

## BAB I. PENDAHULUAN

### A. Analisis Situasi

Sungguh menarik bahwa kewirausahaan menjadi bagian dari kurikulum yang diajarkan kepada siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Selama ini topik tentang kewirausahaan telah menjadi bagian dari mata pelajaran ekonomi. Sejumlah sekolah telah memasukkan kewirausahaan sebagai kegiatan ekstrakurikuler dan bagian dari muatan lokal. Pengajaran kewirausahaan diajarkan secara terbatas sehingga menghadirkan pemahaman sempit. Kini, kewirausahaan mendapatkan porsi lebih dan wajib.

Sebelumnya sejumlah perguruan tinggi telah menempatkan kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib dan menjadikannya sebagai “jiwa” dalam proses pembelajaran di kampus. Berkaca pada pengalaman praktik pembelajaran kewirausahaan di sejumlah kampus, banyak hal yang sebaiknya diperhatikan sebelum pelajaran ini diajarkan kepada siswa SMA. Meski kesadaran (*awareness*) akan pentingnya kewirausahaan telah berhasil dibangun di kalangan mahasiswa, sasaran yang ingin dicapai belum sepenuhnya tercapai. Tak sedikit juga yang belum secara jelas dinyatakan apa sebenarnya yang ingin disasar dari pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi.

Pemahaman yang tidak komprehensif mengenai hakikat kewirausahaan. Banyak di kalangan pengajar yang mengartikan bahwa kewirausahaan itu identik dengan memiliki usaha dan berdagang. Zimmerer et al (2008) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan hasil proses yang disiplin dan sistematis dari aplikasi kreatifitas dan inovasi terhadap kebutuhan dan peluang di pasar. Seseorang yang memiliki usaha tidak langsung diartikan telah berwirausaha dan disebut wirausaha jika tidak ada kreativitas dan inovasi pada produk yang ditawarkan. Usaha yang menguntungkan tidak berarti telah *entrepreneurial* jika tidak ada pertumbuhan usaha (*growth*). Kategori ini disebut pemilik usaha atau *small business owner*, bukan wirausaha. Salah penafsiran ini berujung pada pembelajaran yang mendorong orang untuk sekadar berjualan. Berjualan hanya bagian kecil dari sebuah proses kewirausahaan.

Proses pembelajaran yang hanya melibatkan satu bidang keilmuan. Hakikat kewirausahaan yang merupakan sebuah proses kreatif dan inovatif untuk menanggapi kebutuhan dan peluang di pasar, mestinya melibatkan berbagai pihak dari berbagai latar belakang keilmuan sehingga dapat diperoleh nilai tambah. Misalnya proses pembelajaran yang hanya melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis, akan kesulitan menciptakan sebuah produk kreatif dan inovatif sebagai bagian dari model bisnis yang

akan diimplementasikan. Lain halnya jika melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi, akan memberikan sinergi yang luar biasa.

Saat ini belum terbangun iklim akademik yang mendorong mahasiswa menjadi pribadi yang kreatif dan inovatif. Tuntutan kewirausahaan yang sesungguhnya adalah terbentuknya karakter kreatif dan inovatif dari calon wirausaha, di samping keberanian dalam mengambil risiko dan proaktif. Karakter kreatif dan inovatif tidak serta merta langsung terbentuk hanya dengan mengikuti kuliah kewirausahaan dengan waktu yang amat terbatas. Lingkungan kampus yang kondusif yang memberikan ruang gerak bagi mahasiswa untuk berkreasi dan berinovasilah yang lebih dibutuhkan untuk pencapaian itu.

## **B. Masalah Mitra dan Solusi**

Sebagaimana telah diuraikan, sejumlah sekolah masih belum memiliki pemahaman mengenai model pembelajaran kewirausahaan yang diterapkan, materi yang diajarkan dan sasaran yang ingin dicapai. SMK Tarakanita adalah salah satu sekolah yang juga telah mengajarkan kewirausahaan kepada para siswa, namun materi yang diajarkan masih terbatas pada pengenalan kewirausahaan. Jika hendak mengajarkan kepada para siswa untuk membuka usaha, tentu tidak tepat. Yang lebih penting untuk ditanamkan kepada para siswa adalah bagaimana merancang bisnis yang *entrepreneurial* dengan pendekatan yang lebih konseptual. Maka ditawarkan kepada SMK Tarakanita untuk diberikan penjelasan secara singkat namun sistematis mengenai bagaimana merancang model bisnis. Sebagaimana diuraikan oleh DeNoble dan Zoller (2017) pengajaran mengenai model bisnis lebih sesuai bagi siswa yang hendak merintis usaha daripada rencana bisnis (*business plan*), seperti kebanyakan dilakukan institusi pendidikan selama ini. Penyusunan rencana bisnis lebih sesuai untuk bisnis yang telah berjalan, tapi tidak sesuai untuk bisnis yang masih berproses “menemukan” model bisnis yang tepat.

Pengajaran mengenai bagaimana merancang model bisnis sebagai langkah awal untuk mendirikan sebuah usaha diberikan kepada siswa dan guru, dalam sebuah *webinar* dengan menggunakan aplikasi Zoom selama satu setengah jam. Materi yang diberikan merupakan gambaran umum namun disertai contoh-contoh aplikatif yang mudah diterapkan.

## **BAB II. METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan acara dilakukan secara *online* dengan menggunakan aplikasi Zoom. Setelah pemaparan materi selama 30 menit dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab dengan peserta yang terdiri atas guru dan murid.

