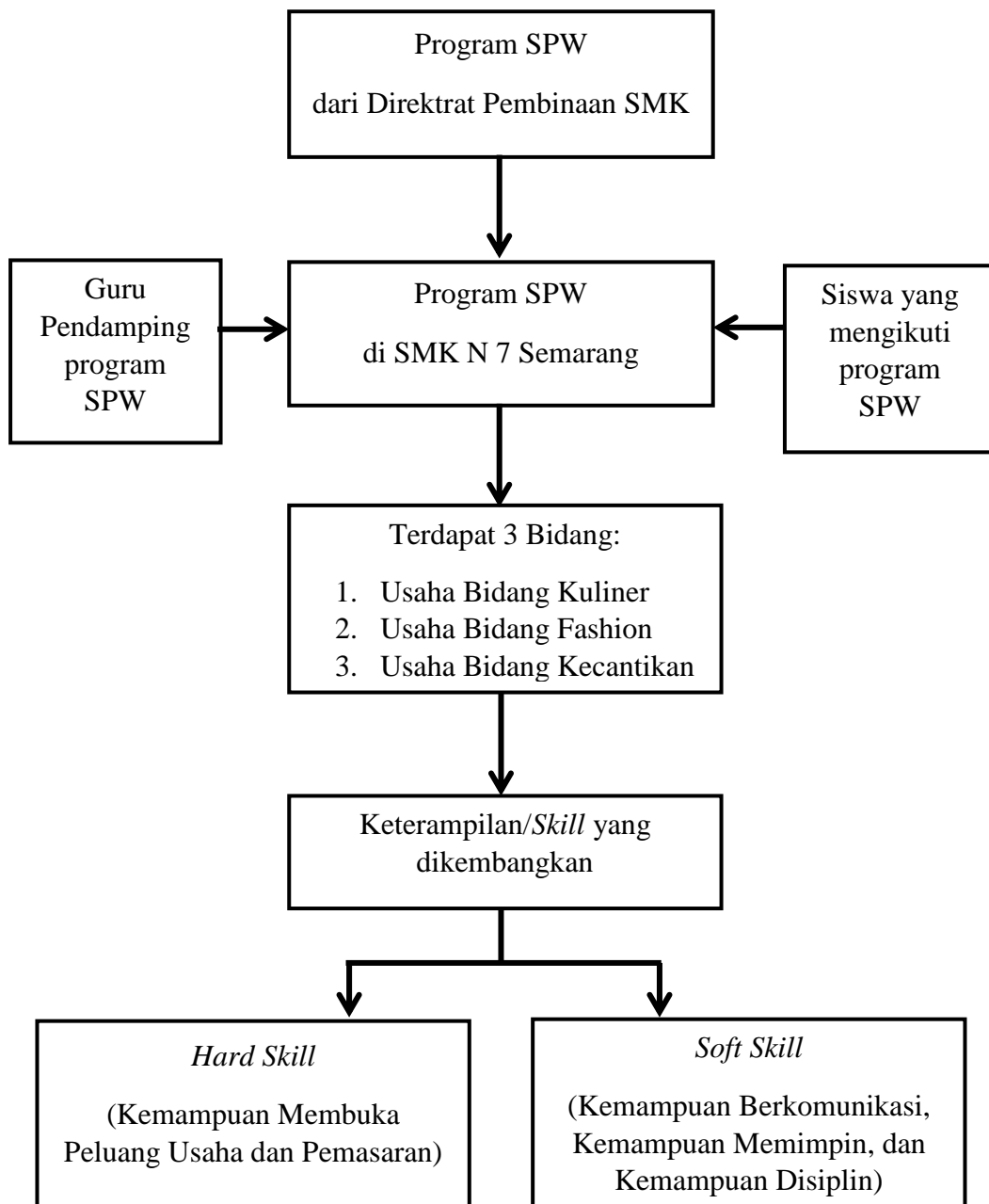
Manajemen waktu adalah keterampilan yang sangat penting untuk dikuasai. Dengan mempelajari keterampilan ini akan mendukung tenaga penjualan untuk mencapai lebih banyak dan menggunakan waktu dengan bijak. Kuncinya adalah tahu bagaimana mengatur waktu dengan efisien dan fokus pada aktivitas yang memberikan nilai bagi pekerjaan yang dilakukan.

