

EDUPRENEURSHIP

PADA PENDIDIKAN DASAR

Penulis :

Yosi Yulizah, M.Pd.I

Agus Riyan Oktori, M.Pd.I

Editor:

Rahadian Kurniawan



LP2 IAIN CURUP

LP2 IAIN CURUP

EDUPRENEURSHIP PADA PENDIDIKAN DASAR

Penulis : Yosi Yulizah, M.Pd.I
Agus Riyan Oktori, M.Pd.I

Editor : Rahadian Kurniawan

Layout : Sanca Irawan

Penerbit : LP2 IAIN Curup

Alamat : Jl. Dr. Ak Gani No. 1, Dusun Curup,
Rejang Lebong – Bengkulu – Indonesia

Website : <http://book.iaincurup.ac.id>

Email : publikasi@iaincurup.ac.id

ISBN : _____

Cetakan Pertama, September 2024

**Dilarang mengutip buku ini sebagian maupun seluruhnyadan
dilarang memperbanyak tanpa izin tertulis dari penerbit**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas limpahan rahmat dan hidayahnya kepada Allah SWT, karena dengan petunjuk dan bimbingan Nya Buku Referensi ini dapat diselesaikan. Buku referensi ini berkaitan dengan materi Edupreneurship Pada Pendidikan Dasar yang dibutuhkan mahasiswa dan dosen sebagai referensi dalam kegiatan perkuliahan. Diharapkan dengan adanya Buku Referensi ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam Perkuliahan.

Selesainya Buku Referensi ini tidak terlepas dari dukungan baik moril maupun materi berbagai pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak civitas akademika IAIN Curup, selain itu juga ucapan terima kasih kepada tim penyusun yang telah sama-sama membantu menyelesaikan Buku Referensi ini. Semoga Buku Referensi ini memberikan manfaat dan bernilai ibadah bagi kita semua.

Kami menyadari Buku Referensi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu saran, masukan dan kritik untuk perbaikan selanjutnya sangat diharapkan. Tim penyusun berharap karya Buku Referensi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa dan dosen khususnya.

Curup, September 2024

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
BAB II	
KONSEP DASAR EDUPRENEURSHIP	18
A. Pengertian Edupreneurship	18
B. Tujuan dan Manfaat Edupreneurship.....	24
C. Ruang Lingkup Program Edupreneurship.....	27
D. Nilai-nilai Pokok dalam Edupreneurship.....	27
E. Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah.....	31
BAB III	
ETIKA EDUPRENEURSHIP	34
A. Etika Kewirausahaan.....	34
B. Tujuan dan Manfaat Etika Kewirausahaan.....	38
C. Karakteristik Wirausaha.....	40
D. Penilaian Potensi Diri Wirausaha.....	46
BAB IV	
PELUANG DAN TANTANGAN EDUPRENEURSHIP	48
A. Peran Kewirausahaan dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional.....	48
B. Peluang dan Tantangan Edupreneurship.....	54
C. Cara Membaca Peluang	58
D. Strategi Mengatasi Tantangan.....	63

BAB V

STRATEGI PEMASARAN DAN KEUANGAN DALAM

EDUPRENEURSHIP.....	66
A. Strategi Pemasaran.....	66
B. Langkah-langkah Strategi Pemasaran.....	69
C. Pendekatan Strategi Pemasaran.....	72
D. Fungsi Pengelolaan Keuangan.....	74
E. Langkah-langkah Pengelolaan Keuangan.....	78

BAB VI

BUSINESS PLAN.....	83
A. Definisi Business Plan.....	83
B. Tujuan Pembuatan Business Plan.....	84
C. Format Business Plan	86
D. Langkah-langkah Membuat Business Plan.....	90

BAB VII

PENGELOLAAN RISIKO USAHA.....	92
A. Pengertian Risiko Usaha.....	92
B. Macam-macam Risiko Usaha.....	100
C. Langkah Dasar Mengelola Risiko Usaha.....	108
D. Metode Menangani Risiko.....	111

BAB VIII

EDUPRENEURSHIP DI ERA DIGITAL.....	114
A. Revolusi Digital.....	114
B. Pertentangan Dehumanisasi dengan Kewirausahaan Digital.....	118
C. Pengembangan Kewirausahaan Sosial Digital.....	124
D. Kewirausahaan Digital Lewat Fotografi.....	127
E. Pelatihan Digital Marketing: Website dan Marketplace.....	132
F. Digitalisasi.....	137

BAB IX	
INTEGRASI EDUPRENEURSHIP DALAM PENDIDIKAN	
DASAR.....	140
A. <i>Framework</i> Pengintegrasian Edupreneurship Di Setiap Satuan Pendidikan.....	140
B. Kajian Nilai-nilai Kewirausahaan dalam SKL, SI, dan Pembelajaran.....	141
C. Pemetaan Nilai-nilai Kewirausahaan dan Indikator Keberhasilan di Satuan Pendidikan Dasar.....	143
D. Prinsip Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan.....	157
E. Cara Mengintegrasikan Pendidikan Kewirausahaan Tiap Satuan Pendidikan.....	158
F. Penilaian Pendidikan Kewirausahaan.....	171
KESIMPULAN	174
DAFTAR PUSTAKA	178

BAB I

PENDAHULUAN

Buku referensi ini berjudul “Edupreneurship pada Pendidikan Dasar” buku dirancang untuk memberikan panduan mendalam mengenai kajian konseptual tentang edupreneurship dalam konteks pendidikan dasar di perguruan tinggi, dengan cakupan yang luas mulai dari konsep dasar hingga implementasi praktis. Isi buku ini dapat diuraikan; Bagian pertama buku ini membahas konsep dasar edupreneurship secara komprehensif. Pengertian Edupreneurship akan dijelaskan dengan merinci definisi edupreneurship dalam konteks pendidikan dasar dan membandingkannya dengan kewirausahaan konvensional. Pembahasan ini mencakup komponen-komponen utama yang membentuk definisi edupreneurship, serta bagaimana konsep ini dapat diterapkan dalam kurikulum pendidikan dasar yang ada pada perguruan tinggi. Tujuan dan manfaat dari penerapan edupreneurship dalam pendidikan dasar juga akan dibahas, termasuk cara-cara untuk mengukur dan menilai manfaat

tersebut. Buku ini juga mencakup Ruang Lingkup Program Edupreneurship, menjelaskan berbagai aspek penting dari program edupreneurship yang dapat diterapkan di perguruan tinggi, serta Nilai-nilai Pokok dalam Edupreneurship, yang meliputi nilai-nilai yang perlu diajarkan dan diintegrasikan dalam kegiatan pembelajaran.

Bagian kedua fokus pada aspek etika dalam edupreneurship. Etika Kewirausahaan membahas prinsip-prinsip etika yang harus diperhatikan dalam praktik edupreneurship, serta bagaimana etika ini dapat diajarkan kepada mahasiswa secara efektif. Selanjutnya, Tujuan dan Manfaat Etika Kewirausahaan menjelaskan bagaimana pemahaman etika kewirausahaan dapat mempengaruhi perkembangan karakter mahasiswa dan manfaat yang diperoleh dari penerapan etika ini. Karakteristik Wirausaha membahas atribut yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha dan bagaimana karakteristik ini dapat dikembangkan di kalangan mahasiswa. Selain itu, Penilaian Potensi Diri Wirausaha menjelaskan metode dan alat penilaian yang efektif untuk mengidentifikasi dan mengembangkan potensi kewirausahaan mahasiswa.

Bagian ketiga mengeksplorasi berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam penerapan edupreneurship. Peran Kewirausahaan dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional membahas bagaimana kewirausahaan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan relevansinya untuk siswa di pendidikan dasar. Peluang dan Tantangan Edupreneurship mengidentifikasi berbagai peluang yang tersedia serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam penerapan edupreneurship. Cara Membaca Peluang memberikan teknik dan alat untuk membantu mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang kewirausahaan. Strategi Mengatasi Tantangan menawarkan strategi praktis untuk mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul.

Bagian keempat membahas strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang efektif untuk proyek edupreneurship mahasiswa. Strategi Pemasaran menguraikan metode pemasaran yang dapat diterapkan dalam proyek edupreneurship. Langkah-langkah Strategi Pemasaran dan Pendekatan Strategi Pemasaran memberikan panduan praktis dan pendekatan untuk merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif. Fungsi Pengelolaan Keuangan menjelaskan peran penting pengelolaan keuangan dalam proyek kewirausahaan, sedangkan Langkah-

langkah Pengelolaan Keuangan membahas langkah-langkah yang perlu diambil untuk pengelolaan keuangan yang efektif.

Bagian kelima menyediakan panduan terperinci mengenai pembuatan business plan. Definisi Business Plan menjelaskan apa itu business plan dan relevansinya untuk mahasiswa. Tujuan Pembuatan Business Plan menguraikan tujuan utama dari menyusun business plan. Format Business Plan membahas format ideal untuk business plan, sementara Langkah-langkah Membuat Business Plan memberikan panduan langkah demi langkah dalam penyusunan business plan. Pemasaran Sosial Media membahas bagaimana menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran dalam business plan.

Bagian keenam menjelaskan Pengelolaan Risiko Usaha adalah proses penting yang melibatkan pemahaman mendalam tentang risiko yang dihadapi oleh bisnis. Risiko usaha dapat dibagi menjadi berbagai kategori, seperti risiko finansial, operasional, dan pasar. Untuk mengelola risiko ini, langkah-langkah dasar seperti identifikasi, analisis, dan evaluasi risiko perlu dilakukan. Setelah itu, bisnis harus menerapkan metode yang efektif dalam menangani risiko, termasuk menghindari, mengurangi, atau mentransfer risiko tersebut. Dengan

pendekatan yang sistematis terhadap pengelolaan risiko, perusahaan dapat menjaga keberlanjutan dan stabilitas operasional, serta meminimalkan dampak negatif yang mungkin timbul dari ketidakpastian di lingkungan bisnis.

Bagian ketujuh Buku ini berfokus pada Edupreneurship di Era Digital, yang membahas dampak revolusi digital dalam menciptakan peluang baru untuk kewirausahaan digital dan sosial. Dalam konteks ini, penggunaan teknologi, termasuk fotografi dan pelatihan digital marketing, menjadi sangat penting untuk membantu individu dan bisnis beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Buku ini juga mengkaji tantangan dehumanisasi yang dihadapi dalam era digital dan menawarkan solusi melalui pengembangan keterampilan digital. Dengan menekankan pentingnya inovasi dan kreativitas, buku ini bertujuan untuk membekali pembaca dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam lingkungan bisnis yang semakin digital.

Bagian terakhir buku ini fokus pada integrasi edupreneurship dalam kurikulum pendidikan dasar. Framework Pengintegrasian Edupreneurship Di Setiap Satuan Pendidikan menguraikan bagaimana framework untuk integrasi

edupreneurship dapat dirancang dan diterapkan. Kajian Nilai-nilai Kewirausahaan dalam SKL, SI, dan Pembelajaran membahas bagaimana nilai-nilai kewirausahaan dikaji dan diintegrasikan dalam standar kompetensi lulusan, standar isi, dan proses pembelajaran. Pemetaan Nilai-nilai Kewirausahaan dan Indikator Keberhasilan di Satuan Pendidikan Dasar mengidentifikasi indikator keberhasilan untuk menilai efektivitas program edupreneurship. Kurikulum yang Berorientasi pada Keterampilan menjelaskan bagaimana kurikulum dapat disesuaikan untuk berorientasi pada keterampilan kewirausahaan, sementara Cara Mengintegrasikan Pendidikan Kewirausahaan Tiap Satuan Pendidikan memberikan strategi untuk integrasi kurikulum. Terakhir, Penilaian Pendidikan Kewirausahaan membahas metode penilaian untuk mengevaluasi efektivitas program edupreneurship.

Rumusan masalah dalam buku referensi ini mencakup berbagai aspek kunci dari edupreneurship dalam konteks pendidikan dasar di perguruan tinggi. Buku ini dimulai dengan penjelasan mengenai pengertian edupreneurship, mencakup bagaimana definisi edupreneurship membedakan dirinya dari kewirausahaan tradisional dan komponen-komponen yang

membentuk pengertian ini. Pembahasan ini juga akan menguraikan prinsip-prinsip fundamental edupreneurship yang diintegrasikan dalam kurikulum pendidikan dasar di perguruan tinggi dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut mempengaruhi pengembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Tujuan utama penerapan edupreneurship dalam pendidikan dasar serta manfaat yang diharapkan bagi mahasiswa dan institusi pendidikan juga akan diuraikan, termasuk metode untuk mengukur dan menilai manfaat tersebut dalam lingkungan perguruan tinggi. Ruang lingkup program edupreneurship serta nilai-nilai pokok yang harus diajarkan dan diintegrasikan dalam proses pembelajaran juga akan dianalisis.

Buku ini juga akan membahas etika kewirausahaan dengan fokus pada prinsip-prinsip etika yang harus diperhatikan dalam penerapan edupreneurship di pendidikan dasar serta cara-cara efektif untuk mengajarkannya kepada mahasiswa. Manfaat memahami etika kewirausahaan bagi pengembangan karakter mahasiswa juga menjadi bagian dari pembahasan ini. Selain itu, buku ini akan mengeksplorasi cara-cara penilaian potensi diri wirausaha, termasuk metode dan alat yang digunakan untuk mengukur bakat dan kemampuan

kewirausahaan mahasiswa secara objektif. Selanjutnya, buku ini akan meneliti peluang dan tantangan yang ada dalam penerapan edupreneurship di pendidikan dasar, serta strategi untuk membaca peluang dan mengatasi tantangan yang mungkin muncul.

Aspek lain yang dibahas mencakup strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan untuk proyek edupreneurship mahasiswa. Buku ini akan menjelaskan strategi pemasaran yang efektif, langkah-langkah yang perlu diambil dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran, serta pendekatan yang dapat digunakan untuk membuat strategi ini lebih relevan dan efektif bagi mahasiswa. Fungsi pengelolaan keuangan dalam proyek edupreneurship dan langkah-langkah yang harus diambil dalam pengelolaan keuangan juga akan dibahas, serta cara mengajarkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan kepada mahasiswa. Buku ini juga akan mengkaji pentingnya business plan dalam konteks edupreneurship, termasuk definisi business plan, tujuan pembuatan, format ideal, langkah-langkah pembuatan, dan penerapan pemasaran melalui media sosial. Terakhir, buku ini akan membahas integrasi edupreneurship dalam kurikulum pendidikan dasar, termasuk framework

pengintegrasian edupreneurship di berbagai satuan pendidikan, kajian nilai-nilai kewirausahaan dalam standar kompetensi, pemetaan indikator keberhasilan, serta penilaian pendidikan kewirausahaan. Tujuan akhir dari buku ini adalah untuk memberikan panduan menyeluruh mengenai implementasi dan evaluasi program edupreneurship di perguruan tinggi.

Buku referensi ini menghadirkan sejumlah kebaruan yang penting dalam bidang edupreneurship, terutama dalam konteks pendidikan dasar. Pertama, buku ini menawarkan pendekatan terintegrasi yang menyeluruh dengan menggabungkan berbagai elemen edupreneurship dalam kurikulum, termasuk prinsip dasar, etika, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Pendekatan ini memberikan panduan komprehensif mengenai kewirausahaan yang dapat diterapkan dari tingkat dasar. Buku ini juga menekankan pentingnya etika kewirausahaan dan pengembangan karakter, aspek yang seringkali kurang diperhatikan dalam materi kewirausahaan, namun krusial untuk pembentukan integritas dan karakter wirausaha sejak dini.

Selain itu, buku ini menyajikan panduan mendetail tentang strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang

relevan dengan konteks pendidikan dasar, lengkap dengan langkah-langkah praktis dan contoh nyata. Ini memudahkan siswa untuk memahami dan menerapkan konsep-konsep kewirausahaan dalam proyek mereka. Panduan pembuatan business plan yang terperinci juga disediakan, termasuk format dan langkah-langkah yang diperlukan, serta penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran, yang penting namun seringkali diabaikan dalam pendidikan dasar. Buku ini juga menawarkan framework terstruktur untuk mengintegrasikan edupreneurship dalam kurikulum pendidikan dasar, mencakup kajian nilai-nilai kewirausahaan, indikator keberhasilan, dan model kolaborasi antara sekolah dan dunia usaha untuk mendukung pengembangan edupreneurship. Dengan kebaruan ini, buku ini diharapkan dapat memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan dan mempersiapkan siswa dengan keterampilan yang relevan untuk dunia usaha.

Metodologi yang digunakan dalam pembuatan buku referensi edupreneurship pada pendidikan dasar di perguruan tinggi adalah metode pengembangan dengan model 4D, yang meliputi *Define, Design, Develop, dan Disseminate*.

Pada tahap *Define*, penulis menetapkan tujuan pembelajaran yang diinginkan sebagai hasil atau tolok ukur dalam proses pembelajaran. Tujuan ini menjadi dasar analisis dalam pengembangan buku referensi edupreneurship pada pendidikan dasar. Analisis ini membantu memahami aspek-aspek penting yang harus dicakup dalam buku, seperti kompetensi yang diharapkan dari siswa dan materi yang relevan serta sesuai dengan tingkat pendidikan dasar.

Setelah analisis selesai, penulis melanjutkan ke tahap *Design*. Di tahap ini, penulis merancang media pembelajaran dengan memilih konten materi yang akan disajikan dan menentukan bentuk media yang tepat. Materi yang dipilih harus sesuai dengan tujuan pembelajaran dan menarik serta mudah dipahami oleh siswa pendidikan dasar. Bentuk media yang dipilih, seperti gambar, cerita, dan aktivitas interaktif, harus mendukung proses pembelajaran yang efektif dan menyenangkan.

Tahap berikutnya adalah *Develop*, di mana penulis mewujudkan media pembelajaran yang telah dirancang menjadi buku referensi. Konten materi disusun secara sistematis dan terstruktur sehingga mudah digunakan oleh pendidik. Buku

referensi ini mencakup berbagai aspek edupreneurship yang relevan, seperti konsep dasar kewirausahaan, keterampilan berwirausaha, dan nilai-nilai yang mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan. Penulis juga melakukan uji coba terhadap buku referensi untuk memastikan efektivitasnya.

Tahap terakhir adalah *Disseminate*, di mana buku referensi yang telah dikembangkan disebar dan digunakan dalam proses pembelajaran. Penyebaran ini bertujuan agar buku referensi tersebut dapat memberikan manfaat maksimal dalam mengajarkan konsep edupreneurship kepada mahasiswa dan oleh para pendidik untuk mendukung pembelajaran yang lebih baik dan efektif.

Melalui tahapan-tahapan ini, buku referensi edupreneurship pada pendidikan dasar yang dihasilkan diharapkan menjadi alat bantu yang efektif dalam mengajarkan konsep kewirausahaan kepada mahasiswa sebagai bekal untuk mampu menyampaikan ilmunya ke siswa pendidikan dasar, membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan sejak dini.

Buku referensi edupreneurship pada pendidikan dasar didasarkan pada beberapa teori yang memberikan landasan ilmiah dan praktis untuk pengembangan serta penerapan materi pembelajaran. Beberapa teori utama yang mendukung buku referensi ini antara lain:

1. Teori Konstruktivisme

Teori konstruktivisme, yang dikembangkan oleh Piaget (1954) dan Vygotsky (1978), menekankan bahwa siswa membangun pengetahuan mereka sendiri melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan. Dalam konteks edupreneurship, teori ini diterapkan dengan mengajak mahasiswa untuk aktif dalam kegiatan yang memungkinkan mereka mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Proyek nyata dan simulasi bisnis memberikan mahasiswa kesempatan untuk belajar melalui pengalaman langsung, membangun pengetahuan praktis, dan memahami konsep-konsep kewirausahaan secara mendalam.

