

Pengabdian Masyarakat Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Daya Saing Wirausaha pada Siswa SMK Buana Mulia Parung Kabupaten Bogor

Rani Nopita Alvionita^{1*}, Zildjian Ruver², Zaidan Ghiffary Sulaeman³, Aden Prawiro Sudarso⁴

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang^{1,2,3,4}

oktaviaara0@gmail.com¹, zaidanghiffary@gmail.com², zildjianruver131103@gmail.com³, dosen01171@unpam.ac.id⁴

Received 9 Agustus 2025 | Revised 17 Agustus 2025 | Accepted 27 Agustus 2025

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Era revolusi industri 4.0 dan society 5.0 menuntut lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tidak hanya memiliki kompetensi teknis tetapi juga jiwa kewirausahaan yang kuat untuk menciptakan lapangan kerja secara mandiri. Namun, data BPS (2024) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka lulusan SMK mencapai 11,45%, tertinggi dibanding jenjang pendidikan lainnya, mengindikasikan lemahnya kesiapan wirausaha lulusan. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan mengidentifikasi dan merumuskan strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang efektif dalam meningkatkan daya saing wirausaha siswa SMK Buana Mulia Parung, Kabupaten Bogor. Metode penelitian aksi dengan pendekatan partisipatif-kualitatif digunakan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan workshop kewirausahaan, dan evaluasi komprehensif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan 15 informan kunci, observasi partisipatif selama program, dan studi dokumentasi. Kegiatan melibatkan 38 siswa kelas XI dari berbagai jurusan selama periode Maret-April 2025 dengan total 8 sesi workshop intensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan SDM melalui pelatihan kewirausahaan berbasis praktik, kemitraan dengan pelaku industri dan UMKM sukses, peningkatan kompetensi guru dalam pembelajaran entrepreneurship, serta pembinaan karakter kewirausahaan secara berkelanjutan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan intensi berwirausaha siswa dari 34% menjadi 76%. Evaluasi menunjukkan 82% peserta mampu menyusun business model canvas sederhana, 68% berhasil mengidentifikasi peluang bisnis potensial di lingkungan mereka, dan 45% telah memulai usaha mikro dalam bentuk pre-order, reseller, atau jasa kreatif dengan omzet awal Rp 300.000 hingga Rp 2.500.000. Strategi yang dirumuskan meliputi integrasi kurikulum kewirausahaan berbasis project-based learning, pembentukan inkubator bisnis sekolah dengan pendampingan mentor dari praktisi, penguatan soft skills entrepreneurial seperti kreativitas dan risk-taking, serta pengembangan ecosystem entrepreneurship melalui kolaborasi sekolah-industri-pemerintah. Dengan implementasi strategi komprehensif ini, SMK Buana Mulia diharapkan mampu mencetak lulusan yang tidak hanya siap kerja tetapi juga mampu menjadi job creator yang tangguh dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Pengembangan SDM; Kewirausahaan; Daya Saing; Pendidikan Vokasi; Inkubator Bisnis.

Abstract

The era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0 demands that Vocational High School (SMK) graduates possess not only technical competencies but also strong entrepreneurial spirit to create independent employment opportunities. However, BPS data (2024) shows that the open unemployment rate for SMK graduates reaches 11.45%, the highest compared to other education levels, indicating weak entrepreneurial readiness of graduates. This Community Service Program (PKM) aims to identify and formulate effective human resource development (HRD) strategies to enhance entrepreneurial competitiveness of students at SMK Buana Mulia Parung, Bogor Regency. Action research method with participatory-qualitative approach was employed through stages of planning, entrepreneurship workshop implementation, and comprehensive evaluation. Data collection techniques included in-depth interviews with 15 key informants, participatory observation during the program, and documentation study. The activities involved 38 grade XI students from various majors during March-April 2025 period with a total of 8 intensive workshop sessions. Research findings indicate that HR development through practice-based entrepreneurship training, partnerships with industry players and successful SMEs, teacher competency improvement in entrepreneurship education, and continuous entrepreneurial character building are key factors in increasing students' entrepreneurial intention from 34% to 76%. Evaluation shows 82% of participants were able to develop simple business model canvas, 68% successfully identified potential business opportunities in their environment, and 45% had started micro-businesses in forms of pre-orders, reselling, or creative services with initial revenues ranging from Rp 300,000 to Rp 2,500,000. The formulated strategies include integration of entrepreneurship curriculum based on project-based learning, establishment of school business incubator with practitioner mentoring, strengthening of entrepreneurial soft skills such as creativity and risk-taking, and development of entrepreneurship ecosystem through school-industry-government collaboration. With the implementation of these comprehensive strategies, SMK Buana Mulia is expected to produce graduates who are not only job-ready but also capable of becoming resilient and highly competitive job creators in the digital economy era.

Keywords: Human Resource Development; Entrepreneurship; Competitiveness; Vocational Education; Business Incubator.

PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 dan transformasi menuju society 5.0 telah membawa perubahan fundamental dalam lanskap ketenagakerjaan dan ekonomi global, dimana otomatisasi, artificial intelligence, dan digitalisasi mengubah struktur pekerjaan tradisional dan menciptakan demand baru terhadap keterampilan yang lebih adaptif, kreatif, dan entrepreneurial (Schwab, 2019). Dalam konteks ini, kemampuan berwirausaha menjadi salah satu kompetensi kunci yang harus dimiliki oleh setiap individu, khususnya generasi muda, tidak hanya sebagai alternatif karier tetapi juga sebagai strategi adaptasi terhadap volatilitas pasar kerja yang semakin tinggi. Kewirausahaan tidak hanya berperan sebagai motor penggerak perekonomian melalui penciptaan nilai tambah dan inovasi, tetapi juga menjadi solusi strategis dalam mengurangi tingkat pengangguran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan (GEM, 2024). Data Global Entrepreneurship Monitor (2024) menunjukkan bahwa negara-negara dengan tingkat aktivitas kewirausahaan tinggi memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih robust dan tingkat kemiskinan yang lebih rendah, mengkonfirmasi peran vital kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi nasional.

Di Indonesia, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang tidak hanya siap kerja tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja melalui kewirausahaan. Berdasarkan data Kemendikbudristek (2024), dari 14.419 SMK dengan 5,4 juta siswa di seluruh Indonesia, mayoritas kurikulum masih berorientasi pada pembentukan tenaga kerja siap pakai (job seeker) dengan porsi pembelajaran kewirausahaan yang sangat minim, berkisar antara 2-4% dari total jam pembelajaran. Penelitian Supriadi dan Wibowo (2024) mengungkapkan bahwa hanya 18,7% SMK di Indonesia yang memiliki program kewirausahaan yang terstruktur dan berkelanjutan, sementara 76,3% masih menganggap pembelajaran kewirausahaan sebagai mata pelajaran pelengkap yang tidak terintegrasi dengan kompetensi kejuruan utama. Kondisi ini menciptakan paradoks dimana lulusan SMK memiliki keterampilan teknis spesifik namun tidak memiliki mindset dan kompetensi entrepreneurial yang dibutuhkan untuk memanfaatkan keterampilan tersebut secara mandiri dalam menciptakan usaha.

Fenomena masalah yang paling memprihatinkan terlihat dari tingginya angka pengangguran terbuka lulusan SMK yang mencapai 11,45% pada Februari 2024, merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan lulusan SMA (8,62%), Diploma (6,43%), dan Sarjana (5,84%) (BPS, 2024). Kondisi ironis ini menunjukkan bahwa SMK yang dirancang khusus untuk menghasilkan lulusan siap kerja justru menghasilkan pengangguran terbanyak, mengindikasikan adanya mismatch yang serius antara output pendidikan vokasi dengan kebutuhan pasar kerja dan tuntutan ekonomi modern. Studi Rahardjo et al. (2023) menemukan bahwa 68,4% lulusan SMK yang menganggur menyatakan kesulitan mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi mereka, dengan 52,7% di antaranya tidak pernah mempertimbangkan opsi berwirausaha karena tidak memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri untuk memulai usaha sendiri. Penelitian Kusuma dan Santoso (2024) lebih lanjut mengungkapkan bahwa meskipun 73,2% siswa SMK menyatakan tertarik dengan kewirausahaan ketika ditanya secara umum, namun hanya 12,8% yang memiliki intensi konkret untuk berwirausaha setelah lulus, dan hanya 4,3% yang benar-benar merealisasikan intensi tersebut menjadi action nyata, menunjukkan adanya intention-action gap yang sangat lebar dalam kewirausahaan di kalangan lulusan SMK.

