

Workshop Peningkatan Minat Kewirausahaan Melalui Modal Psikologis Kreatif Pada Siswa SMK Negeri 1 Purwokerto

Yusmedi Nurfaizal¹

¹Bisnis Digital,
¹Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Universitas Amikom Purwokerto
Email : faizal@amikompurwokerto.ac.id¹

ABSTRAK

Kewirausahaan merujuk pada kemampuan seseorang untuk memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usaha, dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan mereka. Di SMK Negeri 1 Purwokerto, peserta didik diharapkan memiliki keterampilan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis, mengubah gagasan inovatif menjadi realitas secara kreatif, dan dengan demikian mencapai kesuksesan atau meningkatkan pendapatan. Kendala utama yang dihadapi oleh SMK Negeri 1 Purwokerto adalah kurang optimalnya minat siswa dalam melibatkan diri dalam kegiatan kewirausahaan. Untuk mengatasi tantangan ini, sebuah workshop diusulkan dengan tujuan meningkatkan minat kewirausahaan melalui penerapan modal psikologis kreatif pada siswa SMK Negeri 1 Purwokerto. Metode yang digunakan adalah lokakarya, yang bertujuan memberikan pengetahuan dan informasi terkait modal psikologis kreatif dalam strategi pemasaran produk, khususnya melalui media sosial dan market place sebagai sarana promosi online. Workshop ini diharapkan dapat merangsang minat siswa, memberikan wawasan baru, dan memperkuat kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan kewirausahaan di era digital saat ini.

Kata Kunci: Minat, Kewirausahaan, Modal Psikologis Kreatif

ABSTRACT

Entrepreneurship refers to an individual's ability to seize opportunities in developing a business with the aim of improving their quality of life. At SMK Negeri 1 Purwokerto, students are expected to possess the skills to identify and evaluate business opportunities, creatively transforming innovative ideas into reality, and thereby achieving success or increasing income. The main obstacle faced by SMK Negeri 1 Purwokerto is the suboptimal

interest of students in engaging in entrepreneurial activities. To address this challenge, a workshop is proposed with the goal of enhancing entrepreneurial interest through the application of creative psychological capital among students at SMK Negeri 1 Purwokerto. The method employed is a workshop, which aims to provide knowledge and information related to creative psychological capital in marketing product strategies, especially through social media and online marketplaces as promotional tools. This workshop is expected to stimulate student interest, provide new insights, and strengthen their readiness to face entrepreneurial challenges in the current digital era.

Keywords: Interests, Entrepreneurship, Creative Psychological Capital

PENDAHULUAN

Kewirausahaan bukan sekadar instrumen strategis untuk pertumbuhan ekonomi, tetapi juga merupakan pilar utama dalam pembangunan bangsa (Surucu dan Sesen, 2019; Lopez-Delgado et al., 2019). Sebagai sumber daya vital, kewirausahaan tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga mendorong kemajuan ekonomi, menjadi komponen kunci dalam menjaga stabilitas ekonomi negara (Farrukh et al., 2019). Perkembangan ini semakin dipertegas oleh meningkatnya tingkat pengangguran di seluruh ekonomi global pasca krisis keuangan 2008, mendorong upaya bersama untuk mendukung kewirausahaan di kalangan pelajar (Saputri, 2016; Farradinna, 2020; Basyah dkk, 2020).

Pentingnya mempromosikan kewirausahaan di kalangan pelajar diakui oleh banyak negara, di mana hal ini dianggap sebagai langkah esensial untuk mendorong pembangunan sosial ekonomi daerah (Dheer dan Lenartowicz, 2018). Lembaga pendidikan modern diharapkan memiliki peran sentral dalam promosi kewirausahaan sebagai bagian dari tugas utamanya (Lopes et al., 2020). Bakat kewirausahaan pelajar bukan hanya mempercepat pengenalan teknologi baru, tetapi juga menjadi pendorong inovasi. Mengingat individu cenderung mengikuti minat mereka, maka meningkatkan minat atau intensi berwirausaha menjadi faktor kunci (Darmawan dan Warmika, 2016).