2. Teori Belajar Sosial

Teori belajar sosial yang diperkenalkan oleh Albert Bandura (1977) menekankan pentingnya observasi dan modeling dalam proses belajar. Mahasiswa dapat belajar

tentang kewirausahaan dengan mengamati dan meniru perilaku wirausahawan sukses. Pendekatan ini juga melibatkan pembelajaran kolaboratif, di mana mahasiswa bekerja sama dalam tim untuk mengembangkan ide bisnis. Melalui kerja tim, mahasiswa dapat berbagi pengetahuan, saling mendukung, dan belajar dari pengalaman satu sama lain, yang pada gilirannya memperkaya proses pembelajaran mereka.

3. Teori Kecerdasan Majemuk

Howard Gardner (1983) memperkenalkan teori kecerdasan majemuk yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki berbagai jenis kecerdasan yang dapat dikembangkan. Dalam *edupreneurship*, mahasiswa didorong untuk mengenali dan memanfaatkan berbagai kecerdasan mereka, seperti kecerdasan logis-matematis, kecerdasan linguistik, dan kecerdasan interpersonal. Misalnya, mahasiswa dengan kecerdasan logis-matematis dapat unggul dalam analisis bisnis dan perencanaan keuangan, sementara mereka dengan kecerdasan interpersonal dapat menjadi pemimpin tim yang efektif.

4. Teori Motivasi

Teori motivasi, seperti teori kebutuhan Maslow (1943) dan teori dua faktor Herzberg (1959), digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong mahasiswa untuk belajar dan berusaha. Dalam edupreneurship, penting untuk memotivasi mahasiswa dengan menunjukkan relevansi praktis dari keterampilan kewirausahaan dalam kehidupan nyata. Penghargaan atas pencapaian mahasiswa, baik dalam bentuk pujian, sertifikat, atau kesempatan untuk berpartisipasi dalam kompetisi bisnis, juga dapat meningkatkan motivasi mereka untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan.

5. Teori Pembelajaran Experiential

Teori pembelajaran experiential yang dipopulerkan oleh David Kolb (1984) menekankan pentingnya pembelajaran melalui pengalaman langsung. Dalam edupreneurship, mahasiswa dilibatkan dalam aktivitas praktis seperti menjalankan proyek bisnis kecil, melakukan riset pasar, dan membuat rencana bisnis. Melalui pengalaman langsung ini, mahasiswa dapat belajar dari kesalahan, menemukan solusi

kreatif, dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang nyata.

6. Teori Pengembangan Kreativitas

Teori pengembangan kreativitas yang dibahas oleh Torrance (1966) menyoroti pentingnya kreativitas dalam proses kewirausahaan. Mahasiswa diajarkan untuk berpikir kreatif, menemukan solusi inovatif, dan mengembangkan ide-ide baru yang dapat diubah menjadi peluang bisnis. Proses ini melibatkan brainstorming, prototyping, dan iterasi, yang semuanya penting dalam mengasah keterampilan kreatif mahasiswa.

7. Teori Pengambilan Keputusan

Teori pengambilan keputusan yang dijelaskan oleh Herbert A. Simon (1960) memberikan panduan tentang bagaimana mahasiswa dapat membuat keputusan yang baik dalam konteks bisnis. Mereka diajarkan untuk menganalisis informasi, mempertimbangkan berbagai alternatif, dan membuat keputusan yang didasarkan pada data dan intuisi bisnis yang kuat. Kemampuan untuk membuat keputusan yang baik sangat penting dalam kewirausahaan, di mana

ketidakpastian dan risiko sering kali menjadi bagian dari proses.

Dengan mendasarkan buku referensi edupreneurship pada teori-teori ini, penulis dapat memberikan pendekatan yang komprehensif dan terstruktur dalam mengajarkan konsep kewirausahaan kepada mahasiswa di perguruan tinggi. Teori-teori ini tidak hanya memberikan kerangka kerja ilmiah, tetapi juga menyediakan strategi praktis yang dapat diterapkan dalam proses pembelajaran untuk mencapai hasil yang optimal. Dengan demikian, mahasiswa akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan, yang pada akhirnya dapat membantu mereka menjadi wirausahawan yang sukses di masa depan.

BAB II

KONSEP DASAR

EDUPRENEURSHIP

A. Pengertian Edupreneurship

Perkembangan globalisasi telah mengubah dinamika dunia menjadi lebih terbuka, dengan persaingan bisnis antara perusahaan nasional dan internasional yang semakin intens melalui perdagangan lintas negara. Setiap entitas berusaha untuk memperoleh dominasi di pasar global, baik dalam penawaran barang maupun jasa. Oleh karena itu, penting bagi negara untuk memiliki pemimpin yang dapat berperan aktif dalam kompetisi ini. Peran wirausaha menjadi krusial dalam membantu negara mengambil bagian dalam persaingan global tersebut.

Dewasa ini, banyak anak muda tertarik dengan profesi bisnis yang dianggap menjanjikan. Ini bisa berasal dari sarjana, lulusan diploma, hingga remaja yang mulai tertarik pada dunia bisnis. Salah satu penyebabnya adalah persaingan ketat di antara

para pencari kerja, yang membuat lowongan pekerjaan semakin terbatas.

Setiap individu memiliki potensi untuk menjadi wirausaha karena kewirausahaan dapat diperoleh melalui kemampuan berpikir kreatif dan bertindak inovatif. Contohnya, petani, karyawan, pegawai pemerintah, mahasiswa, guru, pemimpin proyek, dan lain sebagainya. Awalnya, kewirausahaan ditemui dalam konteks bisnis, tetapi belakangan ini telah berkembang dalam berbagai aspek kehidupan, bahkan menjadi salah satu syarat untuk memimpin suatu organisasi (Suryana, 2006). Hal ini menunjukkan bahwa siapa pun dapat menjadi wirausaha, karena pada dasarnya setiap orang memiliki potensi untuk mandiri dalam menjalankan usaha atau pekerjaannya demi mencapai tujuan pribadi, keluarga, masyarakat, bangsa, dan negara (Mubasit, 2015)

Edupreneurship merupakan gabungan dari kata *education* (pendidikan) dan *entrepreneurship* (kewirausahaan). Edupreneurship bertujuan untuk mengintegrasikan konsep dan sikap kewirausahaan ke dalam ranah pendidikan. Pendekatan ini menggabungkan pemahaman tentang pendidikan sebagai proses pengembangan diri dengan konsep entrepreneur yang mencakup

jiwa petualang, kemampuan mengambil risiko, dan keterampilan berwirausaha. Seorang entrepreneur tidak hanya menjadi pengusaha semata, tetapi juga harus memiliki nilai tambah dan keunikan yang membedakannya (Musyadar & Gumilar, 2022).

Dari segi etimologis, Edupreneurship dapat dijelaskan sebagai pendidikan dalam bidang kewirausahaan, yang merupakan proses pembelajaran yang menitikberatkan pada aktivitas berwirausaha baik secara teoritis maupun praktis. Penting untuk menegaskan perbedaan antara teori dan praktik dalam konteks ini karena kewirausahaan bukanlah sekadar mitos, melainkan merupakan konsep yang realistis atau konstruksi yang dapat dipelajari melalui proses pembelajaran, pelatihan, simulasi, dan magang yang intensif. Dalam makna kewirausahaan di sini, terdapat tiga elemen penting yang perlu dipahami, yaitu kreativitas dan inovasi, penciptaan peluang, dan pengambilan risiko yang terhitung. Apabila konsep entrepreneur dipahami melalui ketiga aspek tersebut, maka setiap individu dapat dianggap sebagai seorang entrepreneur yang memiliki potensi untuk menjadi pembaharu yang kreatif, pencipta peluang yang handal, dan pengambil risiko yang berani (Kasmir, 2011).

Menurut Kementerian Pendidikan Nasional, kewirausahaan adalah kemampuan, sikap, dan jiwa untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki nilai dan manfaat yang signifikan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Ini mencakup sikap mental yang selalu aktif dan kreatif, serta kemampuan untuk berdaya, menciptakan, berkarya, sederhana, dan berusaha untuk meningkatkan pendapatan melalui aktivitas usaha (Syarfan, 2023). Sedangkan wirausaha dijelaskan sebagai individu yang mahir dalam memanfaatkan peluang untuk mengembangkan usahanya dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup. Semangat kewirausahaan ini tidak hanya relevan bagi para pengusaha, tetapi juga penting untuk dimiliki oleh berbagai profesi dan peran dalam berbagai fungsi yang berbeda, termasuk guru, dosen, siswa, mahasiswa, dokter, tentara, polisi, dan lain sebagainya.

Faktor-faktor yang memicu perkembangan potensi edupreneurship pada setiap individu tidak seragam. Menurut Riant Nugroho, terdapat tiga tipe entrepreneur yang berbeda, yaitu mereka yang memulai karier sebagai entrepreneur karena terpaksa, karena adanya kesempatan, atau karena merupakan pilihan pribadi (Astuti & Ismail, 2021).

Ada tiga situasi yang dapat mendorong individu untuk membangun potensi edupreneurship mereka (Astuti & Ismail, 2021). *Pertama*, seseorang mungkin terdorong untuk hidup mandiri, misalnya dengan memulai usaha seperti beternak, berdagang, atau memulai bisnis tertentu karena terpaksa, seperti akibat keterbatasan ekonomi, kemiskinan, putus sekolah, atau kehilangan orang tua. Ada juga yang memilih untuk menjadi pengusaha setelah di-PHK dari pekerjaan sebelumnya.

Kedua, individu dapat memulai bisnis karena adanya dukungan dari kekuasaan. Misalnya, seseorang memulai bisnis setelah melihat adanya peluang dan kesempatan yang muncul, seperti kebijakan atau fasilitas politik yang diberikan oleh pemerintah.

Ketiga, ada yang telah menetapkan visi untuk meraih kesuksesan dan kekayaan dengan membangun bisnis dan jaringan usaha, karena mereka tidak ingin menjadi karyawan. Mereka berusaha mewujudkan impian mereka akan kekayaan, kemakmuran, dan kebebasan finansial tanpa terikat oleh waktu kerja dengan penghasilan yang maksimal. Biasanya, mereka mengikuti pendidikan formal dalam bidang manajemen, bisnis,

dan keuangan, atau mengikuti berbagai pelatihan motivasi, kursus, dan pelatihan manajemen bisnis.

Wirausaha adalah individu yang mandiri, yang memiliki perusahaan sebagai sumber penghasilannya. Dengan kata lain, mereka tidak tergantung pada orang lain. Untuk mendirikan perusahaan, mereka mengumpulkan sumber daya atau faktor produksi dan membentuk struktur organisasi perusahaan (Asyari, 2014). Tindakan-tindakan ini memiliki dampak pertama pada diri mereka sendiri, seperti menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat dan pemerintah, memberikan kesempatan kerja kepada tenaga kerja lain serta meningkatkan pendapatan, memanfaatkan sumber daya bahan baku yang belum dimanfaatkan sehingga memberikan manfaat bagi masyarakat, menciptakan teknologi baru untuk meningkatkan akumulasi pengetahuan teknologi yang sudah ada di masyarakat, mendorong investasi di berbagai bidang, meningkatkan basis pajak bagi pemerintah, dan meningkatkan citra suatu bangsa. Secara keseluruhan, hal ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Peran seorang wirausaha memiliki dampak baik secara internal maupun eksternal. Dari segi internal, wirausaha

berfungsi untuk mengurangi ketergantungan pada orang lain, meningkatkan rasa percaya diri, dan juga meningkatkan daya beli individu yang terlibat. Dalam konteks eksternal, wirausaha berperan dalam menciptakan lapangan kerja bagi pencari kerja. Dengan memberikan kesempatan kerja, wirausaha membantu mengurangi tingkat pengangguran secara nasional karena tenaga kerja terserap dalam peluang kerja yang diciptakan oleh wirausaha tersebut (Asyari, 2014).

Penurunan tingkat pengangguran memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan per kapita dan daya beli masyarakat, serta pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan di tingkat nasional. Selain itu, dampaknya juga terasa dalam menurunnya tingkat kriminalitas yang sering kali dipicu oleh tingginya tingkat pengangguran.

B. Tujuan dan Manfaat Edupreneurship

Peran seorang wirausaha dalam perekonomian suatu negara adalah:

1. Penciptaan lapangan kerja.
2. Penurunan tingkat pengangguran.
3. Peningkatan pendapatan masyarakat.

4. Penggabungan faktor-faktor produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan keahlian.
5. Peningkatan produktivitas nasional.
6. Mendorong pertumbuhan ekonomi.
7. Mengurangi kesenjangan ekonomi dan sosial.
8. Mendorong terciptanya masyarakat yang adil dan sejahtera.
9. Mempergerakkan kegiatan ekonomi.
10. Mendorong inovasi produk baru.
11. Mendorong peningkatan produktivitas Sumber Daya Manusia (SDM).
12. Mempererat silaturahmi di dalam masyarakat.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pemilik bisnis mikro dan kecil cenderung merasa bahwa mereka bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan merasa lebih bangga dibandingkan dengan bekerja di perusahaan besar. Sebelum memulai usaha, calon wirausaha perlu mempertimbangkan manfaat memiliki bisnis mikro atau kecil. Menurut Zimmerer (2005), manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Kebebasan dan Kontrol Diri yang bermakna Memiliki bisnis sendiri memberikan kebebasan dan peluang bagi pengusaha untuk mengendalikan nasib mereka sendiri dan mencapai

tujuan hidup. Pengusaha bisa memanfaatkan bisnis mereka untuk mencapai cita-cita mereka.

2. Kesempatan untuk Melakukan Perubahan yaitu Banyak bisnis dimulai karena pengusaha melihat peluang untuk melakukan perubahan yang penting. Misalnya, menyediakan perumahan yang layak atau mendirikan fasilitas daur ulang untuk melestarikan sumber daya alam. Pengusaha dapat menggabungkan kepedulian mereka terhadap masalah ekonomi dan sosial dengan harapan untuk hidup lebih baik.
3. Pencapaian Potensi Diri yaitu Banyak orang merasa bahwa bekerja di perusahaan besar bisa membosankan, kurang menantang, dan tidak menarik. Bagi wirausahawan, bekerja sering kali terasa seperti menyalurkan hobi atau bermain. Bisnis mereka menjadi sarana untuk aktualisasi diri, di mana kesuksesan mereka ditentukan oleh kreativitas, antusiasme, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki bisnis sendiri memberikan kekuasaan, kebangkitan spiritual, dan kesempatan untuk mengikuti minat atau hobi.
4. Peluang untuk Meraih Keuntungan yang bermakna Meskipun uang bukan daya tarik utama bagi wirausahawan di awal, potensi keuntungan dari berwirausaha tetap menjadi

motivasi penting. Kebanyakan pengusaha tidak berambisi untuk menjadi sangat kaya, tetapi mereka ingin mencapai kecukupan finansial.

5. Peran Aktif dalam Masyarakat dalam artian Pengusaha memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha mereka.

C. Ruang Lingkup Program Edupreneurship

Sasaran program pendidikan kewirausahaan mencakup semua tingkat pendidikan, mulai dari pendidikan usia dini hingga pendidikan menengah atas serta pendidikan nonformal (PAUD/TK, SD/MI/SDLB, SMP/MTs/SMPLB, SMA/MA/ SMALB, dan SMK/MAK, hingga PNF). Melalui program ini, diharapkan lulusan dari semua jenjang dan jenis pendidikan, serta anggota sekolah lainnya, dapat memiliki jiwa dan semangat kewirausahaan. (Usman et al., 2010).

D. Nilai-nilai Pokok dalam Edupreneurship

Nilai-nilai yang diajarkan dalam pendidikan kewirausahaan meliputi pengembangan karakteristik seorang wirausaha. Para ahli kewirausahaan mengidentifikasi berbagai

nilai yang penting bagi peserta didik dan warga sekolah lainnya (Suryana & Bayu, 2010). Dalam pengembangan model naskah akademik ini, dipilih 17 (tujuh belas) nilai kewirausahaan yang dianggap paling penting dan sesuai dengan tingkat perkembangan peserta didik (Wildan & Subiyantoro, 2022). Berikut adalah beberapa nilai kewirausahaan beserta deskripsinya yang akan diintegrasikan melalui pendidikan kewirausahaan.

Nilai-nilai dan Deskripsi Nilai Pendidikan Kewirausahaan

NILAI	DESKRIPSI
1. Mandiri	Kemandirian dalam menyelesaikan tugas-tugas tanpa bergantung pada orang lain.
2. Kreatif	Menggunakan pemikiran dan tindakan untuk menciptakan metode atau output yang unik dari produk atau layanan yang sudah ada.
3. Berani mengambil Resiko	Kemampuan seseorang untuk menikmati tugas yang menantang, memiliki keberanian dan keterampilan dalam mengambil risiko di tempat kerja.

4. Berorientasi pada tindakan	Inisiatif untuk bertindak di depan, bukan menunggu, sebelum situasi yang tidak diinginkan terjadi.
5. Kepemimpinan	Keterbukaan terhadap saran dan kritik, kemudahan dalam bergaul, kerja sama, dan kepemimpinan.
6. Kerja Keras	Dedikasi dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi hambatan.
7. Jujur	Kepercayaan dalam perkataan, tindakan, dan pekerjaan.
8. Disiplin	Ketaatan terhadap ketentuan dan aturan.
9. Inovatif	Kemampuan menghadirkan kreativitas untuk menyelesaikan masalah dan mengembangkan kehidupan.
10. Tanggung-jawab	Sikap dan perilaku seseorang yang mau dan mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya
11. Kerja sama	Kemampuan membangun hubungan yang baik dalam tindakan dan pekerjaan

12. Pantang menyerah (ulet)	Sikap dan perilaku seseorang yang teguh dalam mencapai tujuan dengan alternatif yang ada.
13. Komitmen	Kesepakatan dalam membuat keputusan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain
14. Realistis	Penggunaan fakta dan realita sebagai dasar pengambilan keputusan dan tindakan
15. Rasa ingin tahu	Keterlibatan yang mendalam dan luas dalam pembelajaran dan interaksi
16. Komunikatif	Keberhasilan dalam berkomunikasi, bekerja sama, dan berinteraksi dengan orang lain.
17. Motivasi kuat untuk sukses	Kemampuan mencari solusi yang optimal

Implementasi dari 17 (tujuh belas) nilai utama kewirausahaan tidak dilakukan sekaligus oleh satuan pendidikan, melainkan secara bertahap. Pada tahap pertama, enam nilai utama yang diterapkan adalah:

1. Mandiri
2. Kreatif
3. Berani mengambil risiko

4. Berorientasi pada tindakan
5. Kepemimpinan
6. Kerja keras

Namun, ini tidak berarti setiap sekolah harus secara seragam menginternalisasikan keenam nilai ini (Syarfan, 2023). Setiap jenjang satuan pendidikan dapat mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan lainnya sesuai dengan kebutuhan masing-masing sekolah. Selain keenam nilai utama tersebut, jenjang pendidikan tertentu (SMP/MTs, SMA/MA, dan SMK/MAK) juga perlu mengimplementasikan konsep dan keterampilan kewirausahaan, dengan kedalaman dan keluasan yang berbeda pada setiap jenjang pendidikan.

E. Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 13 Ayat 1 menyatakan bahwa jalur pendidikan terdiri atas pendidikan formal, nonformal, dan informal yang saling melengkapi dan memperkaya. Pendidikan informal, yang mencakup pendidikan dalam keluarga dan lingkungan, memiliki peran dan kontribusi besar dalam keberhasilan pendidikan. Peserta didik hanya menghabiskan

sekitar 7 jam per hari di sekolah, atau kurang dari 30% waktunya. Selebihnya (70%), mereka berada di keluarga dan lingkungan sekitar. Dari segi waktu, pendidikan di sekolah hanya memberikan kontribusi sekitar 30% terhadap hasil pendidikan peserta didik (Degeng, 2001). Selama ini, pendidikan informal, terutama dalam keluarga, belum memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung pencapaian kompetensi dan pembentukan karakter wirausaha peserta didik. Kesibukan orang tua, kurangnya pemahaman dalam mendidik anak di rumah, pengaruh lingkungan sekitar, dan media elektronik berpengaruh negatif terhadap perkembangan dan hasil belajar peserta didik (Sanjaya, 2009).