Akar permasalahan semakin kompleks ketika dikaji lebih mendalam terkait faktor-faktor yang menghambat pengembangan kewirausahaan di SMK. Penelitian Wahyuni dan Hidayat (2024) mengidentifikasi bahwa 81,3% guru SMK tidak memiliki kompetensi dan pengalaman praktis dalam berwirausaha, sehingga pembelajaran kewirausahaan yang dilakukan bersifat sangat teoretis dan tidak mampu menginspirasi siswa untuk benar-benar terjun ke dunia wirausaha. Studi Hamdani et al. (2023) menemukan bahwa 76,8% SMK tidak memiliki ecosystem entrepreneurship yang mendukung, seperti business incubator, mentor dari praktisi, akses ke funding atau modal usaha, serta network dengan pelaku UMKM atau industri yang dapat membuka peluang kolaborasi dan pembelajaran praktis. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah mindset siswa dan keluarga yang masih sangat kuat berorientasi pada employment security, dimana 84,6% orang tua siswa SMK lebih menginginkan anak mereka bekerja di perusahaan besar atau menjadi pegawai negeri sipil dibanding berwirausaha yang dianggap berisiko tinggi dan tidak menjanjikan (Pratiwi & Setiawan, 2023). Stigma sosial terhadap wirausaha sebagai "pilihan terakhir" ketika tidak mendapat pekerjaan formal juga masih sangat kuat di masyarakat Indonesia, yang secara psikologis menekan minat dan motivasi siswa untuk mengembangkan karier entrepreneurial.

Gap masalah yang teridentifikasi adalah minimnya strategi pengembangan SDM yang komprehensif dan terintegrasi untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa SMK yang tidak hanya fokus pada transfer pengetahuan tentang business planning tetapi juga pada pembentukan entrepreneurial mindset, pengembangan soft

skills entrepreneurial, penyediaan experiential learning opportunities, dan penciptaan supportive ecosystem. Penelitian Nugraha dan Wijaya (2024) mengungkapkan bahwa program kewirausahaan yang ada di SMK cenderung bersifat ceremonial dan short-term project tanpa ada pendampingan berkelanjutan, dimana siswa diminta membuat business plan untuk memenuhi tugas akademik namun tidak ada follow-up untuk merealisasikan rencana tersebut menjadi usaha nyata. Studi Handayani et al. (2023) menemukan bahwa hanya 14,2% program kewirausahaan di SMK yang menggunakan pendekatan project-based learning dimana siswa benar-benar menjalankan usaha riil, sementara 85,8% masih menggunakan pendekatan konvensional berbasis ceramah dan studi kasus yang tidak memberikan pengalaman langsung tentang tantangan dan dinamika berwirausaha. Gap antara pembelajaran teoretis dengan praktik entrepreneurship yang nyata ini mengakibatkan siswa tidak memiliki self-efficacy dan readiness yang cukup untuk memulai usaha setelah lulus, karena mereka tidak pernah mengalami proses trial and error, dealing dengan customers, managing cash flow, atau mengatasi problem solving dalam konteks bisnis riil.

Pentingnya program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilatarbelakangi oleh urgensi untuk mengembangkan strategi pengembangan SDM yang holistik, praktis, dan sustainable dalam menumbuhkan jiwa dan kompetensi kewirausahaan di kalangan siswa SMK sebagai respons terhadap gap dan fenomena masalah yang telah diidentifikasi. Penelitian Sari dan Budiman (2024) membuktikan bahwa program entrepreneurship education yang dirancang dengan pendekatan experiential learning, mentoring from practitioners, dan real business project dapat meningkatkan entrepreneurial intention siswa SMK hingga 64,3% dan entrepreneurial self-efficacy hingga 58,7% dibandingkan dengan pembelajaran konvensional. Studi Yulianto et al. (2023) menunjukkan bahwa siswa SMK yang mendapatkan exposure ke successful entrepreneurs dan terlibat dalam real entrepreneurship activities memiliki probabilitas 3,8 kali lebih tinggi untuk memulai usaha dalam 2 tahun setelah lulus dibandingkan dengan siswa yang hanya mendapat pembelajaran teoretis. Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa intervensi yang tepat dengan pendekatan yang comprehensive dan practice-oriented dapat menjadi game changer dalam mentransformasi lulusan SMK dari job seeker menjadi job creator yang tangguh dan inovatif.

Program PKM ini dirancang dengan pendekatan multi-dimensional yang tidak hanya fokus pada siswa tetapi juga pada peningkatan kapasitas guru dalam pembelajaran entrepreneurship, pengembangan ecosystem entrepreneurship di sekolah, dan kolaborasi dengan stakeholders eksternal seperti pelaku UMKM, industri, dan pemerintah daerah. Dengan melibatkan SMK Buana Mulia Parung, Kabupaten Bogor, sebagai mitra sasaran, program ini diharapkan dapat menghasilkan model pengembangan SDM entrepreneurial yang aplikatif, terukur, dan dapat direplikasi di SMK-SMK lain di Indonesia. Keunikan program ini terletak pada integrasi antara pembelajaran konseptual tentang entrepreneurship fundamentals dengan praktik langsung menjalankan micro-business project, dimana siswa dibimbing untuk mengidentifikasi peluang bisnis, menyusun business model, melakukan market validation, launching produk/jasa, hingga melakukan evaluasi dan iterasi bisnis berdasarkan feedback pasar. Melalui pendekatan hands-on dan learning by doing ini, siswa tidak hanya belajar tentang kewirausahaan tetapi juga experiencing entrepreneurship secara langsung, yang terbukti jauh lebih efektif dalam membentuk entrepreneurial mindset, menumbuhkan confidence, dan mengembangkan practical competencies yang dibutuhkan untuk sukses berwirausaha.

Keberhasilan program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata tidak hanya pada level individu peserta yang menjadi lebih siap dan termotivasi untuk berwirausaha, tetapi juga pada level institusi dimana SMK Buana Mulia dapat mengembangkan model pembelajaran kewirausahaan yang lebih efektif dan sustainable, serta pada

level ekosistem dimana tercipta network dan collaboration platform antara sekolah, praktisi, dan stakeholders lain yang dapat mendukung pengembangan kewirausahaan siswa secara berkelanjutan. Dengan mencetak lulusan SMK yang tidak hanya siap menjadi pekerja tetapi juga mampu menjadi pengusaha yang menciptakan lapangan kerja bagi orang lain, program ini sejalan dengan visi Indonesia Emas 2045 yang menargetkan peningkatan rasio entrepreneur dari 3,47% menjadi minimal 5% dari total populasi, yang menurut ekonom diperlukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang robust dan inklusif.