SMK NEGERI 1 PURWOKERTO, sebuah lembaga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang terletak di Jalan Dr. Soeparno No. 29 Purwokerto, Desa Purwokerto Wetan, secara administratif berlokasi di wilayah Kecamatan

Banyumas, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Berdiri sejak tahun 1963, institusi pendidikan ini telah mengukuhkan identitasnya dengan menyediakan 8 Jurusan yang melibatkan bidang Teknik Komputer, Kesehatan, dan Manajemen Bisnis. Jurusan-jurusan unggulan yang ditawarkan mencakup Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik Komputer Dan Jaringan, Multi Media, Farmasi, Administrasi Perkantoran, Akuntansi, dan Pemasaran.

Di era globalisasi saat ini, ekonomi berbasis pengetahuan menuntut agar siswa, khususnya di SMK Negeri 1 Purwokerto, memperoleh keterampilan kewirausahaan untuk memenuhi kebutuhan dunia usaha di Indonesia. Salah satu pendekatan yang diambil untuk meningkatkan lapangan usaha adalah dengan meningkatkan keterampilan siswa, terutama melalui para siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Hasil wawancara dengan pihak sekolah SMK Negeri 1 Purwokerto mencatat bahwa masih ada siswa dengan minat berwirausaha yang rendah dan banyak yang tidak memiliki keterampilan khusus sehingga sulit bersaing di pasar. Beberapa siswa juga memiliki keinginan untuk berwirausaha namun terkendala oleh keterbatasan kemampuan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini tertarik untuk menyelenggarakan workshop dengan fokus pada peningkatan minat berwirausaha melalui penerapan modal psikologis kreatif pada siswa SMK Negeri 1 Purwokerto. Harapannya, workshop ini akan mendorong peningkatan minat siswa yang pada gilirannya diharapkan akan memberikan dampak positif pada peningkatan produktivitas siswa di SMK Negeri 1 Purwokerto, khususnya, dan Banyumas pada umumnya.

TARGET LUARAN YANG DICAPAI

Workshop ini merupakan penyuluhan dan pelatihan untuk meningkatkan minat siswa dalam berwirausaha melalui modal psikologis kreatif. Kreativitas dapat dianggap sebagai hasil dari perilaku kompleks seseorang dalam suatu situasi tertentu, yang dipengaruhi oleh faktor kontekstual dan sosial. Faktor-faktor ini dapat menjadi penyokong atau penghambat bagi prestasi kreatif (Luthans & Avolio,

2007). Interaksi dari pengaruh tersebut merangsang sifat kognitif dan nonkognitif serta kecenderungan individu yang dapat mengarah pada tindakan kreatif. Dalam konteks psikologi dan perilaku organisasi, kreativitas diartikan sebagai kemampuan menghasilkan ide, proses, atau prosedur yang baru dan bermanfaat. Modal psikologis kreatif, atau disebut juga sebagai *creative psychological capital*, merupakan potensi positif yang terinternalisasi dalam diri individu. Potensi ini dapat dinilai dan dapat diperkaya untuk menghasilkan konsep atau gagasan yang baru, yang didukung oleh keyakinan diri, harapan, keberanian, daya tahan, dan optimisme (Nurfaizal, 2018).

Dengan adanya modal psikologis kreatif yang solid pada siswa, diharapkan dapat meningkatkan minat kewirausahaan mereka. Hal ini bertujuan untuk mendorong siswa mengaplikasikan kreativitas dan inovasi dalam mengatasi serta mengidentifikasi peluang dari setiap permasalahan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Melalui kreativitas, siswa diharapkan dapat menghasilkan ide-ide baru dengan cara mengkombinasikan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide yang telah ada sebelumnya. Sementara itu, melalui inovasi, siswa diharapkan mampu menerapkan penemuan atas suatu proses produksi baru atau memperkenalkan produk baru kepada masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan ini adalah dengan mengumpulkan para siswa, khususnya siswa SMK Negeri 1 Purwokerto, melalui penyelenggaraan workshop. Pendekatan workshop dipilih sebagai bagian dari investasi dalam pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan kerja, serta diharapkan dapat meningkatkan kinerja secara keseluruhan (Simanjuntak, 2015).