Salah satu solusi untuk mengatasi masalah ini adalah melalui pendidikan karakter terpadu, yaitu menggabungkan dan mengoptimalkan pendidikan informal di lingkungan keluarga dengan pendidikan formal di sekolah. Waktu belajar di sekolah perlu dioptimalkan untuk meningkatkan mutu hasil belajar dan pembentukan karakter, termasuk karakter wirausaha peserta didik, sesuai dengan tujuan pendidikan. Kegiatan ekstrakurikuler yang diselenggarakan sekolah merupakan media potensial untuk pembinaan karakter dan peningkatan mutu akademik peserta

didik. Kegiatan ekstrakurikuler adalah kegiatan pendidikan di luar mata pelajaran yang membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka, diselenggarakan oleh pendidik atau tenaga kependidikan yang berkemampuan dan berwenang di sekolah. Kegiatan ini diharapkan dapat mengembangkan kemampuan, tanggung jawab sosial, serta potensi dan prestasi peserta didik (Usman et al., 2010).

Selain itu, pendidikan kewirausahaan juga dapat diintegrasikan dalam pembelajaran setiap mata pelajaran. Materi pembelajaran yang berkaitan dengan norma atau nilai-nilai pada setiap mata pelajaran perlu dikembangkan, dieksplisitkan, dan dikaitkan dengan konteks kehidupan sehari-hari (Drucker, 1996). Dengan demikian, pembelajaran yang berwawasan kewirausahaan tidak hanya mencakup aspek kognitif, tetapi juga menyentuh pada internalisasi dan penerapan nyata dalam kehidupan sehari-hari peserta didik di masyarakat .

BAB III

ETIKA EDUPRENEURSHIP

A. Etika Kewirausahaan

Suatu kegiatan hendaknya dilaksanakan dengan mengikuti etika dan norma-norma yang berlaku. Hal ini juga berlaku dalam dunia bisnis, di mana berbisnis harus sesuai dengan etika dan norma yang berlaku dalam lingkungan bisnis. Menghormati etika adalah langkah pertama untuk menjaga reputasi perusahaan (Abdullah & Helmarini, 2021). Ketika etika diterapkan dengan benar, maka hubungan antara pengusaha dengan masyarakat pelanggan, pemerintah, dan pihak-pihak lain yang terlibat menjadi seimbang.

Etika wirausaha, atau yang lebih dikenal sebagai etika bisnis, menjadi penting dalam menjalankan bisnis karena itu memungkinkan beroperasi dengan baik di tengah masyarakat. Keberhasilan suatu usaha bergantung pada kemampuan untuk menjunjung tinggi etika dan kejujuran dalam bisnis. Kasmir (2011) menjelaskan dengan detail mengenai etika

kewirausahaan, di mana setiap kegiatan haruslah mematuhi etika dan norma-norma yang berlaku dalam dunia bisnis. Menerapkan etika dalam bisnis penting agar pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan, dan seiring waktu, etika akan menjadi kebiasaan yang membentuk pengusaha yang dapat memajukan dan membesarkan bisnisnya dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Etika, secara harfiah, berasal dari kata Yunani *ethos* atau jamaknya *ta etha* yang berarti adat kebiasaan yang baik. Konsep adat kebiasaan yang baik ini berkembang menjadi sistem nilai yang menjadi pedoman dan tolak ukur dalam perilaku yang baik dan buruk (Devine, 1997). Karena perbedaan budaya manusia, diperlukan tata cara yang dapat menciptakan hubungan yang harmonis, seimbang, dan serasi; disinilah etika memainkan perannya.

Etika memiliki beragam makna yang berbeda, namun secara umum terbagi menjadi dua: pertama, sebagai prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok; kedua, sebagai kajian moralitas (Velasques, 2005). Etika memberikan pedoman bagi manusia untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral seperti benar dan salah, atau baik dan jahat. Ini terkait

dengan filsafat moral atau etika normatif, yang merupakan penyelidikan normatif dan bukan deskriptif, yang mengatur praktek moral dalam suatu kerangka penilaian yang tegas. Dengan demikian, etika menjadi ilmu yang luas dan kompleks, terhubung dengan berbagai bidang dan aspek kehidupan manusia, dan dapat dianggap sebagai ilmu interdisiplin.

Secara praktis, etika sering kali mengacu pada tindakan yang mengatur perilaku manusia dalam hubungannya dengan masyarakat, agar tidak melanggar norma atau kebiasaan yang berlaku. Norma dan aturan ini berbeda-beda di setiap masyarakat, tetapi berlaku seragam dalam konteks tertentu dan diharapkan diikuti oleh semua orang. Etika bertujuan untuk menjaga agar norma-norma ini dijalankan sehingga semua pihak merasa dihargai.

Untuk mengatur etika dalam dunia wirausaha, ada beberapa ketentuan yang biasanya diterapkan, seperti yang dijelaskan oleh Kasmir. *Pertama*, sikap dan perilaku pengusaha harus sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat atau negara. *Kedua*, penampilan harus selalu rapi dan sopan, terutama dalam situasi tertentu. *Ketiga*, cara berpakaian harus pantas dengan tempat dan waktu. *Keempat*, cara berbicara harus sopan

dan tidak menyinggung orang lain. *Kelima*, gerak-gerik juga harus menyenangkan orang lain dan tidak mencurigakan. Ini semua adalah upaya untuk menjaga etika dalam berwirausaha agar hubungan dengan semua pihak tetap harmonis dan profesional.

Berikut adalah beberapa prinsip etika yang harus dipegang oleh setiap pengusaha: Pertama, kejujuran merupakan landasan yang penting dalam perilaku dan tindakan seorang pengusaha. Keterbukaan dalam komunikasi dan integritas dalam bertindak adalah kunci kepercayaan dari berbagai pihak, termasuk konsumen dan mitra kerja (Suwardi, 2019). Kedua, tanggung jawab yang dimiliki oleh pengusaha mencakup segala aktivitas usaha, termasuk kewajiban terhadap berbagai pihak dan keselamatan serta kesejahteraan karyawan, masyarakat, dan pemerintah. Ketiga, menjaga integritas dan konsistensi dalam menepati janji, seperti dalam hal pembayaran, pengiriman barang, atau pemenuhan komitmen lainnya. Keempat, kedisiplinan yang konsisten dalam menjalankan segala aspek kegiatan usaha, seperti pembayaran tepat waktu atau pelaporan yang akurat. Kelima, kepatuhan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku, baik yang bersifat sosial maupun hukum negara. Melanggar hukum dapat berdampak serius pada reputasi dan

moralitas seorang pengusaha. Keenam, sikap empati dan keterbukaan untuk membantu masyarakat atau pihak lain yang memerlukan bantuan moral atau materi. Ketujuh, komitmen yang tinggi terhadap janji dan perjanjian yang telah dibuat, serta menghormati komitmen dari pihak lain. Kedelapan, semangat untuk selalu meningkatkan prestasi dan kemampuan, serta tidak mudah menyerah dalam menghadapi tantangan dan kesulitan yang muncul. Semua prinsip ini penting untuk menjaga integritas, kepercayaan, dan kesinambungan usaha seorang pengusaha dari waktu ke waktu.

B. Tujuan dan Manfaat Etika Kewirausahaan

Perusahaan menerapkan etika di lingkungannya dengan tujuan-tujuan yang harus sejalan dengan visi perusahaan. Selain memiliki tujuan, etika juga diharapkan memberikan manfaat bagi kemajuan perusahaan. Berikut adalah beberapa tujuan dari penerapan etika yang ingin dicapai oleh perusahaan (Kasmir, 2011):

1. Untuk Membangun Hubungan Persahabatan dan Keterikatan
Etika membantu meningkatkan keakraban antara perusahaan dengan karyawan, pelanggan, atau pihak lain

yang berkepentingan. Dengan suasana yang akrab, hubungan ini dapat berkembang menjadi persahabatan yang kuat dan memperluas jaringan pergaulan. Ketika karyawan, pelanggan, dan masyarakat merasa akrab, segala urusan akan berjalan lebih mudah dan lancar.

2. **Memperhatikan Kesejahteraan Orang Lain** Sikap memperhatikan kesejahteraan orang lain adalah tindakan yang menggembirakan. Untuk mendapatkan penghormatan, kita perlu memberikan penghormatan kepada orang lain. Memperhatikan kesejahteraan orang lain berarti membuat mereka merasa senang dan puas dengan layanan yang kita berikan. Ketika pelanggan merasa senang dan puas dengan layanan, mereka cenderung untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.
3. **Memikat Pelanggan** Setiap pelanggan memiliki karakteristiknya sendiri. Terkadang, pelanggan perlu didorong atau dipikat agar mau menggunakan layanan. Perusahaan dapat menggunakan berbagai cara untuk memikat calon pelanggan, dan salah satunya adalah melalui perilaku etis yang ditunjukkan oleh seluruh karyawan perusahaan.

4. Memelihara Pelanggan Ada kesan bahwa mempertahankan pelanggan lebih sulit daripada menarik pelanggan baru. Namun, hal ini tidak sepenuhnya benar. Memelihara pelanggan seringkali lebih mudah karena mereka sudah mengenal produk atau layanan yang kita tawarkan. Dengan pelayanan yang beretika dari seluruh karyawan, pelanggan yang sudah ada dapat dipertahankan karena mereka telah merasa puas dengan layanan yang diberikan.
5. Membangun dan Merawat Hubungan Hubungan yang sudah terjalin baik perlu terus dibangun dan dirawat. Hindari konflik dan upayakan menjaga hubungan dalam suasana yang akrab. Dengan adanya etika dalam hubungan, keterikatan yang lebih kuat dan akrab dapat tercipta.

C. Karakteristik Wirausaha

Seorang wirausaha setidaknya memiliki 12 karakteristik, yaitu: (1) motivasi untuk berprestasi, (2) selalu memiliki pandangan ke depan, (3) kreatif, (4) inovatif, (5) berkomitmen terhadap pekerjaannya, (6) memiliki etos kerja dan tanggung jawab, (7) mandiri, (8) berani menghadapi risiko, (9) selalu mencari peluang, (10) memiliki jiwa kepemimpinan, (11)

memiliki kemampuan manajerial, dan (12) memiliki kemampuan personal (Suharyono, 2017):

1. Motivasi untuk Berprestasi: Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu. Minat berwirausaha muncul karena adanya motivasi berprestasi, yaitu keinginan untuk mencapai yang terbaik demi kepuasan pribadi. Menurut teori motivasi Maslow dalam Suharyono (2017), motivasi didasarkan pada kebutuhan yang harus dipenuhi, yaitu: (1) kebutuhan fisik (*physiological needs*), (2) kebutuhan akan keamanan (*security needs*), (3) kebutuhan harga diri (*esteem needs*), dan (4) kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*). Ciri-ciri seorang wirausaha dengan motivasi berprestasi menurut Suryana (2003) meliputi: (1) keinginan untuk mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan yang dihadapinya, (2) kebutuhan akan umpan balik segera untuk mengukur keberhasilan atau kegagalannya, (3) tanggung jawab pribadi yang tinggi, (4) keberanian menghadapi risiko dengan perhitungan matang, dan (5) kesukaan pada tantangan dan kemampuan melihat tantangan secara seimbang.

2. **Selalu Perspektif:** Perspektif adalah sikap memandang dan merencanakan masa depan dengan memanfaatkan peluang secara cermat. Karena masa depan tidak bisa dipastikan, seorang wirausaha harus mampu memperhitungkan segala hal yang mungkin dihadapinya dengan pemikiran yang matang dan cerdas. Seorang wirausaha yang memiliki jiwa kewirausahaan tidak akan pernah puas dengan hasil yang telah dicapai dan akan terus mencari peluang baru untuk memperbaiki dan mengembangkan usahanya menjadi lebih baik (Suharyono, 2017).
3. **Memiliki Kreativitas Tinggi:** Kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir tentang sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru tidak harus sepenuhnya baru, tetapi bisa merupakan modifikasi dari sesuatu yang lama yang ditampilkan secara berbeda. Ziemer dalam (Suharyono, 2017) menjelaskan tujuh tahapan berpikir kreatif, yaitu: persiapan, penyelidikan, transformasi, penetasan, penerangan, pengujian, dan implementasi.
4. **Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi:** Menurut Wess & Farr dalam (De Jong & Kemp, 2003), perilaku inovatif mencakup semua tindakan individu yang bertujuan menghasilkan,

memperkenalkan, dan menerapkan hal-hal baru yang bermanfaat di berbagai tingkat organisasi. Perilaku inovatif didasari oleh kreativitas dan pengambilan risiko. Pengambilan risiko adalah kemampuan untuk memperjuangkan ide-ide baru meskipun menghadapi rintangan, sehingga memungkinkan ide-ide kreatif menjadi kenyataan. Oleh karena itu, pengelolaan inovasi sangat penting agar tidak menjadi bumerang yang malah menimbulkan risiko yang merugikan.

5. **Memiliki Komitmen dalam Pekerjaan:** Komitmen dalam pekerjaan berarti bersungguh-sungguh memberikan perhatian penuh. Seorang wirausahawan yang berkomitmen dalam pekerjaannya selalu bersungguh-sungguh dalam menjalankan tugas, menghadapi risiko, dan mampu bangkit dari kegagalan serta melihat masalah sebagai peluang.
6. **Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab:** Etos kerja adalah sikap yang muncul dari kehendak dan kesadaran diri yang didasari oleh sistem orientasi nilai budaya terhadap kerja (Sukardewi, 2013). Orang-orang yang memiliki etos kerja biasanya tidak menyia-nyiakan waktu, ikhlas bekerja, jujur, berkomitmen, dan kuat dalam pendirian. Etos kerja

juga bisa disebut sebagai semangat kerja. Seorang wirausahawan yang memiliki etos kerja dan tanggung jawab menunjukkan semangat kerja tinggi yang diterapkan dalam pekerjaannya, namun tetap mempertimbangkan kepentingan orang-orang di sekitar usahanya.

- 7. Mandiri atau Tidak Tergantung pada Orang Lain:** Sikap mandiri sangat penting dimiliki oleh setiap orang. Dengan kemandirian, seseorang dapat menghadapi berbagai tantangan hidup. Setiap orang, termasuk wirausaha, menghadapi tantangan hidup yang berbeda. Jika seorang wirausaha mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, dia mampu berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan serta memanfaatkan peluang untuk menghadapi tantangan hidup.
- 8. Berani Mengambil Risiko:** Risiko yang dimaksud adalah sesuatu yang telah diperkirakan dan diperhitungkan akan terjadi di masa depan, meskipun masih bersifat perkiraan. Seorang wirausaha harus berani menghadapi risiko apapun yang mungkin terjadi, dengan catatan mereka juga berupaya untuk memperkecil kemungkinan risiko agar dapat mencapai kesuksesan dalam usaha mereka dengan cara yang kreatif dan inovatif. Oleh karena itu, orang yang berani mengambil

risiko biasanya adalah orang-orang yang kreatif dan inovatif, yang merupakan bagian penting dari perilaku kewirausahaan (Suryana, 2006).

9. Selalu Mencari Peluang: Seorang wirausaha harus tanggap, mampu membaca situasi, dan memanfaatkan peluang. Dengan demikian, setiap ada kesempatan, seorang wirausaha dapat masuk dan memanfaatkan kesempatan tersebut, karena bagi mereka, kesuksesan adalah memanfaatkan peluang sebaik-baiknya.

10. Memiliki Jiwa Kepemimpinan: Individu yang memiliki jiwa kepemimpinan cenderung ingin tampil unik, menjadi yang terdepan, dan menonjolkan dirinya. Bagi seorang wirausaha, memiliki sikap seperti ini sangat penting karena mereka melihat perbedaan sebagai peluang untuk meningkatkan nilai barang atau jasa yang dihasilkan, sehingga mereka dapat memimpin pasar baik dari segi produksi maupun promosi.

11. Memiliki Kemampuan Manajerial: Kemampuan manajerial merujuk pada ketrampilan mengambil keputusan bisnis dan melaksanakan seluruh fungsi manajemen, seperti perencanaan, organisasi, pengelolaan sumber daya manusia, promosi hasil usaha, dan pengendalian pelaksanaan usaha.

Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan manajerial yang terintegrasi dan konsisten agar dapat mencapai tujuan organisasi.

12. Memiliki Keterampilan Personal: Menurut Murphy dan Peek dalam (Suryana, 2006), ada delapan syarat yang harus dipenuhi agar seorang wirausaha dapat mengembangkan profesinya. Ini termasuk kemampuan bekerja keras, berkolaborasi dengan orang lain, penampilan yang baik, keyakinan diri, kemampuan membuat keputusan yang tepat, keinginan untuk terus belajar, ambisi untuk maju, dan kemampuan berkomunikasi dengan baik.

D. Penilaian Potensi Diri Wirausaha

Untuk mengembangkan diri sebagai wirausahawan yang potensial, penting untuk mengenali siapa diri kita sebenarnya dan bagaimana orang lain melihat kita. Menilai diri sendiri memerlukan kemampuan untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan yang dimiliki serta memerlukan interaksi dengan orang lain. Pengenalan diri berarti mengetahui dan memahami siapa kita sebenarnya, sehingga kebenaran tentang diri kita dapat ditemukan dengan lebih mudah (Suharyono, 2017).

Beberapa aspek dalam pengenalan diri meliputi: (1) berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain di luar diri sendiri; (2) menggabungkan berbagai aspek kehidupan dengan orang lain, seperti bertukar pikiran, bekerja sama, dan berkelompok, hingga membentuk kebiasaan; (3) mengarahkan kebiasaan-kebiasaan positif, seperti berpikir kreatif, mencari solusi, dan mengambil keputusan secara terampil.

BAB IV

PELUANG DAN TANTANGAN EDUPRENEURSHIP

A. Peran Kewirausahaan dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional

Kewirausahaan telah menjadi istilah yang umum di dunia dan terus berkembang. Dipercaya bahwa kewirausahaan memiliki potensi untuk membawa perubahan besar bagi perekonomian suatu negara dan masyarakatnya. Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian besar telah diberikan pada kewirausahaan, terutama saat masyarakat menghadapi pandemi seperti COVID-19. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan ekonomi suatu negara berasal dari jumlah wirausahawan yang dimilikinya. Temuan para analis ekonomi menunjukkan bahwa bisnis kecil di masyarakat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Assingkily & Rohman, 2019).

Kewirausahaan bukan hanya tentang manajemen, tetapi juga tentang orang-orang yang terlibat dalam bisnis tersebut.

Komunitas dan lingkungan di sekitar kita justru membuka peluang untuk munculnya ide-ide kewirausahaan. Namun sayangnya, menurut Ciputra (2010), seorang tokoh wirausaha di Indonesia, jumlah wirausahawan di Indonesia masih sangat sedikit, kurang dari 1 persen dari total penduduk. Saat ini, persentase wirausahawan di Indonesia masih di bawah negara-negara ASEAN lainnya, berada di peringkat ke-4, bahkan tertinggal dibandingkan dengan Singapura, Malaysia, dan Thailand. Oleh karena itu, melalui materi kuliah ini, kita akan mendorong para mahasiswa untuk meningkatkan jumlah wirausahawan di Indonesia. Setelah lulus, mereka diharapkan menjadi wirausahawan yang handal dan tidak kalah dengan negara-negara ASEAN lainnya. Pada bab ini, kita akan mendiskusikan peran kewirausahaan dalam masyarakat.

Kewirausahaan secara keseluruhan berkontribusi pada kesejahteraan sosial masyarakat dengan menciptakan pasar baru, industri baru, teknologi baru, institusi baru, pekerjaan baru, dan pendapatan bersih dalam produktivitas yang nyata. Pekerjaan-pekerjaan yang dihasilkan oleh kewirausahaan pada akhirnya akan menghasilkan distribusi pendapatan, yang berdampak pada peningkatan standar hidup (Drucker, 1996).

Dengan cara ini, sumber daya yang tersedia bagi pemerintah juga meningkat, dan pendapatan dari pajak akan bertambah.

Peningkatan pendapatan pajak memungkinkan pemerintah untuk meningkatkan layanan sosial seperti menyediakan rumah sakit, sekolah, panti wreda, panti asuhan, serta memperbaiki infrastruktur seperti akses jalan darat, pelabuhan udara dan laut, serta menjaga keamanan masyarakat dan keseimbangan hukum.