### **BAB III. HASIL PKM**

#### **A. Deskripsi Kegiatan**

Acara seminar *online* diselenggarakan pada 30 Oktober 2020 yang dihadiri oleh 138 peserta yang terdiri atas guru dan siswa SMK Tarakanita. Acara berlangsung selama lebih kurang satu setengah jam mulai pukul 10.00 hingga 11.30. Materi yang dibawakan meliputi pengenalan mengenai pengertian bisnis dan kewirausahaan. Secara khusus dijelaskan mengenai model bisnis yang merupakan rasionalisasi bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menyampaikan dan menangkap nilai dari produk yang dihasilkan (Osterwalder & Pigneur, 2013). Pendekatan yang digunakan adalah menggunakan *lean canvas* (Ries, 2011 & Maurya, 2012) yang meliputi sembilan bagian yang terdiri atas: *problem, customer segment, solution, value proposition, channel, revenue streams, cost structure, key metrics* dan *unfair advantage*. Secara khusus pada bagian *value proposition*, dirancang dengan menggunakan *value proposition canvas* (Osterwalder & Pigneur, 2014), yang meliputi dua bagian penting yaitu *value map* dan *customer profile*. *Value map* meliputi: *product & service, gain creators* dan *pain reliever*. Sementara *customer profile* meliputi: *customer's job, customer's pain* dan *customer's gain*.

Pada kegiatan ini juga disampaikan perlunya pembentukan tim pendiri karena lebih efektif mendirikan usaha dengan membentuk tim daripada seorang diri karena sejumlah keuntungan seperti tidak bergantung pada satu orang sehingga menjamin keberlanjutan usaha dan keahlian bisa dibagi di antara anggota tim sehingga aktivitas dapat berjalan efektif dan efisien (Allen, 2012).

Kepada pada guru dan siswa, ditekankan bahwa proses kewirausahaan berawal dari identifikasi problem yang dihadapi oleh calon pelanggan. Tugas wirausaha adalah mengidentifikasi problem tersebut dan mencari solusi, yang kemudian diwujudkan dalam produk atau jasa (*value proposition*). Proses yang dilalui merupakan upaya untuk memperoleh *problem-solution fit*, kesesuaian antara problem pelanggan dengan solusi yang ditawarkan wirausaha.

Wirausaha memastikan *problem-solution fit* sebelum mengembangkan menjadi *solution demo* dan *minimum viable product (MVP)*. *Solution demo* merupakan contoh nyata tentang solusi yang ditawarkan, sementara MVP adalah contoh produk atau jasa yang hendak ditawarkan namun dalam rupa yang minimal tetapi tetap dapat berfungsi untuk memberikan solusi kepada pelanggan.

Langkah selanjutnya setelah diperoleh MVP adalah memastikan *product-market*

*fit*, kesesuaian produk yang sedang dikembangkan dengan pasar, yang dalam hal ini adalah pelanggan. Wirausaha mulai menawarkan produk dengan memberikan sampel produk, membuka pemesanan dan melakukan pengiriman produk. Pada saat bersamaan juga wirausaha telah memperhitungkan *channel*, *revenue streams* dan *cost structure*.

Jika berjalan sesuai harapan, tentu bisnis mulai bisa dijalankan dengan menggunakan model bisnis yang telah dirancang. Ketika model bisnis telah dirancang dan dapat dijalankan, pada tahap selanjutnya jika wirausaha hendak melakukan ekspansi bisnis dan memerlukan tambahan modal, maka perlu dicapai *business model fit*, yaitu kesesuaian model bisnis. Model bisnis menguntungkan dan dapat dikembangkan menjadi bisnis yang tumbuh serta berkelanjutan.

Acara diakhiri dengan diskusi dan tanya jawab dengan para siswa dan guru. Serangkaian pertanyaan diajukan seperti bisnis apa yang tetap bisa bertahan saat pandemi dan bagaimana strategi menghadapinya. Pertanyaan ini dijawab lugas terkait dengan topik *webinar* yaitu perlunya adaptasi model bisnis bagi usaha yang ingin bertahan di saat sekarang, karena berubahnya perilaku konsumen ketika memesan, membeli dan mengkonsumsi produk.

#### **BAB IV. KESIMPULAN**

Setelah acara webinar mengenai bagaimana merancang model bisnis sebagai bagian dari pelajaran kewirausahaan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Para siswa dan guru memberikan perhatian yang sangat besar terhadap materi kewirausahaan khususnya mengenai bagaimana merancang model bisnis sebagai langkah awal untuk memulai usaha, yang berbasis pada identifikasi peluang dari masalah yang ada di masyarakat. Wirausaha berperan sebagai *problem solver*.
2. Para siswa dan guru memahami secara umum mengenai proses kewirausahaan dengan merancang model bisnis, hal ini tercermin dari serangkaian pertanyaan yang diajukan.

## DAFTAR PUSTAKA

Allen, K.R (2012). *New Venture Creation*, 6<sup>th</sup> Edition, International Edition, South Western: Cengage-Learning.

DeNoble, A.F. & Zoller, T.D. (2017). Is The Business Plan Really Dead and Should It Be?: A Case for The Lean Start-up Approach, The Great Debates in Entrepreneurship, *Advances in The Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, Volume 27, 21-34, Emerald Publishing Limited.

Maurya, Ash (2012). *Running Lean, Iterate from Plan A to a Plan That Works*, Second Edition, California: O'Reilly Media.

Osterwalder, A & Pigneur, Y (2010). *Business Model Generation*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A (2014). *Value Proposition Design*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Ries, E (2011). *The Lean Startup, How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses*, New York: Crown Publishing Group.

Zimmerer, T.W, Scarborough, & Wilson (2008). *Essentials on Entrepreneurship and Small Business Management*, 5<sup>th</sup> edition, New Jersey: Pearson/Prentice Hall.