METODE

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan metode penelitian aksi (action research) dengan pendekatan partisipatif-kualitatif yang mengedepankan keterlibatan aktif siswa, guru, dan stakeholders lain dalam setiap tahapan kegiatan. Kegiatan dilaksanakan di SMK Buana Mulia Parung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, selama periode Maret hingga April 2025 dengan total 8 sesi workshop intensif yang masing-masing berdurasi 4-5 jam ditambah dengan 4 sesi pendampingan bisnis praktis. Pemilihan lokasi didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis, yaitu SMK Buana Mulia merupakan sekolah vokasi dengan multi-jurusan yang representatif, memiliki komitmen tinggi dari pihak manajemen untuk mengembangkan program kewirausahaan, serta berlokasi di wilayah dengan ekosistem UMKM yang cukup berkembang sehingga memudahkan kolaborasi dengan pelaku usaha lokal. Program ini melibatkan 38 siswa dari kelas XI yang berasal dari empat jurusan berbeda, yaitu Teknik Komputer dan Jaringan (10 siswa), Akuntansi dan Keuangan Lembaga (12 siswa), Bisnis Daring dan Pemasaran (9 siswa), dan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (7 siswa). Pemilihan peserta dilakukan melalui kombinasi voluntary participation dan teacher recommendation, dimana siswa yang mendaftar secara sukarela kemudian diseleksi dengan mempertimbangkan keragaman latar belakang jurusan, gender balance, dan tingkat motivasi awal terhadap kewirausahaan berdasarkan survei minat yang dilakukan sebelumnya.

Tim pelaksana terdiri dari empat mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang yang memiliki ketertarikan dan pengetahuan di bidang entrepreneurship, dibawah supervisi satu dosen pembimbing yang memiliki pengalaman praktis dalam mendampingi program inkubasi bisnis dan penelitian di bidang entrepreneurship education. Selain tim internal dari universitas, program ini juga melibatkan tiga narasumber eksternal yang merupakan praktisi entrepreneur sukses dengan background lulusan SMK dan telah membangun bisnis dengan omzet di atas Rp 500 juta per tahun, dua mentor bisnis yang memiliki pengalaman mendampingi puluhan UMKM, serta lima guru pendamping dari SMK Buana Mulia yang mewakili berbagai jurusan untuk memastikan keberlanjutan program setelah kegiatan PKM berakhir.

Tahap perencanaan dimulai dengan melakukan needs assessment yang komprehensif melalui kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif. Survei online disebarkan kepada 150 siswa kelas X dan XI untuk mengukur baseline data terkait pengetahuan kewirausahaan, entrepreneurial intention, self-efficacy, dan perceived barriers dalam berwirausaha. Dari survei ini diperoleh temuan bahwa hanya 34% siswa yang menyatakan ingin berwirausaha setelah lulus, dengan faktor penghambat utama adalah kurangnya pengetahuan tentang cara memulai usaha (73%), tidak memiliki modal (68%), tidak percaya diri dengan kemampuan sendiri (64%), dan tidak tahu peluang bisnis apa yang bisa dijalankan (61%). Wawancara mendalam dilakukan dengan 15 informan kunci yang terdiri dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang kurikulum dan kesiswaan, tiga kepala jurusan, lima guru mata pelajaran kewirausahaan dan produktif, serta tiga siswa yang sudah mencoba berwirausaha dalam skala kecil. Dari wawancara mendalam ini diperoleh insight bahwa pembelajaran kewirausahaan yang ada saat ini masih sangat

teoretis dan tidak menarik bagi siswa, guru sendiri mengakui keterbatasan mereka dalam memberikan pembelajaran yang aplikatif karena tidak memiliki pengalaman bisnis praktis, serta tidak adanya ecosystem support seperti business incubator atau mentoring program yang dapat memfasilitasi siswa yang ingin mencoba berwirausaha.

Observasi partisipatif dilakukan terhadap proses pembelajaran kewirausahaan yang sudah berjalan di sekolah untuk mengidentifikasi strengths, weaknesses, opportunities, dan threats (SWOT) dari program existing. Hasil observasi menunjukkan bahwa pembelajaran masih didominasi oleh metode ceramah dan pemberian tugas pembuatan business plan yang bersifat akademis tanpa ada rencana realisasi, tidak ada praktik langsung menjalankan bisnis atau berinteraksi dengan pelanggan riil, serta evaluasi pembelajaran hanya berbasis pada hasil akhir business plan tanpa ada assessment terhadap proses pembelajaran dan development of entrepreneurial competencies. Studi dokumentasi dilakukan terhadap kurikulum kewirausahaan, silabus pembelajaran, modul yang digunakan, serta dokumentasi kegiatan-kegiatan entrepreneurship yang pernah dilakukan sebelumnya seperti market day atau bazar sekolah. Dari studi dokumentasi teridentifikasi bahwa meskipun ada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan dalam kurikulum, namun implementasinya masih sangat terbatas dan tidak terintegrasi dengan kompetensi kejuruan spesifik dari masing-masing jurusan.

Berdasarkan hasil needs assessment yang komprehensif, disusun program intervention yang terdiri dari tiga komponen utama. Komponen pertama adalah workshop series yang mencakup delapan topik utama, yaitu entrepreneurial mindset dan karakteristik entrepreneur sukses, opportunity recognition dan business idea generation, customer validation dan market research sederhana, business model canvas dan value proposition design, financial literacy dan manajemen keuangan usaha mikro, digital marketing dan social media untuk promosi bisnis, sales techniques dan customer relationship management, serta pitching dan presentation skills untuk menarik investor atau partner. Setiap workshop dirancang dengan pendekatan 30% teori dan 70% praktik, dimana setelah mendapat penjelasan konseptual yang singkat dan jelas, siswa langsung melakukan hands-on activities seperti brainstorming ide bisnis, melakukan mini market research dengan survey teman dan keluarga, membuat prototype sederhana dari produk/jasa yang akan dijual, membuat konten promosi untuk social media, hingga melakukan live selling atau pitching di depan teman-teman mereka.

Komponen kedua adalah micro-business project dimana setiap siswa (individual atau dalam tim 2-3 orang) diwajibkan untuk menjalankan usaha mikro riil selama periode program dengan modal maksimal Rp 500.000 yang dapat dipinjam dari program atau menggunakan modal sendiri. Siswa diberi kebebasan untuk memilih jenis usaha sesuai dengan passion dan kompetensi mereka, mulai dari produk makanan dan minuman, fashion dan aksesoris, jasa kreatif seperti desain grafis atau editing video, reseller atau dropship produk orang lain, hingga jasa berbasis skill seperti les privat atau maintenance komputer. Setiap tim mendapatkan mentor bisnis yang akan mendampingi mereka secara intensif dalam merencanakan, meluncurkan, dan mengoperasikan bisnis mereka. Proses mentoring dilakukan melalui kombinasi scheduled group session dan on-demand individual consultation yang dapat dilakukan melalui WhatsApp group atau tatap muka langsung. Aspek unik dari komponen ini adalah siswa benar-benar menjalankan bisnis riil dengan customer riil, transaction riil, dan problem riil, bukan hanya simulasi atau role play. Mereka harus menghadapi berbagai tantangan nyata seperti bagaimana meyakinkan customer pertama untuk membeli, bagaimana menentukan harga yang kompetitif namun menguntungkan, bagaimana mengelola cash flow ketika ada piutang yang belum dibayar, bagaimana menangani complain customer, hingga bagaimana melakukan pivot ketika produk/jasa yang ditawarkan tidak laku di pasar.

Komponen ketiga adalah capacity building untuk guru melalui workshop khusus tentang metode pembelajaran entrepreneurship yang inovatif, coaching skills untuk mendampingi siswa entrepreneur, serta networking session dengan komunitas entrepreneur dan praktisi UMKM. Lima guru pendamping mendapatkan pelatihan intensif tentang bagaimana merancang learning activities yang entrepreneurial, bagaimana memberikan feedback yang konstruktif namun tidak judgmental kepada siswa yang sedang berjuang dengan bisnis mereka, bagaimana memfasilitasi peer learning dimana siswa dapat belajar dari pengalaman satu sama lain, serta bagaimana mengintegrasikan real business project ke dalam pembelajaran mata pelajaran produktif sehingga tidak dianggap sebagai kegiatan tambahan yang menambah beban siswa tetapi menjadi bagian organik dari kurikulum. Guru juga diperkenalkan dengan berbagai digital tools yang dapat digunakan untuk memfasilitasi pembelajaran entrepreneurship seperti Canva untuk desain promosi, Google Forms untuk market research, spreadsheet untuk financial tracking, serta social media analytics untuk monitoring performa konten marketing.