Benade (2008) menjelaskan beberapa manfaat kewirausahaan bagi masyarakat, termasuk individu, keluarga, dan komunitas, sebagai berikut:

1. Peluang Kerja

Kewirausahaan tidak hanya menawarkan kesempatan untuk memulai usaha sendiri, tetapi juga menciptakan lapangan kerja, seringkali dengan kualitas yang lebih baik. Bekerja secara mandiri memberikan kepuasan, hasil kerja yang lebih baik, dan fleksibilitas. Penciptaan lapangan kerja ini memanfaatkan sumber daya manusia di suatu negara dan membantu mengembangkan bakat-bakat alami. Banyak individu dengan disabilitas yang sulit mendapatkan pekerjaan, namun melalui kewirausahaan, mereka dapat

menciptakan peluang untuk diri sendiri dan mendapatkan penghasilan yang memadai.

2. Pendapatan Mengurangi Masalah Sosial

Kewirausahaan yang sukses akan meningkatkan pendapatan rata-rata masyarakat dan kesejahteraan hidup di sekitarnya. Orang-orang yang aktif mencari peluang bisnis biasanya menciptakan kesejahteraan melalui kewirausahaan, yang berperan penting dalam perkembangan sebuah bangsa. Lebih banyak pembayaran pajak berarti pendapatan pemerintah meningkat, yang dapat menurunkan angka kriminalitas dan membuat negara lebih aman, menarik lebih banyak turis. Peningkatan pariwisata membuka lebih banyak peluang kerja dan meningkatkan lapangan pekerjaan. Kewirausahaan juga menarik lebih banyak investasi asing, yang pada akhirnya menciptakan lebih banyak peluang kerja.

3. Tantangan Pribadi

Kewirausahaan adalah tugas yang menantang, namun keberhasilannya akan sepadan dengan usaha yang dilakukan. Keuntungan yang diperoleh para wirausahawan dapat berupa kecukupan finansial pribadi dan stabilitas hidup. Mereka juga akan mendapatkan kepuasan batin dan

kepercayaan diri ketika berhasil mengelola bisnis dengan sukses.

4. Perbaikan dalam Industri

Kewirausahaan mendorong pengembangan berbagai industri kreatif, terutama di daerah pedesaan atau wilayah dengan kegiatan ekonomi yang masih sedikit. Ini bukan hanya berarti lebih banyak barang dan jasa, tetapi juga produk-produk dengan kualitas lebih baik karena adanya persaingan sehat di antara para pebisnis.

5. Produktivitas dan Pertumbuhan Ekonomi yang Lebih Tinggi

Dengan lebih banyak industri yang menciptakan kegiatan produksi dengan biaya lebih rendah, kewirausahaan mendukung penggunaan bahan lokal untuk produksi barang konsumsi domestik dan ekspor. Kewirausahaan memungkinkan negara memproduksi lebih banyak produk lokal, membangun kapasitas dan sumber daya. Mengolah bahan mentah menjadi barang konsumsi meningkatkan nilai produk, yang berarti harga lebih tinggi dan lebih banyak penciptaan lapangan kerja. Pengembangan teknologi dan

penciptaan lapangan kerja memungkinkan negara menggunakan sumber dayanya lebih efektif.

6. Peningkatan Ekspor dan Mengurangi Ketergantungan pada Impor

Kewirausahaan menciptakan perkembangan pasar baru. Dengan memproduksi lebih banyak, kita dapat mengekspor produk yang tidak terjual secara lokal, sehingga produk negara dapat masuk ke pasar asing. Pemerintah sering menandatangani perjanjian perdagangan dengan negara lain, yang merupakan peluang bagi bisnis yang mampu merencanakan dan tumbuh. Banyak negara berkembang masih sangat bergantung pada impor, terutama dari negara maju, sehingga uang mengalir ke negara-negara tersebut. Ekspor harus lebih besar dari impor untuk menciptakan keuntungan ekonomi, dan pendapatan dari ekspor akan merangsang pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan diskusi ini, jelas bahwa kewirausahaan akan memperkuat ekonomi dan menciptakan lingkungan yang lebih baik bagi kehidupan suatu bangsa. Kewirausahaan menawarkan banyak keuntungan bagi individu, keluarga, dan masyarakat, yang saling mempengaruhi dan menciptakan efek multiplikasi.

Dengan menjadi lebih kreatif, kita dapat mengembangkan produk-produk baru dan unik. Keberhasilan dalam kewirausahaan membuat kita bangga dan termotivasi untuk meningkatkan produksi. Dengan memproduksi lebih banyak barang, kita dapat mengurangi impor dan memiliki surplus barang untuk diekspor, sehingga secara bersamaan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Kesimpulannya, keberadaan wirausahawan menguntungkan pemerintah. Namun, kesuksesan dalam berwirausaha memerlukan kerja keras, waktu, dan pengorbanan yang tidak sedikit. Kewirausahaan dapat meningkatkan ekonomi, meningkatkan standar hidup, dan mengurangi ketergantungan pada bantuan sosial dari pemerintah.

B. Peluang dan Tantangan Edupreneurship

Menurut Wardana (2022), "Sebuah peluang adalah suatu kondisi tertentu yang membuat seseorang berpikir untuk menciptakan kebutuhan akan produk baru, baik itu berupa jasa atau bisnis." Sebuah peluang bisnis harus memiliki empat kualitas:

1. Menarik
2. Tepat waktu
3. Mampu bertahan lama
4. Memberikan nilai tambah bagi konsumen

Peluang bisnis harus merujuk pada kebutuhan khusus di pasar. Harus ada ekspektasi bahwa pasar potensial akan melihat nilai dalam produk atau jasa tersebut dan bersedia membayarnya. Pasar potensial harus cukup besar untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Sebuah ide bisnis akan menghadapi beberapa kompetitor, sehingga idealnya ide bisnis tersebut harus baru dan inovatif, serta jika diimplementasikan, dapat segera mendapatkan pangsa pasar yang besar.

Setelah mengidentifikasi peluang bisnis, kita perlu menguji ide tersebut dengan orang-orang di sekitar kita. Jelaskan peluang tersebut kepada mereka dan mintalah tanggapan mereka untuk dijadikan masukan (Namara, 2007). Gunakan pendekatan "bagaimana jika" dengan mereka dan tanyakan:

1. Menurut Anda, apakah bisnis ini bermanfaat?
2. Apakah ide saya sudah menjawab permasalahan dan kebutuhan yang sebenarnya?

3. Apakah orang-orang mau membeli atau membayar produk ini?
4. Adakah ide yang lebih baik daripada ide saya, yang dapat membuka peluang bisnis yang lebih potensial?
5. Apakah ada perusahaan lain yang sudah mengembangkan ide bisnis ini?
6. Apa yang harus saya pertimbangkan dalam mengembangkan peluang bisnis saya?
7. Apa yang dapat menyebabkan peluang bisnis saya ini gagal?

Contoh-contoh berikut menunjukkan adanya permintaan untuk bisnis jenis ini dengan sedikit pesaing (Namara, 2007).

1. Peluang Pariwisata

- a. Wisata lingkungan ke dalam hutan dan daerah pedesaan yang dapat dipesan secara online, dengan layanan tambahan berbayar.
- b. Wisata kapal menyusuri sungai dan saluran air di daerah lokal dengan pemandangan alam yang indah, yang bisa dipesan secara online.
- c. Tur bus keliling kota, yang bisa dipesan secara online.
- d. Tur budaya lokal di daerah tertentu yang bisa dipesan secara online.

- e. Layanan persewaan mobil yang bisa dipesan secara online.

2. Peluang Manufaktur

- a. Distribusi fashion dan jamu lokal ke outlet-outlet di kota besar.
- b. Distribusi komoditas dan sumber daya lokal untuk ekspor ke luar negeri.
- c. Jasa transportasi untuk sektor pertanian yang bisa dipesan secara online.
- d. Jasa kontrak untuk pembangunan yang bisa dipesan secara online.

3. Peluang Eceran

- a. Restoran cepat saji yang melayani pesanan untuk diantar ke rumah.
- b. Butik yang menjual produk-produk kecantikan sesuai permintaan konsumen.
- c. Toko online yang menjual berbagai kebutuhan rumah tangga via internet.
- d. Toko bunga online yang melayani berbagai ucapan selamat dan duka cita.

- e. Jasa desain & cetak online yang melayani desain undangan, cover buku, dan lukisan.
- f. Jasa desain interior dan arsitektur online untuk rumah tinggal berdasarkan luas tanah.

4. Peluang Bisnis Berteknologi Tinggi

- a. Penjualan komputer dan layanan perbaikan yang bisa dipesan secara online.
- b. Pelatihan komputer yang bisa dipesan secara online.
- c. Jasa konsultasi online dan pembuatan perangkat lunak komputer secara online.
- d. Jasa pembuatan desain grafis dan animasi yang bisa dipesan secara online.
- e. Kafe yang juga menyediakan jaringan internet berkecepatan tinggi.

C. Cara Membaca Peluang

Terdapat karakteristik tertentu yang membuat sebagian orang lebih baik dalam mengidentifikasi peluang dibandingkan orang lain (Anggraini et al., 2022), yaitu:

1. Berpengalaman

Pengusaha yang memiliki pengalaman dalam industri tertentu biasanya dapat dengan cepat mengenali peluang dari masalah yang ada di industri tersebut. Mereka cenderung memikirkan solusi dengan lebih baik dibandingkan mereka yang tidak memiliki pengalaman di industri tersebut.

2. Rasa Penasaran

Mereka yang ingin mengeksplorasi atau menggali ide-ide baru dapat menemukan peluang potensial. Hal yang penting adalah selalu bertanya dengan awalan seperti "Bagaimana jika?".

3. Inovatif dan Kreatif

Mereka yang mampu berpikir di luar kotak akan menciptakan solusi yang belum pernah dipikirkan orang lain, dan dapat melihat peluang di mana saja.

4. Jaringan Kerja

Pengusaha sukses memiliki jaringan kerja yang luas dengan orang lain dan mampu menggali peluang dari hubungan bisnis mereka, yang mereka anggap sebagai pengusaha potensial.

5. Kemampuan Menilai Risiko

Pengusaha potensial dapat dengan cepat mengidentifikasi masalah, solusi, dan risiko, serta mencari solusi untuk mengatasi risiko tersebut.

6. Motivasi

Pengusaha potensial perlu memotivasi diri sendiri untuk melihat dan mengejar peluang bisnis yang potensial.

Dalam membaca peluang harus pintar mengamati tren didefinisikan sebagai:

- a. Arah umum di mana sesuatu cenderung bergerak
- b. Kecenderungan umum
- c. Gaya saat ini
- d. Rasa yang populer pada suatu waktu

Dari definisi ini, jelas bahwa tren adalah sesuatu yang kita amati dalam keseharian kita, seperti model pakaian baru atau cara memakainya, bahasa atau istilah baru dalam komunitas, lagu atau tarian yang sedang populer, atau keluhan dari segmen masyarakat tertentu. Oleh karena itu, tren ini akan menciptakan berbagai peluang bisnis baru bagi pengusaha, tergantung pada kemampuan mereka untuk mengamati tren tersebut.

Menurut Wardana (2022), tren yang paling penting adalah:

- a. Kekuatan ekonomi
- b. Kekuatan sosial
- c. Kemajuan teknologi
- d. Perubahan politik dan peraturan

Penting bagi pengusaha untuk selalu waspada terhadap perubahan di area-area ini, karena mereka akan menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi bisnis. Hamzah et al. (2017) memperkirakan bahwa sepuluh tren bisnis di masa depan akan mencakup:

- a. Bisnis dan teknologi akan menyatu menjadi satu sistem, satu percakapan, dan satu strategi untuk satu dunia. Ini adalah kunci untuk memahami masa depan dalam dunia yang baru.
- b. Inovasi mencakup pemikiran baru tentang model bisnis baru, kolaborasi perusahaan dan pasar, kepemimpinan baru, dan rekayasa pengetahuan.
- c. Rekayasa pengetahuan yang membentuk jejaring komunitas pengetahuan akan menciptakan terobosan baru, menjadi aset abad ke-21.

- d. Analisis informasi konsumen mengenai barang dan jasa, kebutuhan, keinginan, dan sikap sangat penting bagi perusahaan.
- e. Layanan yang terpadu bagi konsumen adalah kunci kesuksesan di masa depan, dengan mempelajari kegagalan pelayanan di masa lalu.
- f. Kemampuan perusahaan untuk memahami apa yang sedang tren akan membentuk masa depan teknologi, konsumen, masyarakat, dan pasar, menentukan ketahanan perusahaan tersebut.
- g. Banyak gangguan akan datang dalam bentuk pasar baru, perubahan elektronik, kegagalan keamanan, dan demografi konsumen yang terus berubah.
- h. Sumber daya manusia yang berharga adalah talenta yang menjadi aset paling penting dan berharga pada abad ke-21.
- i. Industri baru akan terus melakukan terobosan inovasi, membawa hasil ke pasar modern. Lihatlah teknologi virtual reality (VR) yang mengalami peningkatan signifikan dalam kesehatan dan robotika, menjadi rantai pasokan yang terus berkembang.

- j. Masa depan baru membutuhkan pemimpin dengan pola pikir baru, yang dapat menggali bakat dan potensi staf, mengelola inovasi, dan menetapkan visi tinggi untuk eksekusi yang menghasilkan keuntungan. Paradigma baru dalam kepemimpinan terus muncul.

Ide-ide ini harus dipertimbangkan ketika memikirkan tentang peluang bisnis yang spesifik. Sekarang mari kita pelajari proses menentukan sebuah peluang bisnis.

D. Strategi Mengatasi Tantangan

Tantangan dalam berwirausaha yang bisa menyebabkan sebuah peluang usaha gagal dijadikan bisnis antara lain:

1. Kebutuhan pasar yang tidak stabil dan musiman, sehingga hanya bersifat jangka pendek.
2. Peluang yang sudah "kadaluarsa" atau sudah banyak orang yang memulai bisnis serupa.
3. Tidak segera mengambil keputusan untuk memulai sehingga peluang tersebut terlewatkan.
4. Waktu yang sudah berlalu, dengan perubahan kebutuhan atau munculnya teknologi baru yang membuat produk atau jasa tersebut usang.

5. Survey pasar yang tidak akurat, sehingga peluang dianggap sangat potensial padahal sebenarnya tidak, yang menyebabkan produk tidak laku di pasar.
6. Mudah ditiru atau dibuat oleh orang lain.
7. Daya beli yang rendah.
8. Kebutuhan yang tidak kontinu.
9. Tingkat kebutuhan yang kecil.
10. Pemilihan ide bisnis yang salah.

Berikut adalah tips yang dapat diterapkan untuk mencapai hasil maksimal dan mengurangi risiko kegagalan:

1. Mantapkan semangat dan motivasi untuk terus maju, tanpa mengenal kata menyerah meskipun menghadapi kendala.
2. Tingkatkan keterampilan Anda. Jika Anda sudah memiliki keterampilan yang dibutuhkan, kesuksesan akan datang dengan sendirinya. Namun, jika belum, sebaiknya Anda belajar dan mengembangkan keterampilan tersebut terlebih dahulu.
3. Budayakan minat dan kesenangan dalam menjalani dunia bisnis Anda. Dengan begitu, Anda akan bekerja dengan penuh semangat dan antusias.

4. Bangun kepercayaan orang lain terhadap Anda. Motivasi yang kuat, keterampilan yang baik, dan rencana bisnis yang matang tidak akan banyak membantu jika Anda tidak mampu memperoleh kepercayaan dari orang lain. Kepercayaan ini dapat diperoleh melalui perilaku usaha yang baik, seperti memberikan pelayanan terbaik dan kualitas produk yang tinggi kepada pelanggan.

BAB V

STRATEGI PEMASARAN DAN KEUANGAN DALAM EDUPRENEURSHIP

A. Strategi Pemasaran

Strategi yang diterapkan dengan baik dan tepat akan mengantisipasi perubahan dan peluang di masa depan pada lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, sehingga perusahaan dapat beradaptasi dengan baik dalam situasi yang dinamis. Keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya dalam memasarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis karena merupakan salah satu fungsi utama perusahaan bersama dengan produksi. (Kotler & Armstrong (2016) menggambarkan pemasaran sebagai kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia melalui pertukaran barang dan jasa. Swastha & Sukotjo (2014) juga menjelaskan bahwa pemasaran meliputi perencanaan,

penetapan harga, promosi, dan distribusi produk serta ide kepada pasar yang dituju.

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat dilihat bahwa strategi pemasaran merupakan langkah yang diambil perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Dengan adanya strategi pemasaran, perusahaan lebih mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Assauri (2007) juga menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah rencana komprehensif dan terintegrasi dalam bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk tetap berkelanjutan dan berkembang, dan tujuan tersebut hanya dapat tercapai melalui usaha yang berkelanjutan untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba usaha. Salah satu kunci untuk mencapai hal ini adalah melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat. Menurut Alma (2003), pemasaran adalah proses untuk mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta menyediakan produk atau jasa yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen tersebut.

Dalam menyusun strategi pemasaran, (Kotler & Armstrong, 2016) menekankan pentingnya memperhatikan dua faktor utama:

- a. Faktor eksternal, yang mencakup analisis terhadap faktor-faktor di luar perusahaan seperti kondisi pasar, persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, regulasi pemerintah, dan aspek sosial, budaya, dan politik. Meskipun faktor ini tidak dapat dikontrol oleh perusahaan, namun perlu dianalisis karena dapat memberikan peluang dan ancaman yang signifikan terhadap pemasaran produk perusahaan.
- b. Faktor internal, yang meliputi analisis terhadap faktor-faktor internal perusahaan yang berhubungan langsung dengan pelaksanaan keputusan yang telah diambil sebelumnya.

Perusahaan yang mampu mengidentifikasi dan menganalisis kondisi internal dan eksternal dengan baik sebelum menyusun strategi pemasaran akan memiliki keunggulan dalam bersaing dan memajukan pemasaran produk perusahaan.

Memberikan penghargaan dan pengakuan yang sesuai dan manusiawi dapat secara signifikan meningkatkan semangat kerja, moral, kebanggaan, loyalitas, dan rasa memiliki bagi setiap

individu di dalam organisasi, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan. Konsep pemasaran interaktif menggambarkan hubungan antara pelanggan dan karyawan. Harapannya, karyawan yang loyal, kreatif, dan diberdayakan akan memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada setiap pelanggan dan calon pelanggan. Jika ini terjadi, pelanggan yang puas akan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan personel dan perusahaan yang terlibat (Suhardi, 2011).

B. Langkah-langkah Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangat penting untuk mengembangkan perusahaan dengan langkah-langkah yang sesuai dengan tujuan perusahaan serta memenuhi keinginan konsumen. Strategi pemasaran terdiri dari lima elemen utama, yaitu: penelitian pasar, perencanaan produk, penetapan harga, distribusi, dan komunikasi pemasaran (David, 2006).

- a. Penelitian pasar melibatkan identifikasi pasar yang menjadi target produk perusahaan. Ini mencakup analisis persepsi terhadap fungsi produk, pemilihan teknologi yang akan

digunakan, dan penilaian terhadap sumber daya internal perusahaan.

- b. Perencanaan produk berfokus pada pembuatan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini mencakup aspek seperti penamaan merek produk, ketersediaan, jaminan, dan hubungan antara pembeli dan penjual.
- c. Penetapan harga adalah proses menetapkan harga yang sesuai untuk produk yang ditawarkan kepada pelanggan.
- d. Sistem distribusi melibatkan saluran distribusi dari produsen hingga konsumen akhir, termasuk pedagang grosir dan eceran.
- e. Komunikasi pemasaran, atau promosi, mencakup berbagai strategi seperti periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan penjualan personal.

Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini, perusahaan dapat lebih mudah dalam memasarkan produknya dan mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pemasaran memiliki dampak besar terhadap kesuksesan perusahaan karena perannya yang sangat strategis dalam memasarkan produk. Louis dan David (2005) mencatat delapan

fungsi pemasaran yang berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan, yaitu:

- a. Fungsi pembelian bertujuan untuk memastikan ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan/konsumen.
- b. Fungsi penjualan bertujuan untuk memberikan informasi produk kepada konsumen melalui periklanan atau penjualan langsung.
- c. Fungsi pengiriman bertujuan untuk mengantarkan produk dari tempat produksi ke tempat yang nyaman bagi pelanggan.
- d. Fungsi penyimpanan bertujuan untuk menyimpan produk yang sudah tersedia hingga saatnya dipasarkan kepada pelanggan.
- e. Fungsi standardisasi dan pemerinkatan bertujuan untuk memastikan produk telah melewati uji kualitas dan kuantitas, seperti ukuran dan bahan.
- f. Fungsi keuangan bertujuan untuk memfasilitasi transaksi dan kredit bagi konsumen.
- g. Fungsi pengambilan risiko bertujuan untuk mengidentifikasi masalah ketidakpastian yang mungkin dihadapi pelanggan di masa depan dan mengurangi risiko yang terkait.

- h. Fungsi pengumpulan informasi pemasaran bertujuan untuk mengumpulkan data tentang pelanggan, pesaing, dan saluran pemasaran, yang kemudian digunakan dalam pengambilan keputusan pemasaran.

Semua fungsi pemasaran di atas sangat berkontribusi dalam pengembangan jaringan bisnis perusahaan, memastikan pemasaran produk yang sesuai dengan keinginan dan preferensi konsumen.

C. Pendekatan Strategi Pemasaran

Pemasaran memiliki peran penting dalam dunia bisnis, dan menetapkan strategi yang tepat dapat berdampak besar pada perkembangan bisnis. Menurut Musyadar & Gumilar (2022), ada beberapa pendekatan strategi yang dapat digunakan, antara lain:

- a. Menawarkan Diskon atau Harga Promosi

Strategi ini melibatkan pemberian diskon kepada pelanggan sebagai cara pemasaran. Diskon seringkali efektif dan dapat diberikan dengan syarat tertentu, seperti total pembelian mencapai batas tertentu atau pembelian produk khusus. Dalam pemasaran online, diskon juga bisa beragam, misalnya

gratis ongkos kirim untuk mendorong pembelian lebih banyak.

b. Membuat Konten Pemasaran yang Menarik

Strategi ini melibatkan pembuatan konten pemasaran yang menarik, terutama jika target pasar adalah online. Dengan meningkatnya pengguna internet dan media sosial, konten ini dapat disebarakan untuk menjangkau lebih banyak calon konsumen.

c. Mengikuti Tren di Platform Pemasaran

Dapat dilakukan dengan mengikuti tren yang ada di platform penjualan, seperti media sosial atau marketplace. Mengikuti tren diskon atau peristiwa tertentu di platform ini dapat menjadi strategi yang efektif.

d. Memaksimalkan Pemasaran Media Sosial

Media sosial memainkan peran besar dalam pemasaran online. Memaksimalkan penggunaan media sosial untuk keperluan pemasaran dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen dengan biaya yang lebih terjangkau.

Selain itu, untuk perusahaan startup, terdapat pendekatan tambahan yang dapat dilakukan, antara lain: kerjasama dengan komunitas untuk meningkatkan penjualan

melalui acara-acara seperti seminar atau gathering, pemasaran online melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, serta penggunaan email atau newsletter perusahaan untuk mengumpulkan database konsumen dan memberikan informasi atau penawaran secara efektif kepada konsumen (Lupiyoadi & Hamdani, 2001).

D. Fungsi Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan adalah proses merencanakan, mengatur, mengawasi, dan mengarahkan segala aktivitas keuangan. Kegiatan ini memiliki peran yang sangat penting dalam mengontrol aspek keuangan yang meliputi pencatatan, perencanaan, pelaksanaan, pertanggungjawaban, dan pelaporan, mulai dari penerimaan dana hingga penggunaan dana, dengan tujuan mencapai target keuangan di masa depan. Pengelolaan keuangan juga merupakan kunci utama dalam operasional perusahaan dan berhubungan erat dengan arus kas perusahaan (A Devi, 2021). Kardoyo, dkk (2017) mendefinisikan pengelolaan keuangan sebagai penggunaan dana perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya keuangan melalui berbagai strategi.

Pentingnya pengelolaan keuangan terutama terlihat dalam konteks kewirausahaan. Seorang wirausaha perlu menguasai pengelolaan keuangan dengan baik agar dapat menjaga keseimbangan antara pengeluaran dan pendapatan dalam usahanya. Bagi seorang wirausaha, pemahaman tentang pengelolaan keuangan merupakan langkah awal yang krusial dalam membangun dan mengelola usahanya dengan efisien. Mereka harus memahami fungsi dan strategi pengelolaan keuangan untuk usaha mereka.

Dalam praktiknya, aspek pengelolaan keuangan sangat vital bagi kelangsungan usaha. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, sebuah perusahaan tidak dapat bertahan atau tumbuh dalam lingkungan bisnisnya. Aspek ini memengaruhi aspek laba, rugi, serta modal awal yang merupakan pondasi bagi pertumbuhan dan kesinambungan usaha (Brownel, P. dan McInnes M. 2016:42).

Keuangan merupakan elemen kunci yang harus dipahami oleh para wirausahawan karena seluruh aktivitas di perusahaan terkait erat dengan keuangan. Pentingnya manajemen keuangan yang efektif sangatlah krusial agar perusahaan dapat tumbuh dan

berkembang dengan baik. Fungsi utama dalam pengelolaan keuangan meliputi:

a. Perencanaan

Fungsi pertama dalam manajemen keuangan adalah perencanaan. Dengan manajemen keuangan yang terorganisir, perusahaan dapat merencanakan masa depannya dengan baik. Ini melibatkan estimasi laba-rugi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, baik itu jangka panjang maupun pendek.

b. Pengontrol

Fungsi kontrol merupakan langkah evaluasi dalam pengelolaan keuangan. Perusahaan melakukan evaluasi untuk memperbaiki dan meningkatkan keuntungan. Melalui fungsi ini, perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengatasi ketidaksesuaian atau masalah dalam manajemen keuangan.

c. Audit

Audit keuangan dilakukan untuk memastikan bahwa pengelolaan keuangan berjalan sesuai aturan tanpa adanya penyimpangan. Audit rutin membantu mengurangi risiko kesalahan yang dapat mengakibatkan kerugian perusahaan.

d. Penganggaran

Fungsi penganggaran terkait dengan alokasi dana untuk kebutuhan perusahaan. Dengan alokasi dana yang efisien, perusahaan dapat mencapai hasil yang maksimal. Penganggaran mencakup alokasi untuk gaji karyawan, operasional gedung, dan kebutuhan lainnya.

e. Laporan

Pengelolaan keuangan menghasilkan laporan keuangan yang memperlihatkan kondisi keuangan perusahaan. Laporan ini membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan bisnis di masa depan karena memberikan analisis yang mendalam terhadap kinerja bisnis. Laporan keuangan biasanya dilakukan secara rutin setiap kuartal, semester, atau tahunan.

Menurut Hartati (2013), manajemen keuangan memiliki dua fungsi utama: mencari dana untuk keputusan investasi yang menguntungkan dan mengalokasikan dana untuk mengelola aktivitas perusahaan. Dengan demikian, pemilik usaha harus memiliki pemahaman yang kuat dalam mengelola keuangan untuk memaksimalkan kinerja bisnis.

Pengelolaan keuangan membantu mengukur dan menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Baik usaha skala besar maupun

kecil, pengelolaan keuangan yang baik sesuai standar akuntansi menjadi kunci untuk mempengaruhi semua aspek bisnis. Sebuah perusahaan yang memiliki penjualan baik namun mengelola keuangan buruk berisiko mengalami masalah finansial di masa depan. Oleh karena itu, setiap pengusaha harus memberikan perhatian khusus pada manajemen keuangan bisnisnya untuk menghindari masalah finansial yang signifikan.

E. Langkah-langkah Pengelolaan Keuangan

Sebelum mengelola keuangan, perlu dibuat rencana keuangan terlebih dahulu. Seorang wirausaha membutuhkan perencanaan keuangan yang solid agar dapat mengelola dan memperkuat usahanya, menghasilkan modal yang cukup untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis, serta mencapai visi dan misi perusahaan. Perencanaan keuangan (Financial Planning) adalah proses menggunakan alat dan sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan.

Dalam pengelolaan keuangan, penting untuk memahami konsep uang. Uang adalah alat yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan dalam aktivitas ekonomi, membantu manusia memenuhi kebutuhan hidup. Selain itu, pemahaman tentang

lembaga keuangan, modal usaha, akuntansi, dan manajemen keuangan juga sangat diperlukan. Dengan pemahaman tersebut, seorang wirausaha dapat menyusun strategi pengelolaan keuangan yang efektif untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnisnya.

Dalam pengelolaan keuangan yang baik, terdapat beberapa tahapan penting untuk mencapai hasil optimal:

a. Menentukan Persentase dalam Pengelolaan Keuangan

Mulai dengan menetapkan berapa persen alokasi dana untuk operasional bisnis, target laba yang diinginkan, cadangan kas, dan pengembangan bisnis. Dengan menetapkan persentase yang jelas, pengelolaan keuangan akan lebih terstruktur.

b. Bernegosiasi Sebelum Menandatangani Kontrak

Saat melakukan transaksi dengan vendor atau supplier, lakukan negosiasi untuk mendapatkan kesepakatan yang lebih menguntungkan. Periksa syarat-syarat pembelian dan pertimbangkan dengan seksama sebelum membuat keputusan.

c. Membayar Tagihan Tepat Waktu

Penting untuk membayar semua tagihan bisnis tepat waktu untuk menjaga kesehatan keuangan bisnis.

d. Mengurangi Risiko Utang

Berutang boleh dilakukan, namun perlu hati-hati. Pastikan bahwa beban cicilan utang tidak melebihi kondisi keuangan perusahaan untuk menghindari masalah keuangan yang lebih besar.

e. Merencanakan Pengembangan Bisnis

Sisihkan sebagian keuntungan untuk pengembangan bisnis. Pengembangan yang tepat akan menjadi investasi yang berharga bagi pertumbuhan bisnis.

f. Membuat Pembukuan Keuangan

Penting untuk memiliki catatan yang lengkap tentang transaksi keuangan perusahaan. Dengan pembukuan yang baik, Anda dapat mengontrol dan mengevaluasi perkembangan bisnis.

g. Evaluasi Tahunan

Lakukan evaluasi keuangan secara rutin untuk melihat pencapaian perusahaan dalam satu periode. Evaluasi ini membantu untuk mengetahui kondisi keuangan secara jelas dan memperbaiki kekurangan.

h. Tentukan Jangka Waktu

Pisahkan pengeluaran berdasarkan jangka waktu, baik itu harian, mingguan, bulanan, atau bahkan jangka panjang hingga beberapa tahun ke depan. Hal ini membantu dalam pengelolaan keuangan yang lebih terarah.

i. Rencana Penghasilan

Buat rencana untuk mengatur pemasukan perusahaan dengan menentukan produk yang dapat menghasilkan, target penjualan, dan strategi pemasaran yang matang.

j. Pisahkan Harta Pribadi dan Perusahaan

Jangan menganggap uang bisnis sebagai uang pribadi. Pisahkan keuangan pribadi dan bisnis dengan membuat rekening terpisah.

k. Kelola Arus Kas

Pastikan arus kas perusahaan terkelola dengan baik untuk memenuhi kebutuhan operasional bisnis.

l. Memahami Akuntansi

Pelajari dasar-dasar akuntansi atau dapatkan bantuan dari ahli akuntansi untuk mengelola keuangan perusahaan dengan lebih baik.

m. Utamakan Kebutuhan Perusahaan

Prioritaskan kebutuhan yang penting bagi perusahaan untuk menjaga keseimbangan keuangan.

n. Sisihkan Pendapatan untuk Pengembangan

Investasikan sebagian pendapatan untuk pengembangan bisnis guna memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

o. Siapkan Dana Darurat

Miliki dana darurat untuk menghadapi masalah atau keadaan darurat yang mungkin terjadi di masa depan.

Dengan mengikuti tahapan-tahapan ini, seorang wirausaha dapat mengelola keuangan perusahaan

BAB VI

BUSINESS PLAN

A. Definisi Bussines Plan

Rencana bisnis adalah kerangka kerja yang merinci setiap aspek bisnis yang dilakukan sejak awal hingga akhir. Rencana ini mencakup berbagai kemungkinan kejadian yang harus diantisipasi untuk menghadapi situasi tak terduga. Oleh karena itu, sebuah rencana bisnis dibuat dengan mempertimbangkan kondisi-kondisi yang realistis atau layak untuk diterapkan.

Untuk memiliki bisnis yang berkualitas dan berdaya saing tinggi, bisnis tersebut sebaiknya dibangun dengan perencanaan yang matang. Salah satu cara untuk membangun perencanaan bisnis yang matang adalah dengan memiliki rencana bisnis (business plan). Secara umum, masyarakat sering menganggap business plan memiliki hubungan erat dengan cetak biru atau master plan, yang dalam konteks bisnis disebut sebagai rencana bisnis.

Rencana bisnis bervariasi dalam gaya dan konten tergantung pada jenis bisnis yang akan dimulai. Namun, sebagian besar rencana bisnis mencakup beberapa elemen penting: struktur bisnis, deskripsi produk dan layanan, riset pasar dan strategi pemasaran, persyaratan sumber daya dan anggaran produksi, serta proyeksi keuangan untuk tiga hingga lima tahun ke depan. Secara keseluruhan, rencana tersebut harus menjelaskan sembilan elemen model bisnis yang telah dibahas di bab sebelumnya, yaitu: segmen konsumen, proposisi nilai, aliran pendapatan, saluran distribusi dan komunikasi, hubungan dengan konsumen, sumber-sumber penting, tugas-tugas penting, jaringan kemitraan, dan struktur biaya.

B. Tujuan Pembuatan Business Plan

Seorang wirausahawan sebaiknya memiliki rencana bisnis karena beberapa alasan berikut:

a. Blueprint Operasional

Rencana bisnis berfungsi sebagai cetak biru yang memandu operasional bisnis agar tetap kreatif dan fokus pada tujuan yang telah ditetapkan.

b. Alat untuk Mencari Dana

Rencana bisnis membantu dalam mencari dana, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan dalam bisnis.

c. Alat Komunikasi

Rencana bisnis dapat menarik perhatian pihak lain, seperti pemasok, konsumen, dan penyandang dana, karena rencana ini membantu mereka memahami tujuan dan cara operasional bisnis.

d. Panduan Manajerial

Rencana bisnis membuat wirausahawan **mampu** mengetahui langkah-langkah praktis dalam menghadapi persaingan, serta merancang promosi yang lebih efektif.

e. Mempermudah Pengawasan

Rencana bisnis memungkinkan pengawasan operasional agar tetap sesuai dengan rencana yang telah dibuat.

Rencana bisnis yang ditulis oleh wirausahawan baru sangat penting untuk kesuksesan bisnis. Proses perencanaan memaksa wirausahawan untuk bertanya dan menjawab berbagai pertanyaan yang sulit, menantang, dan krusial. Dengan menjawab berbagai pertanyaan penting, diharapkan tercipta rencana bisnis

yang baik, menghindari dampak negatif dari rencana yang kurang baik.

1. Rencana bisnis yang buruk dapat menyebabkan kegagalan di kemudian hari karena beberapa faktor:
2. Tujuan yang ditetapkan kurang realistis dan tidak bertanggung jawab.
3. Kurangnya pengalaman dalam perencanaan bisnis.
4. Ketidakmampuan pengusaha dalam mengenali ancaman dan kelemahan bisnis.
5. Konsumen tidak tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

C. Format Business Plan

Sebuah rencana bisnis harus mencakup hal-hal berikut. Beberapa informasi dapat diperoleh dari proses penciptaan ide bisnis kita, persiapan proposal, dan pertimbangan model bisnis:

a. Ringkasan Eksekutif

Bagian ini harus memberikan gambaran umum tentang hal paling penting dari ide bisnis kita. Buatlah langsung ke pokok permasalahan, karena mungkin ini satu-satunya bagian yang dibaca orang, sehingga harus mampu menjual bisnis kita.

b. Deskripsi Perusahaan

Jelaskan ide bisnis kita, termasuk industri dan produk yang akan kita tawarkan, bentuk hukum bisnis (seperti kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi), jam operasional, musim bisnis, dan lokasi yang bisa menjadi kunci kesuksesan.

c. Rencana Strategi

Bagian ini mencakup visi, misi, nilai-nilai, dan strategi untuk mencapai tujuan bisnis. Jelaskan apa yang ingin kita capai, arah yang dituju, dan bagaimana mencapainya dengan tujuan yang terukur dan dapat diamati.

d. Analisis Pasar

Jelaskan hasil analisis pasar kita, termasuk industri tempat kita beroperasi, target pasar, deskripsi konsumen, rencana dan strategi pemasaran, cara distribusi barang dan jasa, serta strategi harga.

e. Analisis Kompetitif

Jelaskan siapa pesaing kita dan bagaimana kita bisa mendapatkan keuntungan kompetitif. Bandingkan ide bisnis kita dengan pesaing.

f. Dampak Teknologi

Ulas teknologi yang digunakan dan bagaimana perkembangan teknologi dapat mempengaruhi bisnis kita.

g. Operasional Bisnis

Jelaskan bagaimana kita menjalankan bisnis, fokus pada apa yang membuat kita lebih unggul dari pesaing.

h. Manajemen dan Kepemilikan

Buat ikhtisar tentang orang-orang penting dalam bisnis kita, keahlian, pendidikan, dan kontribusi mereka.

i. Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Jelaskan kebutuhan tenaga kerja, jumlah karyawan, gaji, struktur organisasi, proses rekrutmen, seleksi, penilaian, dan pelatihan.

j. Modal dan Penggunaan

Rincikan modal yang diperlukan, durasi, dan cara pembayarannya. Mulai dari kebutuhan awal bisnis hingga proyeksi kebutuhan di masa depan.

k. Informasi Keuangan

Buat proyeksi keuntungan dan kerugian di masa depan. Sertakan laporan kuartalan hingga bisnis stabil, dan laporan tahunan dengan rincian berikut:

1. Pencatatan: Cara mencatat pendapatan, pengeluaran, aset, liabilitas, dan ekuitas pemilik untuk menentukan performa dan posisi keuangan.
2. Analisis Titik Impas: Volume penjualan yang cukup untuk menutup semua biaya.
3. Daftar Peralatan Modal: Detail peralatan yang dibutuhkan dan nilainya.
4. Pernyataan Arus Kas: Aliran dana pendapatan dan pengeluaran bisnis.

Jika pendanaan mencakup permintaan beberapa tahun, sertakan informasi keuangan lebih mendalam berdasarkan proyeksi nyata, seperti:

5. Neraca Keuangan: Menunjukkan aset, liabilitas, nilai bersih, dan ekuitas pemilik.
6. Laporan Pendapatan: Menunjukkan semua penghasilan dan pengeluaran selama periode tertentu, menghasilkan untung atau rugi.

l. Lampiran

Sertakan dokumen penting yang mendukung ide bisnis, seperti ringkasan, referensi, analisis SWOT, analisis kompetitif, fotokopi studi, atau dokumen lain yang relevan.

D. Langkah-langkah Membuat Business Plan

Ada banyak langkah dalam membuat rencana bisnis yang mungkin sudah kita selesaikan. Data tersebut dikumpulkan lebih banyak saat kita mengembangkan ide bisnis kita. Abrams (1999) dalam bukunya, *The Dynamics of Consumer Choice*, menyebutkan lima langkah penting dalam memproduksi rencana bisnis:

1. Sebutkan konsep dasar bisnis kita: Kita memiliki ide bisnis yang dapat diubah menjadi ikhtisar bisnis. Jelaskan produk atau jasa yang kita tawarkan.
2. Kumpulkan data mengenai kelayakan dan konsep spesifik: Ini melibatkan melakukan analisis pasar dan analisis kompetitor.
3. Fokus dan saring konsep dasar dari data yang sudah dikumpulkan: Buat proposal yang lebih rinci, termasuk deskripsi pasar, cara mendapatkan keuntungan kompetitif, dan strategi penetapan harga.
4. Buat ikhtisar spesifik tentang bisnis kita: Pastikan kita menggunakan sembilan blok pembangunan dari model bisnis. Identifikasi layanan konsumen unik yang perlu kita buat untuk memastikan kesuksesan bisnis dan kepuasan konsumen. Identifikasi strategi pemasaran kita dan

selesaikan rencana strategis dengan tujuan bisnis yang strategis.