2.4 Kerangka Berpikir

Program Sekolah Pencetak Wirausaha atau yang sering disingkat dengan kata SPW adalah sebuah rancangan yang dibentuk sedemikian rupa yang merupakan tempat untuk belajar tentang menjadi seorang wirausahawan dengan dibawah sekolah dan Direktur Pembinaan SMK. Program ini berasal dari DITPSMK yang baru 3 tahun ini berjalan. Pedoman program ini sudah ditentukan oleh Direktur Pembinaan SMK.

Adanya program SPW ini memberikan kemudahan bagi siswa SMK untuk belajar tentang kewirausahaan lebih lanjut. Apalagi dihadapkan dengan adanya revolusi industri 4.0 yang mewajibkan lulusan siswa SMK harus bisa bersaing di dunia industri yang cenderung memanfaatkan perkembangan teknologi.

Program SPW ini dijalankan di SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang. SMK ini merupakan salah satu SMK Favorit di kota Semarang yang menjalankan program pendidikan 4 tahun. Program ini dikembangkan dalam 3 bidang usaha yaitu bidang kuliner, kecantikan, dan fashion/pakaian. Dari bidang-bidang yang dikemabngkan tersebut diharapkan dapat meningkatkan *skill* berwirausaha yang bagus. Untuk mempermudah memahami kerangka berpikir ini, terdapat bagan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Program SPW terhadap *Skill* Siswa SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang

BAB VI

PENUTUP

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa implementasi program Sekolah Pencetak Wirausaha terhadap *skill* berwirausaha siswa SMK Negeri 7 Semarang dapat terlaksana dengan baik. Analisis program SPW dan Analisis *skill* berwirausaha siswa meliputi *hard skill* (membuka peluang usaha dan teknik pemasaran) dan *soft skill* (kepemimpinan, berkomunikasi, dan disiplin).

1. Implementasi program SPW yang meliputi 3 bidang usaha sudah terealisasi dengan baik di SMK N 7 Semarang. Pelaksanaannya pun sudah sesuai dengan pedoman SPW yang berasal dari DITPSMK. Dalam implementasi 3 bidang usaha tersebut ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu mulai dari tahap memulai usaha, melaksanakan usaha, mempertahankan usaha, dan mengembangkan usaha. dari ketiga bidang usaha tersebut sudah melaksanakan 4 tahap secara baik dan cukup maksimal. Hanya saja pada tahap pengembangan usaha belum terealisasi secara maksimal.
2. *Hard skill* berwirausaha berhasil dikembangkan melalui program SPW, keberhasilan tersebut adalah: a) siswa terlatih untuk membuka peluang usaha sendiri baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain. Mereka memiliki keberanian dalam mengambil resiko terhadap usaha

yang dijalankannya; dan b) teknik pemasaran pada program SPW ini telah dilakukan secara online sehingga siswa terlatih untuk memasarkan produk secara online melalui website dan media sosial lainnya.

3. *Soft skill* berwirausaha dalam program SPW ini meningkat dengan baik, yang meliputi: a) *soft skill* berkomunikasi siswa karena dalam implementasinya siswa dibiasakan berinteraksi dengan konsumen; b) kepemimpinan siswa melalui program ini mengalami peningkatan yang cukup baik. Karena ketika siswa membuka peluang usaha maka dia harus berani dengan resiko yang akan ditanggungnya. Disisi lain *skill* kepemimpinan siswa berkembang baik karena pelatihan yang diadakan oleh guru pembimbing dalam program SPW di waktu tertentu; c) melalui program ini kedisiplinan siswa semakin bai. Hal itu terbukti dengan *time schedule* yang dibuat oleh siswa serta siswa datang tepat waktu ketika mengikuti progam SPW.

6.2 Saran

Implementasi program SPW sudah berjalan cukup bagus di SMK Negeri 7 Semarang. Hanya saja ada beberapa hal yang masih belum maksimal. Oleh karena itu peneliti memberikan saran yang bisa membangun, diantaranya adalah:

1. Implementasi program SPW bisa dijadikan wadah untuk peningkatan *skill* atau keterampilan siswa secara menarik lagi sehingga banyak yang tertarik untuk mengikuti program SPW. Implementasi ketiga bidang usaha tersebut sudah berjalan baik, namun alangkah baiknya jika

ditambahkan bidang jasa. Hal ini dikarenakan, banyak masyarakat yang membutuhkan bantuan di bidang jasa.