Tahap pelaksanaan dimulai dengan opening workshop yang menghadirkan tiga entrepreneur sukses lulusan SMK sebagai keynote speakers yang berbagi journey mereka dari awal memulai usaha, tantangan yang dihadapi, kegagalan yang dialami, hingga bagaimana mereka bangkit dan akhirnya sukses. Sesi ini sangat inspiratif dan berhasil membuka mindset siswa bahwa lulusan SMK punya peluang besar untuk sukses di dunia wirausaha jika mau belajar dan bekerja keras. Setelah opening workshop, dilaksanakan delapan sesi workshop dengan topik yang sudah dijelaskan sebelumnya, dimana setiap sesi menggunakan metodologi active learning dengan ice breaking, energizer activities, small group discussion, hands-on practice, gallery walk untuk melihat hasil kerja kelompok lain, dan reflection session di akhir untuk internalisasi pembelajaran. Parallel dengan workshop series, siswa mulai menjalankan micro-business project mereka dengan timeline yang jelas dimana pada minggu pertama dan kedua fokus pada business planning dan preparation, minggu ketiga soft launching dengan target minimal 10 customer, minggu keempat dan kelima full operation dengan target achieving break-even point, dan minggu keenam hingga kedelapan adalah scale up phase dengan target mencapai omzet minimal Rp 500.000 dan mulai merekrut helper atau partner jika bisnis berkembang pesat.

Selama menjalankan bisnis, siswa diwajibkan untuk mendokumentasikan journey mereka melalui business journal yang berisi refleksi harian tentang apa yang mereka lakukan, tantangan apa yang dihadapi, pembelajaran apa yang diperoleh, serta rencana action untuk hari berikutnya. Setiap minggu diadakan progress sharing session dimana setiap tim mempresentasikan perkembangan bisnis mereka, sharing challenges dan asking for advice dari mentor dan teman-teman. Sesi ini menjadi very valuable learning opportunity karena siswa belajar tidak hanya dari pengalaman mereka sendiri tetapi juga dari pengalaman tim lain yang mungkin menghadapi atau sudah berhasil mengatasi masalah serupa. Mentor memberikan coaching yang customized sesuai dengan kondisi dan kebutuhan setiap tim, dimana ada tim yang butuh support dalam aspek marketing, ada yang butuh help dalam financial management, ada yang struggle dengan production issue, dan ada yang facing interpersonal conflict dalam tim yang perlu difasilitasi.

Tahap evaluasi dilakukan secara komprehensif menggunakan multiple methods untuk mengukur dampak program dari berbagai dimensi. Pre-test dan post-test menggunakan kuesioner terstruktur diberikan untuk mengukur perubahan dalam entrepreneurial knowledge (15 pertanyaan multiple choice), entrepreneurial attitude (10 pernyataan skala Likert), entrepreneurial intention (8 item EIQ - Entrepreneurial Intention Questionnaire), dan entrepreneurial self-efficacy (12 item skala yang diadaptasi dari Chen et al.). Observasi partisipatif dilakukan oleh tim pelaksana dan guru pendamping untuk mengamati behavioral changes seperti tingkat proaktif siswa dalam

mencari solusi masalah, kreativitas dalam mengembangkan ide bisnis, risk-taking behavior dalam membuat keputusan bisnis, serta persistensi ketika menghadapi kegagalan atau rejection dari customer. Business performance evaluation dilakukan terhadap micro-business project dengan menggunakan kriteria yang jelas meliputi business viability (apakah bisnis berhasil mendapatkan customer dan generating revenue), profitability (apakah bisnis mencapai break-even atau bahkan profit), customer satisfaction (feedback dari customer yang dikumpulkan melalui survey sederhana), innovation dan creativity dalam produk/jasa yang ditawarkan, serta quality of business plan dan presentation yang dipresentasikan di akhir program.

Wawancara mendalam dilakukan dengan 15 peserta yang dipilih secara purposive mewakili berbagai karakteristik (high performer, average performer, struggling entrepreneur) untuk menggali pengalaman subjektif mereka, perubahan apa yang mereka rasakan dalam diri mereka, aspek mana dari program yang paling bermanfaat, tantangan apa yang paling sulit diatasi, serta saran untuk perbaikan program. Focus Group Discussion dilaksanakan dengan membagi peserta menjadi lima kelompok untuk mendiskusikan tema-tema spesifik seperti barriers to entrepreneurship dan how to overcome them, role of mentors dan support system dalam entrepreneurial journey, lessons learned from failure dan importance of resilience, serta future plans related to entrepreneurship setelah program berakhir. Documentary analysis dilakukan terhadap business journals, business plans, financial reports, dan marketing materials yang dibuat oleh siswa untuk mengassess quality of work dan depth of learning yang terjadi. Triangulasi dari berbagai sumber data ini memastikan validitas dan reliabilitas temuan evaluasi.

Tahap pelaporan dan tindak lanjut mencakup penyusunan laporan komprehensif yang tidak hanya mendokumentasikan proses dan hasil program tetapi juga merumuskan lesson learned, best practices, dan rekomendasi strategis untuk pengembangan entrepreneurship ecosystem di SMK Buana Mulia secara berkelanjutan. Disusun entrepreneurship education toolkit yang berisi modul pembelajaran, template business planning, guidebook for mentors, assessment rubrics, dan collection of case studies dari micro-business projects yang berhasil, yang dapat digunakan oleh guru untuk melanjutkan program secara mandiri. Rekomendasi jangka pendek yang disampaikan ke sekolah mencakup establishing student entrepreneurship club yang dapat menjadi wadah berkelanjutan bagi siswa yang berminat mengembangkan bisnis, organizing regular business pitching competition untuk memotivasi dan mengapresiasi siswa entrepreneur, serta developing school cooperative atau canteen yang dikelola oleh siswa sebagai learning laboratory untuk praktik bisnis riil. Rekomendasi jangka menengah mencakup establishing school business incubator dengan fasilitas yang lebih lengkap seperti co-working space, business library, meeting room untuk konsultasi dengan mentor, serta seed funding program untuk mendukung siswa yang ingin scale up bisnis mereka. Rekomendasi jangka panjang mencakup developing partnership dengan industri, UMKM lokal, dan lembaga pembiayaan untuk membuka akses siswa ke mentoring, networking, dan funding opportunities yang lebih luas, serta integrating entrepreneurship education ke dalam kurikulum inti dengan pendekatan cross-curricular dimana setiap mata pelajaran produktif harus memiliki entrepreneurship project sebagai bagian dari assessment.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) tentang strategi pengembangan SDM untuk meningkatkan daya saing wirausaha di SMK Buana Mulia Parung menunjukkan dampak positif yang sangat

signifikan terhadap pengetahuan, sikap, intensi, dan perilaku entrepreneurial siswa. Evaluasi komprehensif melalui pre-test dan post-test yang melibatkan 38 peserta menggunakan instrumen tervalidasi menunjukkan peningkatan yang sangat substansial dalam berbagai dimensi entrepreneurship. Pada dimensi entrepreneurial knowledge yang mengukur pemahaman tentang konsep-konsep dasar kewirausahaan seperti opportunity recognition, business model, market research, financial management, dan marketing strategies, skor rata-rata peserta meningkat dari 52% pada pre-test menjadi 84% pada post-test, menunjukkan peningkatan sebesar 32 poin persentase. Peningkatan ini sangat menggembirakan karena mengindikasikan bahwa workshop series yang dilakukan berhasil mentransfer pengetahuan entrepreneurial yang esensial kepada siswa dengan cara yang efektif dan mudah dipahami. Yang lebih penting, dari wawancara mendalam terungkap bahwa siswa tidak hanya menghafal konsep-konsep tersebut tetapi benar-benar memahami aplikasinya dalam konteks bisnis riil karena mereka langsung mempraktikkannya dalam micro-business project mereka.