5. Buat rencana dalam format yang menarik: Isi detail dari bisnis kita dalam rencana bisnis yang dibuat untuk entitas bisnis unik kita. Buat data keuangan yang diperlukan untuk meyakinkan para pemberi pinjaman.
6. Bagikan rencana dengan orang lain: Buat mereka mempertimbangkan risiko dan potensi keberhasilan dari bisnis kita. Sebutkan risiko apapun yang bisa mereka identifikasi.

Setelah menyelesaikan proses ini, kita akan memiliki rencana bisnis yang matang yang akan membantu memastikan penerapan yang sukses.

BAB VII

PENGELOLAAN RISIKO USAHA

E. Pengertian Risiko Usaha

Memulai suatu usaha selalu berkaitan dengan adanya risiko, yang tidak bisa dihindari dalam dunia bisnis. Meskipun risiko ini tidak dapat sepenuhnya dihapuskan, mereka bisa diidentifikasi, dilacak, dan direncanakan cara penanganannya untuk mengurangi dampaknya. Risiko usaha dapat diartikan sebagai potensi kerugian atau masalah yang muncul dalam kegiatan bisnis selama jangka waktu tertentu. Setiap pengusaha harus siap menghadapi risiko tersebut sebagai bagian dari proses menjalankan bisnis. Beberapa contoh risiko usaha yang umum terjadi antara lain adalah hilangnya kepercayaan konsumen, kecurangan dalam laporan keuangan, atau kegagalan dalam menjual produk. Situasi ini sering kali diperparah oleh perkembangan bisnis itu sendiri, karena semakin maju suatu

usaha, semakin banyak pula pesaing yang bermunculan dalam pasar yang sama.

Dalam merencanakan bisnis, mengantisipasi risiko menjadi hal yang sangat penting. Ini terkait erat dengan keputusan dan tindakan yang akan diambil oleh manajemen dalam menghadapi berbagai permasalahan yang mungkin terjadi di masa depan. Seperti yang dijelaskan oleh Wijyantini (2012) perencanaan yang matang sangat diperlukan agar manajemen bisa menghadapi masalah dengan cara yang tepat. Risiko usaha muncul karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam perusahaan (*internal*) maupun dari luar (*eksternal*). Faktor eksternal bisa mencakup bencana alam, gejolak ekonomi, atau faktor lain yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Sementara itu, faktor internal biasanya berasal dari masalah dalam manajemen, sistem perusahaan yang lemah, atau strategi bisnis yang kurang optimal. Selain itu, risiko usaha juga dapat muncul akibat perilaku individu atau kinerja karyawan yang tidak sesuai harapan.

Dalam konteks risiko, Abbas Salim mengidentifikasi tiga jenis ketidakpastian yang dapat memengaruhi usaha. Pertama, ada *economic uncertainty caused*, yaitu ketidakpastian ekonomi

yang berkaitan dengan fluktuasi pasar dan situasi ekonomi global atau lokal. Perubahan ekonomi yang cepat atau tak terduga dapat berdampak signifikan pada bisnis, misalnya dalam hal inflasi, suku bunga, atau nilai tukar mata uang. Kedua, ada *nature uncertainty caused*, yakni ketidakpastian yang disebabkan oleh faktor alam. Bencana alam seperti gempa bumi, banjir, atau kebakaran bisa mengganggu operasi bisnis dan merusak aset perusahaan, sehingga pengusaha perlu mengantisipasi risiko ini dengan baik. Ketiga, ada *human uncertainty caused*, yang berkaitan dengan perilaku manusia. Risiko ini bisa muncul dari kesalahan individu, baik itu karyawan atau manajemen, yang dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis. Misalnya, kesalahan dalam pengambilan keputusan strategis, kelalaian dalam operasional, atau tindakan curang yang dilakukan oleh pihak internal.

Salah satu risiko terbesar yang sering dihadapi oleh pengusaha adalah persaingan atau kompetisi. Seiring berkembangnya bisnis, para pesaing baru cenderung bermunculan, baik dari skala usaha yang serupa maupun lebih besar. Persaingan ini bisa menyebabkan penurunan pangsa pasar, terutama jika pesaing menawarkan produk atau layanan

yang lebih inovatif atau dengan harga yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, pengusaha perlu terus melakukan inovasi agar tetap unggul dalam menghadapi kompetisi di pasar. Inovasi dalam produk, layanan, dan cara pemasaran merupakan salah satu cara untuk menghadapi risiko persaingan yang tak terelakkan.

Faktor internal lainnya yang berpotensi memunculkan risiko adalah manajemen yang buruk. Kesalahan dalam manajemen, seperti kurangnya perencanaan strategis atau kegagalan dalam mengelola sumber daya, bisa mengakibatkan masalah serius bagi kelangsungan bisnis. Misalnya, pengelolaan keuangan yang tidak efisien bisa menyebabkan likuiditas perusahaan menurun, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kebangkrutan. Pengelolaan yang kurang baik juga bisa terlihat dari ketidakmampuan dalam merespons perubahan pasar atau kegagalan dalam memperhitungkan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, manajemen yang efisien dan terencana sangat diperlukan untuk menghindari risiko-risiko ini.

Tidak hanya faktor manajemen, perilaku karyawan juga bisa menjadi sumber risiko. Ketidakjujuran, ketidakdisiplinan, atau kurangnya keterampilan karyawan dapat berdampak negatif pada bisnis. Sebagai contoh, kecurangan dalam laporan

keuangan atau pencurian aset perusahaan merupakan risiko yang berasal dari faktor manusia. Selain itu, rendahnya produktivitas karyawan atau kinerja yang tidak optimal juga bisa mempengaruhi pencapaian target perusahaan.

Untuk mengelola risiko-risiko tersebut, penting bagi pengusaha untuk menerapkan manajemen risiko yang baik. Manajemen risiko mencakup proses identifikasi, evaluasi, dan pengendalian risiko yang mungkin timbul dalam kegiatan bisnis. Proses ini bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif risiko terhadap operasi bisnis dan memastikan kelangsungan usaha di tengah kondisi yang tidak menentu. Dalam praktiknya, manajemen risiko dapat mencakup berbagai tindakan, mulai dari diversifikasi produk, penggunaan asuransi, hingga pengembangan strategi kontingensi dalam menghadapi situasi darurat.

Kesimpulannya, risiko usaha adalah bagian yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis. Meskipun tidak dapat dihindari, risiko dapat dikelola dengan perencanaan yang matang dan tindakan yang tepat. Pengusaha harus selalu siap menghadapi berbagai jenis risiko, baik yang berasal dari faktor ekonomi, alam, maupun perilaku manusia. Dengan manajemen risiko yang

baik, bisnis dapat bertahan dan terus berkembang meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan.

Risiko merupakan bagian yang tidak terhindarkan dari setiap usaha. Setiap bisnis, terlepas dari skalanya, pasti akan menghadapi risiko dalam berbagai bentuk. Para ahli telah memberikan berbagai definisi mengenai risiko usaha, yang memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana risiko mempengaruhi kegiatan bisnis.

Menurut Arthur Williams dan Richard M.H., risiko didefinisikan sebagai variasi hasil-hasil yang dapat terjadi selama periode tertentu. Ini berarti bahwa dalam suatu periode tertentu, hasil yang diharapkan dari suatu kegiatan usaha dapat berbeda dari realitas karena adanya ketidakpastian. Dalam konteks bisnis, hal ini mengindikasikan bahwa pengusaha harus siap menghadapi berbagai kemungkinan hasil yang tidak selalu sesuai dengan rencana awal.

Abas Salim memberikan definisi yang serupa, menyatakan bahwa risiko adalah ketidakpastian yang mungkin melahirkan peristiwa kerugian. Dengan kata lain, ketidakpastian dalam bisnis sering kali membawa potensi kerugian, dan pengusaha harus waspada terhadap hal ini. Ini mencerminkan sifat risiko

yang sering kali tidak dapat diprediksi dan dapat mengakibatkan dampak negatif pada bisnis.

Soekarto memandang risiko sebagai ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa. Definisi ini memperjelas bahwa risiko muncul dari ketidakpastian mengenai apakah suatu peristiwa akan terjadi atau tidak, yang pada akhirnya mempengaruhi hasil usaha. Ketidakpastian tersebut bisa berasal dari berbagai faktor, termasuk kondisi pasar, perubahan regulasi, atau bahkan faktor eksternal seperti bencana alam.

Sementara itu, Herman Darmawi menggambarkan risiko sebagai penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan. Dengan kata lain, risiko berkaitan dengan seberapa jauh hasil yang dicapai menyimpang dari hasil yang diinginkan. Jika hasil aktual jauh berbeda dari apa yang diharapkan, hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi bisnis.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa risiko selalu dikaitkan dengan potensi terjadinya keadaan yang merugikan dan sering kali tidak diinginkan. Risiko adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam dunia usaha, dan pengusaha harus memahami serta mengelola risiko ini dengan baik untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin terjadi.

Selain definisi, risiko usaha juga memiliki beberapa karakteristik penting yang sering kali dihadapi oleh bisnis. Salah satunya adalah bahwa kejadian risiko cenderung terulang dan dapat diukur. Beberapa jenis risiko dalam usaha bersifat berulang dan dapat diprediksi berdasarkan data atau pengalaman sebelumnya. Contohnya, risiko finansial seperti fluktuasi nilai tukar atau suku bunga dapat diukur dan diantisipasi dengan perencanaan yang baik.

Namun, tidak semua risiko mudah diukur. Ada juga jenis-jenis risiko baru yang sulit diukur, terutama yang muncul dari perubahan teknologi, regulasi, atau tren pasar yang belum sepenuhnya dipahami. Risiko ini lebih sulit diantisipasi karena tidak ada data atau pengalaman sebelumnya yang bisa dijadikan acuan.

Selain itu, risiko usaha sering kali saling tergantung satu sama lain. Ini berarti bahwa satu risiko dapat memicu risiko lainnya. Misalnya, masalah dalam manajemen dapat menyebabkan kesalahan operasional, yang pada gilirannya berdampak pada keuangan perusahaan. Karena itu, pengusaha perlu mengelola risiko secara menyeluruh dengan mempertimbangkan keterkaitan antar risiko.

Karakteristik lainnya adalah bahwa risiko usaha sering kali bersifat kompleks, di mana terdapat risiko yang saling berkaitan dan bahkan saling menguatkan. Beberapa risiko mungkin terjadi secara bersamaan dan saling mempengaruhi, sehingga memperburuk situasi. Misalnya, risiko persaingan yang ketat dapat memicu masalah keuangan, sementara perubahan regulasi yang mendadak bisa memperburuk kondisi pasar.

Oleh karena itu, dalam mengelola risiko, sangat penting untuk melakukannya dengan efektif. Pengusaha harus mampu mengidentifikasi berbagai macam risiko yang mungkin dihadapi, serta memahami hubungan antar risiko tersebut. Pengelolaan risiko yang baik melibatkan perencanaan, identifikasi, dan mitigasi risiko secara sistematis untuk memastikan bisnis dapat bertahan di tengah ketidakpastian. Dengan demikian, bisnis dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan yang ada, serta meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh risiko tersebut.

F. Macam-macam Risiko Usaha

Terdapat beberapa klasifikasi risiko usaha yang penting untuk dipahami oleh pengusaha. Klasifikasi ini didasarkan pada

sifat-sifat tertentu yang mempengaruhi bagaimana risiko tersebut muncul dan dampaknya terhadap perusahaan (Asyari, 2014). Berikut adalah lima kategori utama:

1. Risiko Murni

Risiko murni adalah jenis risiko yang memiliki kemungkinan kerugian yang tinggi, biasanya disebabkan oleh peristiwa yang tidak dapat dihindari atau dikendalikan. Contoh dari risiko murni meliputi bencana alam seperti gempa bumi atau banjir, serta pandemi yang dapat menghentikan aktivitas bisnis secara tiba-tiba. Dalam situasi ini, kerugian yang timbul hampir pasti, dan pengusaha harus siap untuk menghadapi konsekuensinya.

2. Risiko Spekulatif

Risiko spekulatif muncul karena keputusan atau tindakan yang tidak dipertimbangkan secara matang, yang dapat membawa kerugian bagi perusahaan. Risiko ini sering kali terjadi akibat upaya untuk mendapatkan keuntungan, namun di sisi lain, terdapat kemungkinan kerugian yang signifikan. Misalnya, mengambil hutang dalam jumlah besar tanpa perencanaan yang baik bisa menimbulkan risiko spekulatif yang merugikan perusahaan.

3. Risiko Fundamental

Risiko fundamental adalah risiko yang harus ditanggung oleh perusahaan itu sendiri, dan tidak bisa dilimpahkan kepada pihak lain. Risiko ini sering muncul dari faktor internal, seperti manajemen yang buruk atau kegagalan strategi operasional. Dalam hal ini, perusahaan harus bertanggung jawab penuh terhadap dampak yang dihasilkan.

4. Risiko Khusus

Risiko khusus berasal dari peristiwa yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, namun bisa diterima atau dimaklumi. Contohnya termasuk kejadian seperti kapal tenggelam, kebakaran, atau kecelakaan yang tidak terduga. Risiko ini biasanya membutuhkan langkah-langkah pencegahan seperti asuransi atau rencana darurat.

5. Risiko Dinamis

Risiko dinamis muncul karena perkembangan dan kemajuan teknologi. Perubahan cepat dalam teknologi dapat membawa risiko bagi bisnis yang tidak mampu beradaptasi. Misalnya, gangguan pada sistem teknologi informasi atau serangan siber bisa menghambat operasional bisnis.

Dengan memahami berbagai klasifikasi risiko ini, pengusaha dapat lebih siap dalam mengantisipasi dan mengelola risiko yang mungkin dihadapi.

Klasifikasi dalam konteks klasifikasi risiko usaha, salah satu pendekatan penting adalah berdasarkan pada kemampuan untuk memindahkan risiko tersebut. Terdapat dua kategori utama dalam klasifikasi ini:

1. Risiko yang Dapat Dipindahkan

Klasifikasi ini merujuk pada risiko di mana beban kerugian dapat dialihkan kepada pihak lain, sehingga perusahaan dapat mengatasi dampak yang ditimbulkan. Contoh paling umum dari risiko ini adalah asuransi. Dalam hal ini, perusahaan membayar premi kepada perusahaan asuransi untuk mendapatkan perlindungan finansial dari berbagai risiko, seperti kebakaran, pencurian, atau bencana alam. Dengan cara ini, ketika risiko tersebut terjadi, beban kerugian tidak sepenuhnya ditanggung oleh perusahaan, melainkan dialihkan kepada perusahaan asuransi, yang akan menanggung sebagian atau seluruh kerugian sesuai dengan ketentuan polis yang telah disepakati.

2. Risiko yang Tidak Dapat Dipindahkan

Sebaliknya, risiko yang tidak dapat dipindahkan adalah risiko yang harus ditanggung sepenuhnya oleh perusahaan tanpa ada kemungkinan untuk mengalihkan beban kerugian kepada pihak lain. Dalam kasus ini, perusahaan harus siap untuk menghadapi dan menanggulangi segala kerugian yang timbul akibat risiko tersebut. Contoh dari risiko ini mencakup risiko yang berkaitan dengan manajemen, strategi perusahaan, serta kesalahan operasional. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki rencana yang jelas untuk mengelola risiko yang tidak dapat dipindahkan agar kerugian yang mungkin terjadi dapat diminimalkan.

Klasifikasi risiko juga dapat dilakukan berdasarkan sumbernya, yang dapat dibedakan menjadi risiko internal dan eksternal. Berikut adalah penjelasan masing-masing:

1. Risiko Internal

Risiko internal adalah risiko yang muncul dari dalam perusahaan itu sendiri. Ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti masalah yang terkait dengan karyawan, kesalahan dalam operasional, kebocoran data, atau bahkan kegagalan sistem. Misalnya, jika seorang karyawan membuat

kesalahan dalam pengolahan data keuangan, hal ini dapat mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan bagi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan pelatihan dan pengawasan yang memadai terhadap karyawan untuk meminimalkan risiko internal.

2. Risiko Eksternal

Risiko eksternal, di sisi lain, adalah risiko yang disebabkan oleh faktor-faktor yang berada di luar kendali perusahaan. Contoh dari risiko eksternal ini meliputi pencurian, bencana alam seperti gempa bumi atau banjir, serta perubahan dalam regulasi pemerintah yang dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Karena perusahaan tidak dapat mengendalikan risiko eksternal ini, penting untuk memiliki strategi mitigasi yang efektif, seperti asuransi dan perencanaan darurat, untuk meminimalkan dampak yang mungkin terjadi.

Selain klasifikasi berdasarkan perpindahan dan sumber, risiko juga dapat dikelompokkan secara umum menjadi beberapa kategori yang lebih spesifik:

1. Risiko pada Perusahaan

Risiko yang berkaitan dengan kondisi perusahaan dan saham yang ada dapat mengakibatkan kerugian. Ini adalah risiko

yang dihadapi dalam lingkup usaha, di mana keadaan internal maupun eksternal dapat mempengaruhi kesehatan dan keberlangsungan perusahaan.

2. Risiko Keuangan

Risiko keuangan adalah jenis risiko yang sering kali muncul dan dapat berdampak langsung pada aspek keuangan perusahaan. Hal ini termasuk risiko yang muncul akibat fluktuasi pasar, kegagalan dalam pengelolaan aset, atau masalah likuiditas yang dapat mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan.

3. Risiko Permodalan

Risiko permodalan merujuk pada kemungkinan kerugian yang diakibatkan oleh penurunan likuiditas, penurunan penjualan, atau masalah keuangan lainnya yang dapat menyebabkan modal usaha menurun drastis. Keterbatasan modal dapat membatasi kemampuan perusahaan untuk berinvestasi dan berkembang.

4. Risiko Pasar

Risiko pasar mencakup tantangan yang muncul akibat persaingan dalam bisnis dan perubahan pola perilaku konsumen. Munculnya pesaing baru yang potensial atau

perubahan dalam preferensi konsumen dapat memengaruhi posisi pasar perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus melakukan riset pasar dan beradaptasi dengan perubahan untuk tetap bersaing.

5. Risiko Operasional

Risiko operasional adalah risiko yang timbul akibat ketidakpastian dalam proses operasional. Hal ini bisa disebabkan oleh kesalahan dalam pengambilan keputusan, ketidakcukupan sumber daya manusia, pengaruh teknologi, atau perubahan dalam sistem inovasi serta kualitas produk. Untuk mengelola risiko operasional, perusahaan perlu menerapkan sistem pengendalian yang baik dan terus-menerus mengevaluasi kinerja operasionalnya.

Dengan memahami berbagai klasifikasi risiko ini, para pengusaha dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan yang mungkin muncul dalam operasional bisnis mereka. Ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan strategi mitigasi yang lebih efektif, mengurangi potensi kerugian, dan memaksimalkan peluang yang ada di pasar.

G. Langkah Dasar Mengelola Risiko Usaha

Untuk menangani risiko yang mungkin timbul dalam perusahaan, penting bagi para pengusaha untuk belajar mengidentifikasi risiko sejak dini. Berikut adalah beberapa langkah yang bisa dilakukan untuk mengenali dan mengelola risiko bisnis.

1. Melatih Kemampuan *Helicopter View*

Helicopter view adalah kemampuan untuk melihat bisnis dari berbagai sudut pandang. Artinya, pengusaha tidak hanya terfokus pada satu aspek saja, melainkan memperhatikan keseluruhan bisnis, termasuk area-area yang mungkin memerlukan perbaikan. Dengan melihat dari perspektif yang lebih luas, risiko yang sebelumnya tidak terlihat dapat diidentifikasi dan diatasi lebih dini, sebelum menjadi masalah besar.