2. Teknik pemasaran yang dilakukan secara online lewat website dapat ditekankan lagi oleh guru pembimbing tentang tampilan, konten, dan sebagainya yang berkaitan dengan website. Hal ini dikarenakan program SPW sangat memperhatikan perkembangan website siswa untuk mengetahui perkembangan usaha siswa.
3. Produk yang dijual dalam program SPW ini sebaiknya diekspokan terlebih dahulu baik produk dari bidang kuliner, fashion, maupun kecantikan. Agar produk yang dijual memiliki kualitas yang baik dan laku dijual dipasaran serta banyak masyarakat yang mengetahui produk yang dijual.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, Achmad Dwi. 2019. Lulusan SMK Banyak yang Nganggur, Darmin: Ada yang Tidak Beres. Sumber dari: https://m.detik.com/finance/berita-ekonomi-bisnis/d-4601683/lulusan-smk-banyak-yang-nganggur-darmin-ada-yang-tidak-beres?_ga/.html diunduh tanggal 20 Mei 2019.
- Alam. 2012. Analisa Pengaruh Hard Skill, Soft Skill, dan Motivasi Terhadap Kinerja Penjualan (Studi Pada Tenaga Kerja Penjualan PT. Bumi Putera Wilayah Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Arafat, Rendy. 2013. Pengaruh Dimensi Sakes Skill Terhdap Kinerja Penjualan. *Management Analysis Journal*, 2(1), 110-118. ISSN: 2252-6552.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2019. "Pengangguran Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan". Sumber dari: <https://www.bps.go.id/statictable/2009/04/16/972/pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan-1986---2019.html> diunduh tanggal 27 Januari 2019.
- Basrowi. 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Budy, Doddy Astya. 2017. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Kewirausahaan terhadap Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal of Business and Entrepreneur*, 1(1), 7-22. ISSN 2501-6682.
- Change, J. and Rieple, A. 2013. Assessing Students' Entrepreneurial Skills Development in Live Project. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 20 No. 1. pp. 36-49.

- Chell, Elizabeth. 2013. Review of skill and the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 19 Issue: 1, pp.6-31, <https://doi.org/10.1108/13552551311299233>.
- Darwin, Ranti, Dwi Widiarsih, Neng Murialti, Muhamad Hidayat, M. Fikri Hadi, & Mizan Asnawi. 2018. Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Siswa dan Guru Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) PGRI Pekanbaru Melalui Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring Cair. *Jurnal Pengabdian Untumu Negeri*, 2(1), 10-16. ISSN: 2550-0198.
- Deakins, D., Bensemman, J., and Battisti, M. (2016) "Entrepreneurial skill and regulation: Evidence from primary sector rural entrepreneurs", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 22 Issue: 2, pp.234-259, <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2014-0240>.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Dharmawati, D.M. 2016. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Pasedo.
- Fitriati, R. & Tuti Hermiati. 2010. Entrepreneurial Skills and Characteristics Analysis on the Graduates of the Departemen of Administrative Science.
- Frank, H., C. Korunka, M. Lueger, and J. Mugler. (2005). "Entrepreneurial Orientation and Education in Austrian Secondary Schools." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 12(2): 259-273.
- Handriani, E. 2011. Pengaruh Faktor Internal Eksternal, Entrepreneurial Skill, Strategi dan Kinerja Terhadap Daya Saing UKM di Kabupaten Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, Vol. 7, No. 1. Hal: 47-69.
- Ilhamuddin & Muallifah. 2011. *Psikologi Anak Sukses, Cara Orang Tua Memandu Anak Meraih Sukses*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Irwansyah & Pebi Ramadhan Damanik. 2018. Pengaruh Mata Kuliah Komunikasi Bisnis dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2013 Universitas Negeri