Pada dimensi entrepreneurial attitude yang mengukur sikap positif terhadap kewirausahaan, persepsi terhadap feasibility dan desirability menjadi entrepreneur, serta appreciation terhadap nilai-nilai entrepreneurial seperti innovation, risk-taking, proactiveness, dan autonomy, terjadi peningkatan skor dari 58% menjadi 81%, atau peningkatan sebesar 23 poin persentase. Hasil yang sangat menarik adalah perubahan persepsi siswa terhadap risiko dalam berwirausaha, dimana pada pre-test 72% siswa menganggap wirausaha sebagai pilihan karier yang sangat berisiko dan tidak aman, namun pada post-test hanya 34% yang masih berpendapat demikian. Perubahan ini menunjukkan bahwa exposure kepada entrepreneur sukses dan pengalaman langsung menjalankan bisnis membuat siswa memahami bahwa risiko dalam wirausaha dapat dikelola dan diminimalisir melalui planning yang matang, continuous learning, dan resilience ketika menghadapi kegagalan. Siswa juga menunjukkan peningkatan appreciation terhadap kreativitas dan inovasi, dimana mereka mulai lebih menghargai ide-ide bisnis yang unik dan berani mengambil pendekatan berbeda dari kompetitor bahkan jika itu means taking risks.

Pada dimensi entrepreneurial intention yang merupakan predictor kuat terhadap actual entrepreneurial behavior, terjadi peningkatan yang paling dramatis dari 34% pada pre-test menjadi 76% pada post-test, atau peningkatan sebesar 42 poin persentase. Pada pre-test, hanya 13 dari 38 siswa (34%) yang menyatakan ingin berwirausaha setelah lulus, dengan mayoritas berencana mencari kerja di perusahaan atau instansi pemerintah. Namun pada post-test, 29 dari 38 siswa (76%) menyatakan memiliki intensi yang kuat untuk berwirausaha baik sebagai karier utama maupun sebagai side hustle sambil bekerja, menunjukkan bahwa program berhasil mengubah career aspiration siswa secara signifikan. Yang lebih penting, dari wawancara mendalam terungkap bahwa perubahan intensi ini bukan hanya wishful thinking tetapi didasarkan pada realistic assessment tentang kemampuan mereka, opportunity yang mereka identifikasi, dan action plan yang konkret untuk mewujudkannya. Beberapa siswa bahkan sudah mulai mempersiapkan diri dengan mengikuti online courses tambahan, bergabung dengan komunitas entrepreneur muda, atau mencari mentor yang dapat membimbing mereka dalam mengembangkan bisnis lebih lanjut setelah program berakhir.

Pada dimensi entrepreneurial self-efficacy yang mengukur kepercayaan diri siswa terhadap kemampuan mereka untuk melakukan berbagai task entrepreneurial seperti identifying opportunities, developing new products, managing finances, marketing effectively, dan building networks, terjadi peningkatan skor dari 46% menjadi 78%, atau peningkatan sebesar 32 poin persentase. Siswa yang sebelumnya tidak percaya diri untuk memulai usaha karena merasa tidak punya kemampuan yang cukup, setelah menjalani micro-business project dan melihat bahwa mereka actually mampu mendapatkan customer, menghasilkan omzet, dan bahkan profit, mengalami significant

boost dalam self-efficacy mereka. Salah satu siswa menyatakan dalam wawancara: "Sebelumnya saya pikir bisnis itu hanya bisa dilakukan oleh orang-orang yang punya modal besar, koneksi luas, dan pendidikan tinggi. Tapi setelah mengikuti program ini dan berhasil jualan sendiri, saya jadi yakin kalau saya juga bisa. Mungkin tidak langsung jadi pengusaha besar, tapi minimal saya bisa mulai dari kecil dan perlahan berkembang."

Hasil observasi partisipatif yang dilakukan selama delapan minggu program menunjukkan perubahan behavioral yang sangat nyata pada peserta. Pada aspek proactivity, siswa yang awalnya sangat pasif dan menunggu instruksi dari fasilitator, secara bertahap menjadi lebih proaktif dalam mencari informasi, bertanya kepada mentor, bahkan approaching potential customers untuk market research atau selling. Pada aspek creativity dan innovation, terlihat bahwa siswa mulai lebih berani bereksperimen dengan ide-ide bisnis yang unik, mencoba strategi marketing yang kreatif seperti membuat konten TikTok yang viral, atau mengembangkan value proposition yang differentiated dari kompetitor. Pada aspek risk-taking, siswa yang awalnya sangat risk-averse dan takut gagal, secara bertahap menjadi lebih willing to take calculated risks seperti investasi untuk membeli bahan baku dalam jumlah lebih besar untuk mendapatkan harga grosir, atau mencoba memasuki segment pasar baru yang belum pasti responnya. Pada aspek persistence, terlihat bahwa siswa yang mengalami kegagalan atau rejection di early stage bisnis mereka tidak langsung menyerah tetapi mencoba analyze apa yang salah dan melakukan improvement. Salah satu tim yang produk makanannya initially tidak laku karena harga terlalu mahal, melakukan pivot dengan mengubah packaging menjadi lebih ekonomis dan akhirnya berhasil meningkatkan penjualan.

Evaluasi terhadap business performance dari 38 peserta (yang terbagi dalam 18 tim bisnis) menunjukkan hasil yang sangat menggembirakan. Dari 18 tim, 17 tim (94%) berhasil launching bisnis dan mendapatkan customer riil, dengan hanya 1 tim yang gagal launching karena konflik internal yang tidak terselesaikan. Dari 17 tim yang launching, 15 tim (88%) berhasil mencapai break-even point dalam waktu 4-6 minggu, menunjukkan viability dari business model yang mereka kembangkan. Yang lebih mengagumkan, 8 tim (47%) berhasil mencapai profit dengan margin berkisar antara 15-40%, dengan omzet tertinggi mencapai Rp 2.500.000 dalam periode 6 minggu. Jenis usaha yang paling populer adalah kuliner (7 tim) dengan menu yang bervariasi dari makanan berat, snack, hingga minuman kekinian, fashion dan aksesoris (4 tim) dengan produk seperti kaos custom, hijab, dan gelang handmade, jasa kreatif (4 tim) seperti desain grafis, editing video, dan jasa fotografi, serta reseller produk (3 tim) seperti kosmetik, skincare, dan gadget accessories. Customer base mayoritas berasal dari komunitas sekolah (teman, guru, karyawan sekolah) dan keluarga/tetangga peserta, namun beberapa tim yang aktif berpromosi di social media berhasil mendapatkan customer dari luar komunitas terdekat mereka bahkan ada yang dari luar kota.

Aspek yang sangat menarik adalah quality of learning yang terjadi selama siswa menjalankan bisnis, yang terdokumentasi dengan baik dalam business journal mereka. Analisis terhadap 38 business journals mengungkapkan berbagai valuable lessons yang dipelajari siswa. Pertama, pentingnya market research dan customer validation sebelum launching produk, dimana beberapa tim yang tidak melakukan research cukup dan langsung produksi dalam jumlah besar mengalami kerugian karena produk tidak sesuai selera pasar. Kedua, critical importance of pricing strategy, dimana tim harus carefully balance antara competitive pricing untuk attract customers dengan profitable pricing untuk sustain bisnis. Beberapa tim initially menetapkan harga terlalu murah untuk attract customers namun kemudian realize bahwa mereka tidak making profit, sehingga harus adjust pricing dan communicate value proposition mereka dengan lebih baik agar customer willing to pay higher price. Ketiga, power of marketing terutama social media marketing, dimana tim yang actively create engaging content dan consistent posting di Instagram atau TikTok mendapatkan significantly more customers dibanding tim yang hanya

passive waiting for customers to come. Keempat, importance of financial discipline, dimana siswa belajar pentingnya separate uang pribadi dengan uang bisnis, keep proper records of all transactions, dan calculate profit secara akurat bukan hanya melihat dari omzet. Kelima, value of customer relationship dan repeat customers, dimana siswa realize bahwa getting new customers itu jauh lebih susah dibanding maintain existing customers, sehingga mereka belajar pentingnya customer service yang excellent dan follow-up untuk encourage repeat purchase.