2. Menyusun Perencanaan Bisnis yang Matang

Salah satu cara penting untuk mengelola risiko adalah dengan membuat perencanaan bisnis yang matang. Sebelum bisnis dijalankan, penting untuk menyusun rencana yang mencakup tindakan serta kemungkinan risiko yang dapat muncul. Perencanaan yang matang akan membantu pengusaha untuk

mengidentifikasi bagian mana dari kegiatan bisnis yang memiliki tingkat risiko tinggi, sehingga bisa diprioritaskan penanganannya lebih awal.

3. Menganalisis Tingkat Kematangan Produk

Mengidentifikasi risiko juga bisa dilakukan dengan menganalisis siklus hidup produk yang ada di pasar. Setiap produk memiliki masa kejayaan dan penurunan. Sebelum produk mengalami penurunan penjualan karena kejenuhan konsumen, perusahaan perlu bersiap-siap melakukan diversifikasi produk. Dengan mempersiapkan produk baru yang bisa diluncurkan saat penjualan produk lama mulai menurun, risiko kehilangan pendapatan dapat diminimalisir.

4. Melakukan Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

Analisis SWOT adalah salah satu metode yang sangat bermanfaat dalam mengidentifikasi risiko bisnis. Pengusaha harus memahami kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari bisnisnya. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk mengatasi potensi risiko. Misalnya, dengan memperkuat area

kelemahan atau memanfaatkan peluang yang ada sebelum kompetitor mengambil keuntungan.

5. Merencanakan Strategi Mitigasi Risiko

Merencanakan strategi mitigasi risiko adalah langkah proaktif dalam mengurangi dampak risiko terhadap bisnis. Strategi mitigasi adalah upaya terencana dan berkelanjutan yang dilakukan untuk meminimalkan bahaya yang mungkin muncul dari risiko. Dengan memiliki strategi mitigasi yang baik, perusahaan dapat menghadapi risiko secara perlahan, mengurangi dampaknya, dan meminimalisir kerugian.

6. Mendokumentasikan Proses Secara Baik

Salah satu cara yang sering kali diabaikan dalam manajemen risiko adalah mendokumentasikan semua proses bisnis secara teratur. Pendokumentasian ini sangat penting untuk menghindari risiko seperti kesalahan prosedur atau kegagalan produksi. Dengan menyimpan catatan yang baik dari setiap strategi dan tindakan yang pernah diterapkan, perusahaan dapat melakukan analisis untuk mengetahui tindakan mana yang efektif dalam mengurangi risiko dan mana yang tidak.

7. Mengevaluasi Kinerja Secara Berkelanjutan

Langkah terakhir dalam mengidentifikasi dan menangani risiko bisnis adalah melakukan evaluasi kinerja secara berkala. Setiap tindakan yang diambil dalam bisnis harus dievaluasi hasilnya. Evaluasi berkelanjutan memungkinkan perusahaan untuk menghindari risiko yang sama terulang kembali serta membantu dalam mencegah munculnya risiko yang lebih besar di masa depan.

Dengan menerapkan langkah-langkah di atas, pengusaha akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis yang mungkin timbul. Mengelola risiko secara proaktif memungkinkan perusahaan untuk bertahan dan berkembang, meski dihadapkan pada berbagai ketidakpastian.

H. Metode Menangani Risiko

Setelah manajer risiko mengidentifikasi dan mengukur risiko, langkah berikutnya adalah memilih metode pengendalian risiko yang paling tepat (Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, 2017). Tindakan untuk mengatasi risiko harus selalu dilakukan agar kerugian bisa dihindari atau diminimalkan. Sesuai dengan

sifat objek yang terkena risiko, ada beberapa cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengurangi risiko kerugian.

1. Pencegahan dan Pengurangan Risiko

Upaya ini bertujuan untuk mencegah dan mengurangi kemungkinan terjadinya peristiwa yang bisa menyebabkan kerugian. Misalnya, membangun gedung dengan bahan tahan api untuk mengurangi risiko kebakaran, atau memberikan pagar pengaman pada mesin-mesin untuk mencegah kecelakaan kerja. Perusahaan juga dapat melakukan pemeliharaan yang baik terhadap bahan baku dan hasil produksi guna mencegah pencurian dan kerusakan. Pendekatan kemanusiaan juga penting untuk menghindari pemogokan, sabotase, atau pengacauan.

2. Retensi Risiko

Retensi risiko adalah upaya menoleransi kerugian yang mungkin terjadi. Perusahaan menerima risiko tersebut dan menyisihkan dana untuk menanggulangi kerugian yang mungkin timbul. Misalnya, dalam anggaran perusahaan disediakan pos biaya tak terduga untuk menutupi kerugian yang terjadi.

3. Pengendalian Risiko

Contoh dari pengendalian risiko adalah melakukan hedging atau perdagangan berjangka. Langkah ini dilakukan untuk menghadapi risiko kelangkaan bahan baku atau fluktuasi harga, sehingga perusahaan dapat terus beroperasi tanpa terganggu oleh ketidakpastian tersebut.

4. Pengalihan Risiko

Pengalihan risiko dilakukan dengan memindahkan beban risiko kepada pihak lain, seperti melalui asuransi. Perusahaan dapat mengadakan kontrak asuransi dengan membayar premi, sehingga jika terjadi kerugian sesuai dengan perjanjian, perusahaan asuransi akan menanggung kerugian tersebut.

Manajer risiko bertanggung jawab untuk memilih dan menentukan metode yang paling efisien dalam mengendalikan risiko yang dihadapi perusahaan. Pada dasarnya, seorang manajer risiko dapat menggunakan dua pendekatan utama, yaitu penanganan risiko (*risk control*) dan pembiayaan risiko (*risk financing*), yang disesuaikan dengan jenis risiko yang dihadapi.

BAB VIII

EDUPRENEURSHIP DI

ERA DIGITAL

A. Revolusi Digital

Digitalisasi yang terjadi saat ini adalah sebuah keniscayaan yang telah dapat diprediksi sejak dua dekade terakhir, khususnya pada masa revolusi industri ke-3. Pada periode ini, perkembangan teknologi, terutama dalam bidang informasi dan komunikasi, mengalami kemajuan yang sangat pesat. Salah satu indikator penting dari perkembangan ini adalah kemajuan ilmu pengetahuan yang meningkat dengan signifikan dalam dua dekade terakhir, yang menjadi landasan kuat bahwa revolusi teknologi tidak dapat dihindari.

Perkembangan teknologi ini semakin dipercepat dengan adanya pandemi global yang melanda dunia. Pandemi tersebut memaksa hampir seluruh negara menerapkan pembatasan sosial untuk meminimalkan dampak penyebaran virus. Kondisi ini secara tidak langsung menjadi katalis yang mendorong

penerapan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam upaya mempertahankan kelangsungan operasional, banyak sektor ekonomi beralih ke teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung bisnis mereka agar tetap berjalan di tengah keterbatasan. Situasi ini mendorong manusia untuk beradaptasi dan meningkatkan kompetensi serta pengetahuan dalam menggunakan teknologi, sehingga mereka tetap relevan dan mampu bersaing di era digital ini.

Revolusi digital sendiri dapat diartikan sebagai percepatan perubahan teknis dalam suatu ekosistem ekonomi. Menurut Eurofound (2018), revolusi digital mengacu pada proses percepatan inovasi teknologis dalam berbagai sektor ekonomi. Dari sudut pandang operasional, revolusi digital mencakup berbagai implementasi seperti komputerasi, robotisasi, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), dan otomatisasi (Kurniawan, F. E. & Aruan, 2021). Implementasi teknologi digital di berbagai sektor secara global diperkirakan akan menciptakan manfaat yang sangat luas. Misalnya, OECD (2018) berpendapat bahwa teknologi baru akan membawa peluang yang belum pernah ada sebelumnya, termasuk menciptakan lapangan

pekerjaan yang lebih produktif dan meningkatkan efisiensi operasional di berbagai industri.

Penggunaan teknologi digital telah menciptakan peluang baru dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan, kesehatan, perdagangan, dan industri. Sektor-sektor ini semakin bergantung pada teknologi untuk menghadapi tantangan yang muncul akibat perubahan global. Dalam dunia bisnis, transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan permintaan pasar, baik dari sisi produk maupun layanan. Hal ini juga membantu mereka meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses yang sebelumnya dilakukan secara manual.

Selain itu, digitalisasi telah mendorong munculnya model bisnis baru yang sebelumnya tidak ada, seperti platform e-commerce, layanan digital, dan solusi berbasis teknologi lainnya. Bisnis-bisnis ini mampu berkembang pesat di tengah krisis pandemi, karena mereka dapat dengan cepat beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang berubah. Transformasi ini tidak hanya menguntungkan bagi perusahaan besar, tetapi juga memberikan peluang bagi usaha kecil dan menengah (UKM)

untuk bersaing di pasar global melalui pemanfaatan teknologi digital yang lebih terjangkau.

Dalam hal sumber daya manusia, revolusi digital memaksa individu untuk terus memperbarui keterampilan mereka agar sesuai dengan kebutuhan pasar kerja yang baru. Kompetensi dalam penggunaan teknologi digital menjadi salah satu faktor penting yang menentukan daya saing individu di dunia kerja. Oleh karena itu, pelatihan dan pendidikan mengenai teknologi informasi menjadi semakin krusial, tidak hanya untuk generasi muda tetapi juga bagi pekerja yang telah lama berkecimpung di dunia industri.

Secara keseluruhan, digitalisasi yang dipicu oleh perkembangan teknologi dan didorong oleh situasi pandemi telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia. Revolusi ini tidak hanya menciptakan tantangan baru, tetapi juga membuka peluang besar bagi siapa saja yang siap beradaptasi dan memanfaatkan teknologi untuk kemajuan. Bagi perusahaan dan individu yang mampu memanfaatkan teknologi dengan baik, digitalisasi akan menjadi kunci kesuksesan di masa depan yang semakin terhubung dan kompleks.

B. Pertentangan Dehumanisasi dengan Kewirausahaan Digital

Digitalisasi telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam aspek sosial ekonomi. Salah satu dampak yang paling terasa adalah dehumanisasi, di mana peran manusia dalam pekerjaan semakin tergantikan oleh otomatisasi sistem dan unit proses di berbagai industri. Dehumanisasi diartikan sebagai perkembangan teknologi yang memungkinkan peningkatan produktivitas dan efisiensi secara signifikan melalui sistem mekanis dan elektronik yang otomatis, yang pada akhirnya menyebabkan manusia kehilangan peran sebagai tenaga kerja.

Dalam proses ini, banyak pekerjaan manual yang bersifat repetitif dan membutuhkan ketelitian tinggi tergantikan oleh mesin atau sistem otomatis. Misalnya, dalam sektor manufaktur, mesin otomatis kini lebih banyak digunakan untuk produksi massal yang membutuhkan konsistensi dan kecepatan. Dampaknya, sejumlah besar tenaga kerja manusia menjadi tidak diperlukan lagi, terutama dalam pekerjaan yang berulang dan dapat diotomatisasi. Otomasi ini memang meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya produksi bagi perusahaan,

namun di sisi lain, menciptakan dampak sosial berupa pengangguran yang meningkat.

Pengurangan tenaga kerja akibat otomatisasi ini berbanding lurus dengan hilangnya model pekerjaan tradisional yang selama ini menjadi andalan bagi banyak orang. Profesi-profesi seperti operator pabrik, kasir, dan pekerja lini produksi adalah contoh pekerjaan yang rentan terhadap otomatisasi. Banyak perusahaan memilih untuk menggantikan manusia dengan sistem otomatis karena lebih efisien dan dapat mengurangi kesalahan kerja yang biasanya dilakukan manusia. Namun, sejarah teknologi menunjukkan bahwa meskipun beberapa jenis pekerjaan hilang, ada potensi munculnya peluang kerja baru sebagai dampak dari digitalisasi.

Sementara banyak pekerjaan manual hilang, digitalisasi juga membuka celah bisnis baru yang sebelumnya tidak ada. Transformasi digital tidak hanya menggusur peran manusia, tetapi juga menciptakan peluang baru di bidang yang berkembang. Misalnya, berbagai profesi baru telah muncul sebagai bagian dari era digital ini, seperti digital marketing, konsultasi digital, *content creator*, *influencer*, dan *desainer web*. Kemajuan teknologi juga memungkinkan bisnis berbasis digital

seperti e-commerce dan marketplace berkembang pesat, memberikan peluang bagi siapa saja untuk memulai usaha tanpa harus memiliki modal besar.

Bagi generasi muda, terutama kaum milenial, digitalisasi tidak lagi dianggap sebagai ancaman. Mereka sudah terbiasa dengan teknologi sejak usia dini dan memiliki keterampilan literasi digital yang mumpuni. Generasi ini lebih adaptif terhadap perubahan, dan banyak di antara mereka yang telah memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital untuk menciptakan bisnis atau karier baru. Sebagai contoh, banyak anak muda yang kini terjun menjadi *content creator* di platform media sosial, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menghasilkan pendapatan dari konten digital.

Namun, ada tantangan tersendiri dalam memanfaatkan peluang digital ini. Tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi atau memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di era digital. Oleh karena itu, peran pemerintah, sektor swasta, dan institusi pendidikan menjadi sangat penting dalam memberikan pelatihan dan pendidikan yang memadai. Pelatihan kewirausahaan digital dapat menjadi salah satu solusi untuk mendorong lebih banyak orang, terutama generasi muda,

untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk menciptakan peluang usaha baru.

Pelatihan kewirausahaan digital tidak hanya melibatkan pengenalan tentang cara memulai bisnis di dunia digital, tetapi juga peningkatan kompetensi dalam berbagai keterampilan yang relevan, seperti fotografi digital, pemasaran digital (*digital marketing*), dan desain grafis. Misalnya, pelatihan dalam bidang fotografi digital bisa membantu seseorang menjadi fotografer profesional yang menghasilkan uang melalui platform online. Demikian pula, pelatihan dalam pemasaran digital dapat membantu pengusaha kecil mengembangkan bisnis mereka dan bersaing di pasar global.

Pelatihan digital marketing, misalnya, memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform digital. Pelaku usaha bisa belajar bagaimana menggunakan media sosial, SEO (*Search Engine Optimization*), dan iklan berbayar untuk memasarkan produk mereka. Dengan strategi digital marketing yang tepat, bahkan industri rumahan bisa mendapatkan pelanggan dari luar negeri dan bersaing di pasar internasional. Ini memberikan potensi besar bagi

pertumbuhan ekonomi, khususnya di negara-negara berkembang.

Selain itu, literasi digital juga perlu ditingkatkan agar masyarakat lebih paham cara memanfaatkan teknologi untuk kegiatan produktif. Misalnya, pelatihan mengenai *e-commerce* atau bisnis online bisa membuka peluang baru bagi masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke pasar global. Hal ini penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif, di mana semua lapisan masyarakat bisa merasakan manfaat dari perkembangan teknologi.

Di sisi lain, perusahaan juga perlu beradaptasi dengan perubahan ini. Mereka harus mampu menyesuaikan model bisnis mereka dengan perkembangan teknologi agar tetap relevan dan kompetitif. Selain otomatisasi, perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional, seperti dalam hal pengelolaan sumber daya manusia, manajemen rantai pasokan, dan pelayanan pelanggan. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara bisnis dijalankan, tetapi juga cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan mereka.

Dalam konteks ini, manajer risiko juga perlu mengambil peran penting dalam mengidentifikasi potensi risiko yang

mungkin timbul dari transformasi digital. Teknologi memang membawa peluang besar, tetapi juga risiko baru seperti kejahatan siber, pelanggaran data, dan ketidakpastian pasar digital. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi mitigasi risiko yang baik untuk menghadapi tantangan di era digital ini.

Secara keseluruhan, digitalisasi memberikan dampak ganda. Di satu sisi, teknologi menggantikan peran manusia dalam pekerjaan yang repetitif dan otomatis. Namun, di sisi lain, digitalisasi juga membuka peluang besar bagi munculnya pekerjaan dan model bisnis baru. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta untuk bekerja sama dalam memastikan bahwa dampak negatif digitalisasi dapat diminimalkan, sementara manfaatnya dapat dirasakan oleh semua lapisan masyarakat. Pelatihan kewirausahaan digital dan peningkatan literasi digital menjadi kunci untuk menciptakan masyarakat yang lebih siap menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

C. Pengembangan Kewirausahaan Sosial Digital

Kewirausahaan sosial atau social entrepreneurship adalah elemen penting dalam dunia kewirausahaan, meskipun memiliki tujuan yang sedikit berbeda, yakni untuk menangani masalah kemiskinan. Tujuan mulia ini tidak hanya bermanfaat bagi individu yang terlibat tetapi juga memberikan dampak positif yang mendukung pemerintah dalam mengatasi permasalahan sosial dan ekonomi. Salah satu aspek kunci dalam bisnis adalah pemasaran produk. Sebagus apapun kualitas produk, tanpa strategi dan teknik pemasaran yang efektif, produk tersebut akan sia-sia. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi salah satu strategi vital yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dan membantu mencapai jangkauan pasar yang lebih luas.

Contoh nyata dari keberhasilan ini dapat dilihat dalam program Kewirausahaan Sosial Karawo, yang dilaksanakan oleh akademisi di Desa Tabongo Barat, Kabupaten Gorontalo. Program ini mencakup bimbingan teknis dan inkubasi bisnis yang didukung oleh platform digital seperti Facebook dan Instagram, serta pembuatan website. Upaya ini terbukti efektif membantu pengrajin Karawo untuk menjangkau pasar yang

lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Pemanfaatan berbagai platform digital tidak hanya mempermudah pemasaran produk, tetapi juga meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran. Melalui penggunaan teks, foto, video, dan konten kemasan yang menarik, produk yang dihasilkan dapat digambarkan secara menarik dan menarik perhatian calon konsumen (Aryapranata & Hutagalung, 2022).

Di beberapa daerah di Indonesia, program kewirausahaan sosial yang difokuskan pada produk lokal seperti hasil pertanian, perkebunan, hasil laut, dan ekonomi kreatif lainnya perlu didukung dengan inkubasi bisnis yang terarah. Pendampingan dalam digital marketing sangat diperlukan agar masyarakat setempat dapat berkembang dalam hal produk, kemasan, pemasaran, dan peningkatan kualitas. Selain itu, tujuan strategis lain dalam operasi program ini mencakup pemetaan produk awal yang telah dipasarkan oleh masyarakat lokal. Hal ini penting untuk mengetahui potensi produk yang ada dan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih baik.

Program ini juga berfokus pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan produk berkualitas. Melalui bimbingan dan pelatihan, masyarakat akan diberi pengetahuan

dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola usaha dengan baik dan efisien. Manajemen keuangan juga menjadi fokus penting, karena pengelolaan keuangan yang baik sangat menentukan keberhasilan usaha. Selain itu, keterampilan dalam pemasaran dan perluasan jaringan juga akan diajarkan, agar masyarakat dapat memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar mereka.

Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya strategi pemasaran yang baik dan penggunaan teknologi digital. Dengan memahami cara memasarkan produk mereka secara efektif, pengrajin lokal dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Keberhasilan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi individu tetapi juga dapat meningkatkan taraf hidup komunitas secara keseluruhan.

Inisiatif kewirausahaan sosial seperti ini sangat penting dalam menciptakan solusi bagi masalah sosial dan ekonomi. Mereka dapat menjadi jembatan bagi masyarakat untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, termasuk kemiskinan dan keterbatasan akses pasar. Melalui pendidikan dan pelatihan yang tepat, kewirausahaan sosial tidak hanya menciptakan

lapangan kerja baru tetapi juga memperkuat ikatan sosial dalam komunitas.

Dengan demikian, penting untuk terus mendukung dan mengembangkan program kewirausahaan sosial yang ada. Kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan lembaga akademis sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan sosial. Melalui dukungan ini, diharapkan akan muncul lebih banyak inovasi dan peluang yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan membantu mengatasi permasalahan sosial yang ada. Kewirausahaan sosial bukan hanya tentang menciptakan keuntungan, tetapi juga tentang menciptakan perubahan positif dalam masyarakat.