- Medan. *Jurnal Niagawan*, 7(1), 22-29. p-ISSN 2301-7775, e-ISSN 2579-8104.
- Jingga, Z., K. 2009. Keterampilan Dasar Berwirausaha. Cet.1. Bandung: Walatra.
- Journal of Administrative Science and Organization Fisip Universitas Indonesia*, Vol. 17. No. 3. pp. 262-275.
- Kasmir. 2010. *Kewirausahaan*. Ed.1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kembara, Benni Susanto. 2010. Pengaruh Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pedesaan Bidang Agribisnis terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Sipogu. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2018. “Kemendikbud Dorong SMK Ciptakan Wirausaha Muda”. Sumber dari: <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2018/06/kemendikbud-dorong-smk-ciptakan-wirausaha-muda>, diunduh tanggal 22 Januari 2019.
- Nugraha, A. 2018. “Mendikbud Dukung SMK Pencetak Wirausaha”. Sumber dari: <http://jabarekspres.com/2018/mendikbud-dukung-smk-pencetak-wirausaha/>. diunduh tanggal 22 Januari 2019.
- Purnami. 2013. Implementasi Metode Experimental Learning dalam Pengemabngan Softskill Mahasiswa yang Menunjang Integrasi teknologi, Manajemen, dan Bisnis. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Magister Manajemen Bisnis, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia*, Vol. 14. No. 1. ISSN 1412-565 X.
- Puryanto. 2018. SMK Pencetak Wirausaha. Diakses dari <https://psmk.kemdikbud.go.id/konten/3794/smk-pencetak-wirausaha>. Diunduh tanggal 11 februari 2019
- Rais, Muhammad Kemal. 2017. “Soft Skill VS Hard Skill”. Website: <http://www.scdc.binus.ac.id/bslc/2017/04/soft-skill-vs-hard-skill/>. diunduh tanggal 30 Januari 2019.

- Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Bab II Pasal 3 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Lembaran Negara RI tahun 2003, No. 20. Sekretariat Negara: Jakarta.
- Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No.20 Tahun 2003 Pasal 15. Lembaran Negara RI tahun 2003, No. 20. Sekretariat Negara: Jakarta.
- Republik Indonesia. 2016. Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Revitalisasi SMK. Lembaran Negara RI tahun 2016, No. 9. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2018. Direktur Jenderal Pendidikan Dasar Dan Menengah Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Tentang Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)/ Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK). Lembaran Negara RI tahun 2018, Nomor: 07/D.D5/Kk/2018. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Rusdiana. 2012. Kewirausahaan Teori dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Seameo Center Indonesia. 2017. SEAMEO. Diakses dari <https://seameo.kemdikbud.go.id/page/1.html>. diunduh tanggal 11 Februari 2019.
- Seftiawan, D. 2018. "SMK Didorong Ciptakan Pengusaha Muda". Sumber dari: <https://www.pikiran-rakyat.com/pendidikan/2018/06/07/smk-didorong-ciptakan-pengusaha-muda-425504>. diunduh tanggal 22 Januari 2019.
- Setyantoko, N.A. 2013. Kemampuan Skill Guru Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan SMA Negeri Se-Kabupaten Purworejo. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Strauss, A. & Corbin, J. 2009. Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif. Cetakan III. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Cetakan ke II. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke XXII. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, E. 2008. *Bussines Enterpreneur: Modal, Model, Modul Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Cetakan ke-8. Yogyakarta: MedPress.
- Supriyanto, 2009. Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. jurnal Ekonomi dan Pendidikan. Vol 6 No. 1 hal. 73-83.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Ed. 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwanda. 2011. *Desain Eksperimen untuk Penelitian Ilmiah*. Bandung: Alfabeta.
- Syaifuddin, Dedy Takdir.T., Mahmudin, dan Zaid, Sudirman. 2015. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya.
- Wahyuni, Widia Riska & Wiji Hidayati. 2017. Peran Sekolah dalam Membentuk Keterampilan Wirausaha Berbasis Tauhid di SD *Entrepreneur* Muslim Alif –A Piyungan Bantul Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 359-378. p-ISSN: 2502-9223 e-ISSN: 2503-4383.
- Wahyuni. 2016. Pengaruh Hard Skill dan Soft Skill terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.
- Wijayanti, Valentina Putri. 2014. “Pengaruh Minat Berwirausaha dan Soft Skills terhadap Prestasi Belajar Mata Pelajaran Kewirausahaan Peserta Didik Kelas X dan XII Program Keahlian Elektronika Industri SMK Muda Patria”. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.