Workshop diadakan selama satu hari dengan menyajikan materi meliputi manajemen SDM, manajemen pemasaran, bisnis digital, dan modal psikologis kreatif, baik dalam teori maupun praktik langsung. Setiap sesi workshop dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta, dengan harapan dapat

merangsang minat kewirausahaan secara langsung. Pendekatan ini memungkinkan para siswa untuk tidak hanya memahami konsep secara teoritis tetapi juga menerapkannya dalam situasi praktis.

Proses workshop ini dirancang dengan cermat, melibatkan partisipasi aktif para siswa dalam setiap sesi. Materi disajikan secara interaktif, memungkinkan siswa untuk terlibat langsung dalam diskusi, simulasi, dan latihan praktis. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam mengembangkan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan.

Pelaksanaan workshop ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan minat berwirausaha para siswa SMK Negeri 1 Purwokerto. Dengan meningkatnya minat, diharapkan akan tercermin pada peningkatan produktivitas siswa SMK di Kabupaten Banyumas secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kegiatan kordinasi awal dan identifikasi masalah

Koordinasi awal dengan SMK Negeri 1 Purwokerto, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, telah diadakan empat kali. Meliputi pengajuan surat ijin kepada pihak SMK Negeri 1 Purwokerto, komunikasi dengan kepala sekolah, komunikasi dengan wakil kepala sekolah bidang kesiswaan untuk identifikasi potensi siswa, identifikasi masalah awal, dan usulan kegiatan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra.

2. Pelaksanaan Kegiatan Utama

Kegiatan inti dari pengabdian masyarakat ini diadakan di halaman dan ruang aula SMK Negeri 1 Purwokerto, yang beralamat di Jl. DR. Soeparno No.29, Purwokerto Wetan, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas. Pada tanggal 17 Desember 2021, kegiatan dimulai pukul 08.00 dan berlangsung hingga selesai, dengan ketat menjalankan protokol kesehatan dan menjaga jarak. Dr. Yusmedi Nurfaizal, seorang dosen bisnis digital dan praktisi manajemen, menjadi pembicara dalam sesi ini, menyampaikan materi tentang berbagai topik,

termasuk strategi pemasaran, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, uji ide bisnis, analisis SWOT, model bisnis kanvas, dan modal psikologis kreatif.

Diskusi kemudian dilanjutkan dengan menjelaskan fitur-fitur yang tersedia di berbagai aplikasi media sosial dan platform market place, yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penjualan online. Penekanan juga diberikan pada pemanfaatan fitur iklan (ads), yang dapat meningkatkan visibilitas produk di halaman utama. Selanjutnya, peserta diajak untuk langsung mengaplikasikan metode berjualan melalui Instagram Ads.

DAFTAR HADIR SISWA PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN
SMK NEGERI 1 PURWOKERTO

Hari, Tanggal: Jum'at 19 Desember 2021 Kelas: X TKJ 1

No	Nama Siswa	Tanda Tangan
1.	Alghathah Nurfarida	1.
2.	Aksela Geza Devi Akmal	2.
3.	Artharani Feonisa	3.
4.	Bahagi Febrina Adhikesuma	4.
5.	Dauya Yaramania Putri Ramadhani	5.
6.	Dea ovita Aprilia	6.
7.	Eka Riji Lestari	7.
8.	Erna Wardiyanti	8.
9.	Fandhi Nabila Prasema	9.
10.	Fatihah Nurjannah	10.
11.	Fidela Novelin	11.
12.	Hilda Yuliana	12.
13.	Ibnu Halim Kurnia Agung	13.
14.	Hilari Nazah	14.
15.	Indra Wahyu Nugroho	15.
16.	Luhjan Firman Ghani	16.
17.	M. Hafid Difaras	17.
18.	Marcha Putri Ramadhanti	18.
19.	Maria Soro'ah	19.
20.	Mohamad Ferdiansyah	20.
21.	Muhammad Fauzan Firdaus	21.
22.	Mausa Rizki	22.
23.	Negoro Eka Pratomo	23.
24.	Pita Asaura	24.
25.	Putra Nugroho Syalendra Dani	25.
26.	Rahyan Adhiana	26.
27.	Risqullah Nur Ramadhan	27.
28.	Robby Ahmad Febrian	28.
29.	Sri Widiyanti	29.
30.	Sulis Subianto	30.
31.	Thania Rachma Adha Utami	31.
32.	Ugi Dewa Sri Latri	32.
33.	Winda Melanti	33.
34.	Yunita Septi	34.
35.	Yusriyanti	35.
36.		36.