Tantangan dan hambatan yang dihadapi siswa selama menjalankan bisnis juga memberikan pembelajaran yang sangat berharga. Challenge pertama yang paling banyak disebutkan adalah time management, dimana siswa harus juggling antara sekolah, business, dan personal life, dengan 68% siswa menyatakan kesulitan managing time terutama di minggu-minggu awal. Challenge kedua adalah dealing with rejection dan negative feedback, dimana banyak siswa initially very discouraged ketika produk mereka tidak laku atau mendapat komplain dari customer. Challenge ketiga adalah interpersonal conflict dalam tim, dimana tidak semua anggota tim contributing equally dan ada free rider yang membuat anggota lain frustrated. Challenge keempat adalah capital constraint, dimana beberapa tim yang bisnisnya berkembang pesat mengalami cash flow problem karena revenue yang masuk tidak cukup cepat untuk funding inventory yang dibutuhkan untuk memenuhi increasing demand. Challenge kelima adalah competition, dimana beberapa tim facing direct competition dari tim lain atau dari existing seller di komunitas sekolah, yang memaksa mereka untuk continuously innovate dan differentiate untuk survive.

Meskipun menghadapi berbagai challenges tersebut, dengan bimbingan dari mentor dan support dari peers, mayoritas siswa berhasil overcome obstacles dan bahkan grow stronger dari experience tersebut. Evaluasi terhadap satisfaction level peserta terhadap program menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan rata-rata skor 4,46 dari skala 5. Aspek materi pelatihan mendapat skor 4,55 (sangat baik) dengan 66% peserta memberikan rating 5 dan 24% memberikan rating 4, menunjukkan bahwa content workshop sangat relevan dan useful. Aspek fasilitator mendapat skor 4,52 (sangat baik) dengan 63% memberikan rating 5, menunjukkan bahwa delivery dan facilitation skills tim pelaksana dan mentor sangat appreciated oleh peserta. Aspek tempat pelatihan mendapat skor 4,42 (sangat baik) meskipun ada beberapa keterbatasan fasilitas yang noted oleh peserta. Secara keseluruhan, 92% peserta menyatakan sangat puas dengan program dan merekomendasikan untuk dilanjutkan dan diperluas ke angkatan lain.

Tabel 1. Penilaian Responden Terhadap Pelaksanaan Pelatihan

No	Penilaian Kegiatan	5	4	3	2	1	Jmh	Skor	Rata-rata	Keterangan
A	Materi PKM	25	9	4	0	0	38	173	4.55	Sangat Baik
B	Fasilitator	60	24	11	0	0	95	429	4.52	Sangat Baik
C	Tempat PKM	10	7	2	0	0	19	84	4.42	Sangat Baik
D	Sajian/Konsumsi	20	7	11	0	0	38	161	4.24	Sangat Baik
	Kesimpulan Umum PKM	115	47	28	0	0	190	847	4.46	Sangat Baik
5. Baik Sekali , 4. Baik, 3. Cukup, 2. Cukup, 1. Kurang Sekali										



Gambar 1: Pelatihan Membangun Karakter, Kepercayaan Diri dan Minat Pada Siswa SMK
(Sumber: Dokumentasi PKM di SMK MULIA BUANA)

PEMBAHASAN

Hasil program PKM ini memberikan konfirmasi empiris yang kuat terhadap berbagai teori dan temuan penelitian terdahulu tentang pentingnya entrepreneurship education yang dirancang dengan pendekatan experiential learning dan practice-oriented dalam mengembangkan competencies dan intentions entrepreneurial di kalangan siswa vokasi. Peningkatan entrepreneurial knowledge sebesar 32 poin persentase sejalan dengan meta-analysis yang dilakukan oleh Martin et al. (2013) yang menemukan bahwa entrepreneurship education programs dapat meningkatkan entrepreneurship-related human capital assets seperti knowledge dan skills dengan effect size 0.33, yang tergolong moderate to large effect. Namun yang lebih penting dari sekedar transfer knowledge adalah bagaimana knowledge tersebut ditransformasi menjadi practical competencies yang applicable dalam real business context, yang terfasilitasi dengan sangat baik melalui micro-business project dalam program ini. Penelitian Supriadi dan Wibowo (2024) mengkonfirmasi bahwa pembelajaran kewirausahaan yang mengintegrasikan theoretical learning dengan real business practice menghasilkan deeper understanding dan longer retention dibanding pembelajaran yang purely theoretical.

Peningkatan entrepreneurial intention yang sangat substansial dari 34% menjadi 76% merupakan temuan yang paling signifikan dari program ini, mengingat intention adalah predictor terkuat dari actual entrepreneurial behavior berdasarkan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). Penelitian Sari dan Budiman (2024) menemukan bahwa experiential entrepreneurship education dapat meningkatkan entrepreneurial intention hingga 64,3%, yang konsisten dengan temuan dalam program ini. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan intention ini berdasarkan analisis kualitatif adalah pertama, exposure kepada role models yang relatable dimana siswa melihat entrepreneur sukses yang juga berasal dari background SMK seperti mereka, yang membuat entrepreneurship terasa more achievable dan less distant. Penelitian tentang vicarious learning (Bandura, 1997) menjelaskan bahwa observing someone similar to ourselves succeeding in certain tasks increases our own self-efficacy dan intention to attempt those tasks. Kedua, mastery experience dari menjalankan bisnis riil dan achieving tangible results seperti mendapatkan customer pertama, mencapai break-even, atau bahkan generating profit, memberikan concrete evidence kepada siswa bahwa "I can do this", yang merupakan most powerful source of self-efficacy. Ketiga, social

persuasion dari mentors, peers, dan bahkan customers yang memberikan positive feedback dan encouragement, membuat siswa merasa supported dan valued dalam entrepreneurial journey mereka.

Perubahan attitude terhadap risk dalam entrepreneurship dari predominantly risk-averse menjadi more risk-tolerant merupakan transformation yang sangat penting mengingat fear of failure adalah salah satu barriers terbesar dalam entrepreneurship (Cacciotti et al., 2016). Program ini berhasil membantu siswa memahami bahwa failure is not fatal tetapi merupakan valuable learning opportunity, yang konsisten dengan concept of intelligent fast failure yang promoted dalam lean startup methodology (Ries, 2011). Beberapa tim yang mengalami failure di early iterations bisnis mereka dan kemudian successfully pivot dan achieve success, menjadi living examples bagi peers mereka bahwa resilience dan willingness to learn from failure adalah kunci success dalam entrepreneurship. Penelitian Kusuma dan Santoso (2024) menemukan bahwa exposure kepada failure stories dan learning how to cope with setbacks secara signifikan reduces fear of failure dan increases willingness to take entrepreneurial risks.

Tingginya success rate dalam terms of business launching (94%) dan achieving break-even (88%) menunjukkan bahwa dengan proper guidance, structured learning, dan adequate support, siswa SMK actually memiliki capability yang tinggi untuk successfully run micro-businesses. Penelitian Wahyuni dan Hidayat (2024) mengidentifikasi bahwa salah satu alasan tingginya intention-action gap dalam entrepreneurship di kalangan siswa adalah lack of know-how dan support system, dan program ini berhasil bridging gap tersebut melalui comprehensive mentoring dan peer support network. Fact bahwa 47% tim achieving profitability dalam waktu kurang dari 2 bulan juga menunjukkan viability dari business models yang dikembangkan siswa, yang largely dipengaruhi oleh careful market research dan customer validation yang dilakukan sebelum launching.

Diversity dalam jenis bisnis yang dijalankan siswa, dari kuliner, fashion, creative services, hingga reselling, menunjukkan bahwa entrepreneurship opportunities actually abundant dan dapat disesuaikan dengan interests, skills, dan resources yang dimiliki siswa. Penelitian Nugraha dan Wijaya (2024) menekankan pentingnya passion-based entrepreneurship terutama untuk young entrepreneurs, karena passion menjadi fuel yang sustain motivation ketika facing inevitable challenges dalam entrepreneurial journey. Program ini successfully memfasilitasi siswa untuk identify dan pursue opportunities yang aligned dengan their passion, yang evidenced dari tingginya persistence rate meskipun menghadapi various obstacles. Lessons learned yang terdokumentasi dalam business journals siswa provides valuable insights tentang actual competencies yang developed melalui experiential entrepreneurship education. Market research dan customer validation skills, pricing strategy competencies, marketing capabilities especially digital marketing, financial management disciplines, dan customer relationship management adalah entrepreneurial competencies yang recognized dalam entrepreneurship literature sebagai critical for success (Morris et al., 2013). Fact bahwa siswa not only acquiring knowledge tentang competencies tersebut tetapi actually developing them through practice menunjukkan superiority dari experiential learning approach. Kolb's (1984) experiential learning theory explains bahwa learning is most effective ketika involves concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization, dan active experimentation, yang precisely adalah learning cycle yang facilitated dalam program ini.

Challenges yang dihadapi siswa dan bagaimana mereka overcome those challenges juga provides important learning untuk design entrepreneurship education programs. Time management challenge highlights pentingnya integrating entrepreneurship education ke dalam regular curriculum rather than as add-on extracurricular activity, sehingga tidak competing for time dengan other academic obligations. Rejection dan negative feedback challenge

underscores importance of building psychological resilience dan growth mindset sebagai bagian dari entrepreneurship education, bukan hanya fokus pada business skills. Interpersonal conflict challenge reveals pentingnya team building dan conflict management skills dalam entrepreneurship, terutama when considering bahwa majority of successful startups are founded by teams rather than solo entrepreneurs. Capital constraint challenge points to need for access to micro-financing atau seed funding untuk support student entrepreneurs yang bisnisnya mulai scaling. Competition challenge demonstrates reality of market forces dan importance of continuous innovation, yang merupakan valuable real-world lesson yang tidak bisa didapatkan dari purely classroom learning.

High satisfaction level dari peserta terhadap program mengindikasikan bahwa design dan delivery dari intervention ini highly appreciated dan perceived as valuable oleh target beneficiaries. Penelitian Handayani et al. (2023) menemukan bahwa student satisfaction dengan entrepreneurship education programs significantly predicts their continued engagement dengan entrepreneurial activities post-program, yang bodes well untuk sustainability of impact. Positive word-of-mouth dari peserta yang satisfied juga dapat attract more students untuk participate dalam future iterations program, creating virtuous cycle of entrepreneurship culture building di sekolah.

Implikasi Strategis

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat dirumuskan beberapa strategi kunci untuk pengembangan SDM entrepreneurial di SMK yang dapat meningkatkan daya saing wirausaha lulusan. Strategi pertama adalah integrasi kurikulum kewirausahaan berbasis project-based learning ke dalam mata pelajaran produktif existing, dimana setiap kompetensi kejuruan yang dipelajari siswa harus connected dengan potential entrepreneurship applications. Misalnya siswa jurusan Akuntansi tidak hanya belajar pembukuan tetapi juga bagaimana apply skills tersebut untuk manage finances dari micro-business mereka sendiri, atau siswa jurusan TKJ tidak hanya belajar networking tetapi juga explore opportunities untuk provide IT services sebagai business. Strategi kedua adalah pembentukan school business incubator yang dilengkapi dengan proper facilities seperti co-working space, mentoring program, seed funding access, dan networking events, yang dapat provide sustained support untuk student entrepreneurs beyond short-term programs. Strategi ketiga adalah penguatan soft skills entrepreneurial seperti creativity, risk-taking propensity, resilience, dan leadership melalui dedicated character development programs yang integrated dengan entrepreneurship education. Strategi keempat adalah pengembangan entrepreneurship ecosystem melalui partnerships dengan industry, UMKM associations, alumni entrepreneurs, financial institutions, dan local government, yang dapat provide access to mentors, markets, capital, dan other resources yang needed oleh student entrepreneurs. Strategi kelima adalah capacity building untuk teachers dalam entrepreneurship pedagogy dan mentoring skills, sehingga mereka can effectively facilitate entrepreneurial learning bukan hanya transfer theoretical knowledge.

SIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) tentang strategi pengembangan SDM untuk meningkatkan daya saing wirausaha di SMK Buana Mulia Parung telah berhasil memberikan dampak transformatif yang signifikan dan terukur terhadap pengembangan competencies, attitudes, intentions, dan behaviors entrepreneurial siswa. Evaluasi komprehensif menunjukkan peningkatan substantial dalam entrepreneurial knowledge (32 poin), entrepreneurial attitude (23 poin), entrepreneurial intention (42 poin), dan entrepreneurial self-efficacy (32 poin), mengindikasikan efektivitas pendekatan experiential learning dan practice-oriented yang diterapkan dalam program. Keberhasilan

94% peserta dalam launching bisnis riil dan 88% dalam achieving break-even point, dengan 47% bahkan mencapai profitability, membuktikan bahwa siswa SMK memiliki kapabilitas tinggi untuk menjalankan usaha mikro ketika diberikan guidance yang tepat, structured learning opportunities, dan adequate support system. Transformasi dari predominantly job-seeking oriented menjadi entrepreneurial minded, yang tercermin dari peningkatan intensi berwirausaha dari 34% menjadi 76%, menunjukkan bahwa program berhasil mengubah career aspiration dan membuka new possibilities bagi masa depan siswa.

Pembelajaran praktis melalui micro-business project terbukti sangat efektif dalam mengembangkan essential entrepreneurial competencies seperti opportunity recognition, market research, business planning, financial management, marketing execution, dan customer relationship management, yang tidak mungkin diperoleh melalui pembelajaran teoretis semata. Lebih penting lagi, pengalaman menghadapi real challenges seperti rejection, competition, cash flow problems, dan internal conflicts, serta learning how to overcome them through resilience dan creative problem-solving, membangun psychological capital yang crucial untuk long-term entrepreneurial success. Exposure kepada entrepreneur sukses yang relatable, intensive mentoring dari practitioners, dan supportive peer learning community menciptakan ecosystem yang kondusif bagi pengembangan entrepreneurial mindset dan capabilities. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis entrepreneurship tetapi juga transforming fundamental beliefs, attitudes, dan behaviors siswa terhadap kewirausahaan sebagai viable dan attractive career option.

Berdasarkan temuan dan evaluasi program, beberapa rekomendasi strategis dapat diajukan untuk pengembangan entrepreneurship education yang sustainable dan scalable di SMK. Pertama, kurikulum kewirausahaan perlu diintegrasikan secara komprehensif ke dalam pembelajaran produktif existing dengan pendekatan project-based learning, dimana setiap kompetensi kejuruan yang dipelajari siswa harus connected dengan potential entrepreneurship applications sehingga siswa dapat see direct relevance dan utility dari skills yang mereka pelajari. Kedua, sekolah perlu establish business incubator yang dilengkapi dengan proper infrastructure (co-working space, meeting rooms, business library), structured mentoring program dengan practitioners dan successful alumni, seed funding mechanism untuk support promising student ventures, dan regular networking events untuk connect student entrepreneurs dengan potential customers, partners, dan investors. Ketiga, perlu capacity building berkelanjutan untuk teachers dalam entrepreneurship pedagogy, coaching skills, dan facilitating experiential learning, termasuk providing opportunities bagi guru untuk gain actual entrepreneurship experience sehingga mereka dapat teach dan mentor dengan credibility dan authenticity.

Keempat, sekolah perlu mengembangkan strong partnerships dengan multiple stakeholders including industries untuk provide internship dan learning opportunities, UMKM associations untuk peer mentoring dan market access, financial institutions untuk funding access, alumni entrepreneurs untuk role modeling dan mentoring, serta local government untuk policy support dan market facilitation. Kelima, perlu dikembangkan comprehensive assessment framework yang tidak hanya mengukur knowledge acquisition tetapi juga competency development, attitude change, intention formation, dan actual entrepreneurial behavior, dengan menggunakan multiple methods including written tests, project evaluations, portfolio assessments, dan longitudinal tracking of alumni entrepreneurship activities. Keenam, program sejenis perlu diperluas ke SMK-SMK lain terutama di daerah dengan high youth unemployment rates dan limited access to entrepreneurship education, dengan adaptations yang appropriate untuk local contexts dan dengan leveraging technology untuk enable scalability.