Gambar 1. Contoh Daftar Peserta Pelatihan



Gambar 2. Contoh Materi Pelatihan

KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjudul "Workshop Peningkatan Minat Kewirausahaan Melalui Modal Psikologis Kreatif Pada Siswa SMK Negeri 1 Purwokerto," dapat disimpulkan bahwa seluruh proses berjalan dengan baik. Harapannya, minat siswa dapat ditingkatkan melalui penerapan modal psikologis kreatif, yang mencakup keberanian, keyakinan diri, harapan, daya tahan, dan optimisme. Para siswa juga berhasil memahami dan menguasai berbagai aspek terkait, seperti strategi pemasaran, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, pengujian ide bisnis, analisis SWOT, serta perancangan model bisnis kanvas. Terdapat peningkatan minat siswa yang terlihat melalui kemahiran mereka dalam menggunakan media sosial dan platform market place. Dalam kerangka ini, media sosial dan market place memiliki potensi untuk dioptimalkan sebagai sarana pemasaran digital dengan memanfaatkan beragam fitur yang tersedia. Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi terkait penerapan modal psikologis kreatif dalam memasarkan produk melalui media sosial dan market place sebagai upaya promosi online.

Selain itu, diharapkan bahwa kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam merumuskan dan menyampaikan ide atau konsep bisnis dengan efektif dan mudah dipahami. Dari hasil kegiatan ini, diharapkan agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara berkelanjutan, seperti pembahasan trik dan strategi pemasaran media sosial, pelatihan teknik fotografi untuk keperluan bisnis, pengembangan merek produk, dan berbagai pelatihan bisnis digital lainnya yang dapat membantu remaja, khususnya siswa SMK 1 Purwokerto, dalam mengaplikasikan ilmu yang mereka pelajari di sekolah..

DAFTAR PUSTAKA

- Basyah Nazaruddin Ali, Irham Fahmi, A. Razak. 2020. Pendidikan Kewirausahaan Masa Covid-19 : Satu Tinjauan. *Jurnal Pencerahan*. Vol. 14, No. 1
- Darmawan dan Warmika. 2016. Pengaruh Norma Subjektif, Personal Attitude, Perceived Behavior Control, Dan Aspek Psikologis Terhadap Minat Wirausaha (Entrepreneurial Intention). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.7, 2016: 4660-4689
- Dheer, R.J. and Lenartowicz, T. 2018. Multiculturalism and entrepreneurial intentions: understanding the mediating role of cognitions, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 42 No. 3, pp. 426-466
- Farradinna, F Fikri. 2020. Intensi Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa ditinjau dari Motivasi Berprestasi dan Ketakutan pada Kegagalan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. Prosiding PKM-CSR, Vol. 2 (2019)
- Farrukh, M., Lee, J.W.C., Sajid, M. and Waheed, A. 2019. Entrepreneurial intentions, *Education Training*, Vol. 61 Nos 7-8, pp. 984-1000
- Lopez-Delgado, P., Iglesias-Sanchez, P.P. and Jambrino-Maldonado, C. 2019. Gender and university degree: a new analysis of entrepreneurial intention, *Education p Training*, Vol. 61 No 7-9, pp. 797-814.
- Lopes, J., Teixeira, S.J., Ferreira, J.J., Silveira, P., Farinha, L. and Lussuamo, J. 2020. University entrepreneurial intentions: mainland and insular regions—are they different?, *Education p Training*, Vol. 62 No. 2, pp. 81-99.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. 2007. *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. Oxford University Press
- Nurfaizal, Yusmedi. 2016. Modal psikologis kreatif creative psychological capital (CrePsyCap). *Probisnis*. Vol 9, No 2. Pp. 71-85
- Simanjuntak, P.J. 2015. *Manajemen Evaluasi Kinerja*. Edisi Ketiga. Cetakan Keempat. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Surucu, L. and Sesen, H. 2019. Entrepreneurial behaviors in the hospitality industry: human resources management practices and leader member exchange role, *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, Vol. 66 No. 1, pp. 114-132