Ketujuh, perlu dikembangkan sustainable financing mechanisms untuk support student entrepreneurship including revolving seed funding programs dimana profits dari successful student ventures dapat reinvested untuk fund new ventures, scholarship programs untuk student entrepreneurs yang menunjukkan exceptional potential, serta partnerships dengan venture capitals atau angel investors yang interested dalam supporting youth entrepreneurship. Kedelapan, perlu created alumni network platform yang dapat facilitate continued learning, peer support, business collaborations, dan knowledge sharing among graduate entrepreneurs, sehingga mereka tidak feeling isolated ketika sudah lulus dan facing real-world entrepreneurial challenges. Kesembilan, perlu regular evaluation dan continuous improvement dari entrepreneurship education programs berdasarkan feedback dari students, teachers, mentors, dan tracking of alumni outcomes, untuk ensure bahwa programs remain relevant, effective, dan aligned dengan evolving needs of students dan demands of market. Terakhir, perlu advocacy dan awareness building di level policy makers, school administrators, parents, dan wider community tentang importance dan benefits dari entrepreneurship education, untuk build broader support dan create conducive ecosystem untuk youth entrepreneurship development.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang telah memberikan dukungan pendanaan, fasilitas, dan bimbingan administratif serta akademik yang sangat berarti dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Dukungan institusional yang diberikan tidak hanya memfasilitasi terlaksananya program secara profesional tetapi juga memberikan pembelajaran berharga bagi mahasiswa pelaksana dalam merancang dan mengimplementasikan program community engagement yang impactful. Apresiasi khusus disampaikan kepada Dr. Pranoto, S.E., M.M., selaku Ketua Yayasan Sasmita Jaya, dan Dr. E. Nurzaman, Am.M., M.M., M.Si., selaku Rektor Universitas Pamulang, yang telah menciptakan kultur akademik yang sangat mendukung aktivitas Tri Dharma Perguruan Tinggi dan mendorong dosen serta mahasiswa untuk berkontribusi nyata bagi pembangunan masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. H. Endang Ruhayat, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang, dan Efriyanti, S.E., Akt., M.Si., CA., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pamulang, yang telah memberikan dukungan penuh baik dalam bentuk kebijakan yang memfasilitasi mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat maupun dalam bentuk guidance akademik selama proses pelaksanaan program.

Penghargaan yang sangat besar disampaikan kepada Aden Prawiro Sudarso, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang luar biasa kepada tim mahasiswa pelaksana mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi dan pelaporan program. Dedikasi dan komitmen beliau dalam membimbing mahasiswa untuk tidak hanya completing academic assignments tetapi truly creating meaningful impact bagi masyarakat menjadi inspirasi dan teladan yang sangat berharga bagi tim. Terima kasih yang tulus juga disampaikan kepada Ibu Khodijah, S.Pd., selaku Kepala Sekolah SMK Buana Mulia, beserta seluruh jajaran wakil kepala sekolah, kepala jurusan, guru pendamping, dan staf tata usaha yang telah memberikan kepercayaan penuh, dukungan maksimal, dan kerja sama yang sangat baik dalam setiap tahapan pelaksanaan program. Keterbukaan pihak sekolah dalam menerima tim pelaksana, kesediaan untuk berkolaborasi intensif, penyediaan fasilitas yang dibutuhkan meskipun dengan keterbatasan yang ada, serta partisipasi aktif guru-guru dalam mendampingi dan mentoring siswa selama program berlangsung menjadi faktor kunci keberhasilan kegiatan ini.

Ucapan terima kasih yang sangat istimewa disampaikan kepada 38 siswa peserta program dari kelas XI berbagai jurusan di SMK Buana Mulia yang telah menunjukkan antusiasme luar biasa, komitmen tinggi, dan keberanian untuk keluar dari comfort zone dalam mengikuti rangkaian kegiatan program. Kesiadaan mereka untuk take risks dengan menjalankan bisnis riil, persistensi dalam menghadapi berbagai challenges dan setbacks, serta eagerness to learn dan improve dari setiap pengalaman menjadi energi positif yang menginspirasi tim pelaksana dan membuktikan bahwa generasi muda Indonesia memiliki potensi entrepreneurial yang sangat besar. Apresiasi juga disampaikan kepada para narasumber dan mentor yang telah berbagi waktu, pengalaman, expertise, dan wisdom mereka secara tulus kepada para siswa, yaitu para entrepreneur sukses alumni SMK yang telah membangun bisnis dengan omzet miliaran rupiah dan bersedia become role models yang inspiratif dan relatable, para praktisi bisnis yang telah memberikan mentoring intensif dan practical guidance dalam berbagai aspek business management, serta para pelaku UMKM lokal yang telah membuka peluang kolaborasi dan learning opportunities bagi siswa peserta program.

Penghargaan khusus juga disampaikan kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah berkontribusi dalam kesuksesan program ini, termasuk orang tua siswa yang telah memberikan dukungan dan encouragement kepada anak-anak mereka untuk pursue entrepreneurial dreams, teman-teman mahasiswa yang telah membantu dalam pelaksanaan teknis program, komunitas entrepreneur muda yang telah menyediakan platform networking dan learning bagi siswa, serta semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu namun kontribusinya sangat berarti. Semoga kolaborasi dan kemitraan strategis yang telah terjalin dalam program ini dapat terus diperkuat dan dikembangkan dalam berbagai kegiatan di masa mendatang, sebagai wujud komitmen bersama untuk membangun generasi muda Indonesia yang entrepreneurial, inovatif, mandiri, dan mampu berkontribusi positif tidak hanya sebagai job seekers tetapi juga sebagai job creators yang menciptakan nilai tambah ekonomi dan sosial bagi masyarakat luas dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era ekonomi digital yang terus berkembang pesat.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Februari 2024*. Jakarta: BPS.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman and Company.

Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302-325. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.02.002>

Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)

Eliyani, C., Sulistiyani, S., Rahayu, K. P., Aesah, S., & Wijayanti, K. D. (2020). Pelatihan dan bantuan dalam program pemberdayaan ekonomi pada masa pandemi Covid-19 di RT 003/RW 006, Desa Kabasaran, Kecamatan Parung Panjang, Kabupaten Bogor. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 1(1), 151-164.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2024). Global entrepreneurship monitor 2023/2024 global report. London: GEM Consortium.

Hamdani, R., Prakoso, A., & Santoso, B. (2023). Entrepreneurship ecosystem in vocational schools: Current challenges and development strategies. *Journal of Vocational Education Policy*, 5(2), 145-163. <https://doi.org/10.1080/23767372.2023.2187456>

Hamid, S. (2020). Public speaking: Seni berbicara di depan umum. Jakarta: Prenadamedia Group.

Handayani, L., Suryanto, E., & Wibowo, A. (2023). Student satisfaction and continued entrepreneurial engagement: Evidence from vocational entrepreneurship programs. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 6(4), 512-530. <https://doi.org/10.1177/25151274231198765>

Hidayat, A. (2017). Motivasi dan pengembangan diri siswa dalam pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek). (2024). Statistik pendidikan menengah kejuruan 2023/2024. Jakarta: Kemendikbudristek.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Kusuma, B., & Santoso, H. (2024). From intention to action: Bridging the entrepreneurial gap among vocational students through experiential learning. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(3), 678-697. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2023-0987>

Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Mogi, A., Lestari, A. W., & Rahayu, K. P. (2024). Pelatihan pengelolaan SDM di era digital pada ibu-ibu PKK Kelurahan Parigi RT 04 RW 05, Kecamatan Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Idea Abdimas Journal*, 2(1), 53-58.

Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352-369. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12023>