D. Kewirausahaan Digital Lewat Fotografi

Kewirausahaan digital menawarkan beragam bentuk implementasi yang bervariasi, tergantung pada potensi masing-masing daerah. Namun, terdapat satu peluang bisnis yang dapat diterapkan hampir di seluruh wilayah, yaitu pelatihan fotografi. Pelatihan ini memberikan banyak manfaat bagi generasi muda saat ini (Santoso, 2021). Melalui pelatihan kewirausahaan yang dirancang untuk meningkatkan kegemaran dan kreativitas anak

muda, program ini telah terbukti berhasil meningkatkan kreativitas peserta. Banyak dari mereka yang mampu menghasilkan karya dengan nilai jual yang tinggi (Gunawan, 2013).

Keterampilan fotografi yang diperoleh peserta dapat mendorong minat mereka untuk berwirausaha, karena hasil foto yang diambil dapat langsung digunakan untuk memasarkan produk melalui platform e-commerce. Pemanfaatan e-commerce menawarkan kemudahan bagi wirausahawan dalam menawarkan produk mereka, dan tentu saja, ini jauh lebih ekonomis dibandingkan dengan pemasaran secara konvensional (Fauzia, 2016).

Dengan meningkatnya kompetensi fotografi peserta, pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan, salah satunya adalah pemahaman yang lebih mendalam tentang kewirausahaan digital dengan memanfaatkan teknologi sederhana dalam kehidupan sehari-hari, seperti penggunaan smartphone. Teknik pengambilan foto yang diajarkan dalam pelatihan juga berkontribusi pada peningkatan wawasan dan kreativitas peserta, memungkinkan mereka untuk

memperkenalkan kegiatan kewirausahaan digital dengan lebih baik.

Program pelatihan kewirausahaan ini tidak hanya meningkatkan minat dan peluang bisnis bagi peserta, tetapi juga membuka jalan untuk memasarkan karya kreatif mereka di berbagai platform digital online. Karya fotografi yang mereka hasilkan dapat dihargai secara nominal ketika orang lain mengunduh foto tersebut dari media online. Hal ini menunjukkan bahwa peluang ekonomi yang ditawarkan oleh digitalisasi semakin luas, dan kesuksesannya tergantung pada kemampuan individu dalam menangkap dan mengelola peluang tersebut.

Selain itu, dampak lain dari pelatihan ini adalah terbentuknya komunitas fotografer. Komunitas ini mendorong transfer pengetahuan dan berbagi informasi di antara anggotanya. Lingkungan sosial yang mendukung ini berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha di kalangan remaja, sejalan dengan hasil penelitian Nuryanto et al. (2020), yang menunjukkan bahwa kemampuan fotografi sangat diminati oleh generasi muda saat ini. Kegiatan ini tidak hanya

menyenangkan, tetapi juga memberikan outlet bagi mereka untuk mengekspresikan kreativitas mereka.

Pelatihan kewirausahaan digital melalui fotografi memiliki banyak manfaat. Pertama, hal ini memberikan peserta keterampilan praktis yang dapat mereka terapkan untuk memulai usaha mereka sendiri. Dengan menguasai teknik fotografi, mereka dapat membuat konten visual yang menarik untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Ini sangat penting di era digital, di mana konten visual menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen.

Kedua, pelatihan ini juga membantu peserta mengembangkan keterampilan manajerial dan pemasaran. Selain belajar mengambil foto yang baik, mereka juga diajarkan tentang strategi pemasaran digital, cara mengelola akun media sosial, dan bagaimana memanfaatkan e-commerce untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Dengan keterampilan ini, mereka dapat menjalankan bisnis mereka dengan lebih efisien dan efektif.

Ketiga, pelatihan fotografi dalam konteks kewirausahaan digital mendorong kolaborasi antar peserta. Mereka sering kali bekerja dalam kelompok, berbagi ide, dan memberi umpan balik

satu sama lain. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kreativitas, tetapi juga menciptakan jaringan yang dapat membantu mereka di masa depan. Memiliki koneksi dengan sesama pengusaha dan fotografer dapat membuka peluang baru dalam bisnis, seperti kolaborasi proyek, pertukaran layanan, dan promosi silang.

Keempat, dampak jangka panjang dari pelatihan ini adalah peningkatan kesadaran akan pentingnya kewirausahaan di kalangan generasi muda. Ketika peserta melihat potensi yang dapat mereka raih melalui kewirausahaan digital, mereka lebih termotivasi untuk mengambil langkah-langkah menuju kewirausahaan. Hal ini penting untuk menciptakan ekosistem wirausaha yang sehat dan berkelanjutan di masyarakat.

Di samping manfaat tersebut, pelatihan ini juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal. Ketika lebih banyak anak muda yang terlibat dalam kewirausahaan digital, mereka berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja baru dan inovasi dalam produk dan layanan. Hal ini dapat membantu meningkatkan daya saing daerah dan menarik lebih banyak investasi.

Pelatihan kewirausahaan digital melalui fotografi menawarkan banyak peluang bagi generasi muda. Selain meningkatkan keterampilan praktis dan manajerial, program ini juga menciptakan jaringan sosial yang mendukung kolaborasi dan pertumbuhan. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan mempelajari cara memasarkan karya mereka secara online, peserta dapat mengubah minat mereka menjadi usaha yang menguntungkan. Melalui pelatihan ini, kita tidak hanya melahirkan wirausahawan baru tetapi juga membangun ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat dan berkelanjutan.

E. Pelatihan Digital Marketing: Website dan Marketplace

Pembuatan website telah menjadi salah satu pelatihan digital yang paling populer saat ini. Dalam rangkaian pelatihan digital marketing, terdapat tiga tahap utama yang biasanya dilakukan: pertama, pelatihan dasar digital entrepreneurship; kedua, penguatan usaha digital entrepreneurship; dan ketiga, pengembangan usaha digital entrepreneurship. Pelatihan pembuatan website termasuk dalam salah satu tahapan ini, yang berfungsi untuk meningkatkan level kewirausahaan peserta (Arsyad et al., 2015).

Bagi peserta yang belum memiliki produk karena berbagai keterbatasan, mereka diharuskan untuk menjadi reseller atau dropshipper. Dengan model dropship, peserta yang tidak memiliki produk tidak perlu mengeluarkan modal awal. Barang dan jasa yang diminta oleh konsumen dapat diproses langsung dari produsen atau supplier. Di sini, yang paling penting adalah kemauan dan keberanian peserta untuk menjual barang orang lain terlebih dahulu.

Pada tahap terakhir, yaitu pengembangan, peserta, yang mayoritas adalah generasi milenial, telah cukup terampil berkat pelatihan sebelumnya. Mereka harus memahami cara kerja SEO (*Search Engine Optimization*) agar website dan iklan yang mereka pasang dapat terindeks dengan lebih baik dan lebih cepat. Dengan cara ini, konsumen akan lebih mudah memilih produk yang ditawarkan. Pada tahap ini, diharapkan semua peserta pelatihan tidak lagi menjadi reseller atau dropshipper, tetapi mulai memiliki produk sendiri dan mengajarkan orang lain untuk menjadi reseller dari produk yang mereka tawarkan.

Di tahap ini, peserta juga dilatih untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Kualitas produk harus dijaga agar sesuai dengan spesifikasi dan harapan konsumen. Sedangkan

kualitas pelayanan mencakup bagaimana cara merespons pesanan konsumen dengan cepat, melakukan pengemasan produk yang rapi, dan memahami tren pemasaran terkini. Pengiriman produk juga harus dilakukan secepat mungkin, dan peserta diharapkan bisa menanggapi keluhan konsumen secara etis, elegan, dan cepat. Tujuan dari tahap ini adalah untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas peserta, sehingga mereka bisa bersaing dengan lebih baik di pasar (Mastura et al., 2018).

Pada tahap penguatan usaha digital entrepreneurship, para peserta diajarkan tentang cara memulai dan membuka usaha digital. Pembelajaran mencakup pembuatan dan pengelolaan website, serta beriklan di internet melalui berbagai media sosial dan *Google AdSense*.

Pada tahap ini, semua peserta diharapkan sudah memiliki keberanian untuk memulai usaha dan mengalami pertumbuhan. Setiap peserta seharusnya telah memiliki website masing-masing, terdaftar di marketplace, dan aktif beriklan secara online. Dengan demikian, level kewirausahaan mereka dapat meningkat (Arsyad et al., 2015).

Bagi peserta yang masih tidak memiliki produk, mereka tetap diwajibkan untuk menjadi reseller atau *drop shipper*.

Dengan model dropship, mereka dapat menjalankan bisnis tanpa perlu mengeluarkan modal awal, karena barang yang diminta oleh konsumen dapat langsung diambil dari produsen atau supplier. Kunci dari metode ini adalah kemauan dan keberanian peserta untuk memasarkan produk orang lain.

Memasuki tahap pengembangan, peserta yang mayoritas adalah generasi milenial, diharapkan sudah memiliki keterampilan yang cukup baik dari pelatihan sebelumnya. Mereka diajarkan tentang SEO (*Search Engine Optimization*) untuk meningkatkan visibilitas website dan iklan yang dipasang. Dengan menguasai teknik SEO, produk yang ditawarkan dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen.

Di tahap ini, peserta diharapkan tidak lagi berperan sebagai reseller atau dropshipper. Sebaliknya, mereka harus mulai memproduksi barang sendiri dan memasarkan produk tersebut. Selanjutnya, peserta juga diajarkan cara mengembangkan produk dan layanan mereka. Kualitas produk harus selalu dijaga untuk memenuhi harapan dan spesifikasi konsumen, sedangkan kualitas layanan mencakup respon yang cepat terhadap pesanan konsumen, pengemasan yang baik, serta pengiriman produk yang cepat.

Para peserta juga diharapkan dapat merespons aduan dari konsumen dengan cara yang etis dan cepat. Melalui tahap ini, mereka didorong untuk berinovasi dan menciptakan sesuatu yang baru, sehingga mereka bisa bersaing secara efektif dengan kompetitor lainnya (Mastura et al., 2018).

Pelatihan pembuatan website dalam rangka kewirausahaan digital menawarkan banyak manfaat. Dari pelatihan dasar hingga pengembangan, peserta tidak hanya belajar membuat website tetapi juga memahami pentingnya pemasaran digital. Dengan memahami cara kerja dropshipping dan menjadi reseller, mereka dapat memulai usaha tanpa modal besar. Selanjutnya, saat mereka siap untuk mengembangkan produk sendiri, mereka diajarkan tentang SEO dan pentingnya kualitas produk serta layanan.

Secara keseluruhan, program ini dapat mendorong generasi muda untuk lebih terlibat dalam dunia wirausaha. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh, peserta dapat mengelola usaha dengan lebih efektif dan efisien, serta mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi dan kreativitas yang dihasilkan dari pelatihan ini akan sangat bermanfaat dalam menciptakan produk dan layanan yang

memenuhi kebutuhan konsumen, sekaligus meningkatkan potensi ekonomi peserta.

F. Digitalisasi

Digitalisasi adalah fenomena yang tak terhindarkan dalam kehidupan modern saat ini. Ia memiliki dampak yang beragam, ibarat dua sisi mata uang yang bertolak belakang. Di satu sisi, digitalisasi dapat menyebabkan dehumanisasi dan penggantian tenaga kerja manusia di sektor-sektor tertentu. Namun, di sisi lain, digitalisasi juga membuka peluang bisnis yang menguntungkan dan berpotensi menciptakan lapangan pekerjaan baru.

Salah satu cara untuk memanfaatkan dampak positif dari digitalisasi adalah melalui pengembangan kewirausahaan sosial. Pelatihan digital yang fokus pada pembuatan dan pengembangan website, penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta pelatihan fotografi dan pembuatan konten adalah contoh konkret dari upaya untuk meningkatkan kompetensi digital, khususnya di kalangan generasi muda.

Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja yang semakin digital. Dengan mempelajari cara membuat website, peserta dapat memasarkan produk atau jasa mereka secara lebih efektif, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing di pasar.

Penggunaan media sosial juga menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran digital. Dengan pemahaman yang baik tentang platform-platform ini, peserta dapat membangun merek mereka sendiri, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan produk secara lebih efisien. Media sosial memungkinkan komunikasi langsung antara produsen dan konsumen, menciptakan hubungan yang lebih personal dan memungkinkan feedback yang lebih cepat.

Selain itu, pelatihan fotografi dan konten creator dapat memberikan nilai tambah yang signifikan. Dalam dunia digital yang sangat visual, kemampuan untuk menghasilkan foto dan konten berkualitas tinggi menjadi suatu keharusan. Konten yang menarik dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan peluang penjualan. Dengan kemampuan ini, peserta dapat menciptakan materi promosi yang lebih menarik dan efektif.

Melalui pengembangan kompetensi digital ini, diharapkan para peserta dapat menemukan celah untuk mengatasi dehumanisasi yang muncul akibat perkembangan teknologi. Meskipun beberapa pekerjaan mungkin hilang karena otomatisasi, pelatihan ini membuka peluang baru yang dapat diisi oleh tenaga kerja yang terampil dan berpendidikan.

Secara keseluruhan, digitalisasi membawa tantangan sekaligus peluang. Dengan memanfaatkan pelatihan digital, generasi muda dapat mengambil langkah untuk tidak hanya bertahan di era digital tetapi juga berkembang di dalamnya. Melalui kewirausahaan sosial dan pelatihan yang relevan, mereka tidak hanya dapat meningkatkan ekonomi diri sendiri tetapi juga berkontribusi pada ekonomi secara keseluruhan.

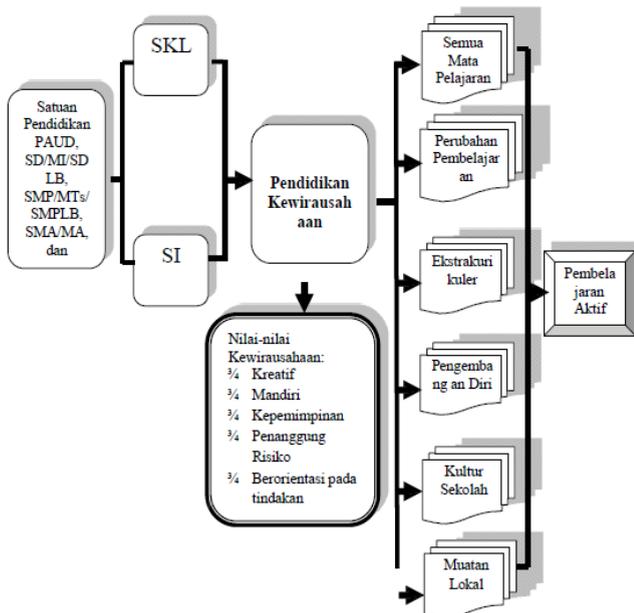
BAB IX

INTEGRASI EDUPRENEURSHIP DALAM PENDIDIKAN DASAR

A. *Framework* Pengintegrasian Edupreneurship Di Setiap

Satuan Pendidikan

Pengintegrasian Edupreneurship di setiap satuan pendidikan didasarkan pada kerangka kerja yang diilustrasikan sebagai berikut:



B. Kajian Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam SKL, SI, dan Pembelajaran

Tahap awal yang perlu dilakukan sebelum merancang model pendidikan kewirausahaan di setiap satuan pendidikan adalah mengkaji sejauh mana Standar Kompetensi Lulusan (SKL) dan Standar Isi, yang mencakup Standar Kompetensi dan Kompetensi Dasar untuk setiap mata pelajaran di setiap satuan pendidikan mulai dari PAUD/TK, SD/MI/SDLB, SMP/MTs/SMPLB, SMA/MA/SMALB, SMK/MAK, dan PNF, telah mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan. Kajian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan di setiap satuan pendidikan.

Pendidikan kewirausahaan sebenarnya telah diakomodasi dalam kurikulum sebelum Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan ditetapkan. Misalnya, dalam Kurikulum 1984 dan Kurikulum 1994, pendidikan kewirausahaan sudah termasuk, namun terbatas pada kelompok Ilmu Sosial, terutama dalam mata pelajaran Ekonomi, dan hasilnya belum maksimal karena masih pada tataran konsep. Dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi,

peserta didik diharapkan memiliki pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Namun, karena kajian kewirausahaan memerlukan praktik lapangan, hasilnya belum maksimal karena SKL belum mengukur aspek keterampilan (Usman et al., 2010).

Hasil kajian terhadap SKL, SI (SK dan KD) menunjukkan bahwa satuan pendidikan pada umumnya belum secara eksplisit menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan, kecuali di jenjang SMA dan SMK. Di jenjang SMA, ada satu Standar Kompetensi yang terkait dengan kewirausahaan dan koperasi. Di SMK, pendidikan kewirausahaan menjadi mata pelajaran tersendiri.

Dalam implementasi pembelajaran, sudah ada upaya untuk menumbuhkan nilai-nilai kewirausahaan, namun belum terprogram secara komprehensif (Rusdiana, 2014). Sebagai contoh, penggunaan metode diskusi kelompok dalam pembelajaran dapat menumbuhkan sikap percaya diri dan kerja sama. Kegiatan sekolah yang melibatkan peserta didik dalam pengelolaan koperasi sekolah, kantin, dan bisnis center diharapkan dapat menumbuhkan jiwa dan perilaku wirausaha.

C. Pemetaan Nilai-nilai Kewirausahaan dan Indikator

Keberhasilan di Satuan Pendidikan Dasar

Dilihat dari teori perkembangan peserta didik, terdapat perbedaan karakteristik di setiap jenjang satuan pendidikan. Oleh karena itu, nilai-nilai dan kompetensi kewirausahaan yang harus dicapai pada setiap jenjang juga berbeda. Maka, perlu dilakukan pemetaan mengenai ruang lingkup nilai-nilai dan kompetensi kewirausahaan di setiap satuan pendidikan. Berikut ini adalah rancangan ruang lingkup nilai-nilai dan kompetensi kewirausahaan untuk setiap jenjang pendidikan mulai dari PAUD/TK, SD/MI/SDLB, SMP/MTs/SMPLB, SMA/MA/SMALB, hingga pendidikan Nonformal. Dalam pembahasan ini khusus membahas di jenjang pendidikan dasar.

1. PAUD

Pendidikan anak usia dini merupakan upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir hingga usia enam tahun melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani, agar anak siap memasuki jenjang pendidikan berikutnya. Namun, dalam kajian pendidikan kewirausahaan ini, konsep PAUD dibatasi pada pendidikan anak di jenjang Play Group/TK. Menurut Piaget,

anak usia dini berada dalam tahapan pra-operasional (usia 2-7 tahun). Anak pada tahap pra-operasional memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Belajar tentang objek dengan menggunakan gambar dan bahasa/kata-kata.
- b. Pemikirannya masih bersifat egosentris.
- c. Kesulitan untuk melihat dari sudut pandang orang lain.
- d. Memiliki pemikiran yang sangat imajinatif.
- e. Menganggap bahwa benda yang tidak hidup pun memiliki perasaan.
- f. Mampu mengklasifikasikan objek menggunakan satu ciri.
- g. Kemampuan penalarannya bersifat intuitif, bukan logis.

Untuk merancang nilai-nilai kewirausahaan yang dapat diintegrasikan di tingkat satuan pendidikan PAUD, nilai-nilai tersebut harus disesuaikan dengan karakteristik perkembangan anak serta fungsi dan tujuan dari PAUD.

a. Fungsi PAUD

Pendidikan anak usia dini berfungsi untuk membina, menumbuhkan, dan mengembangkan seluruh potensi anak usia dini secara optimal, sehingga terbentuk perilaku dan kemampuan dasar yang sesuai dengan tahap

perkembangannya, agar anak siap memasuki jenjang pendidikan selanjutnya.

b. Tujuan PAUD

Pendidikan anak usia dini bertujuan:

1. Membangun landasan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, berkepribadian luhur, sehat, berilmu, cakap, kritis, kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, serta menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab.
2. Mengembangkan potensi kecerdasan spiritual, intelektual, emosional, kinestetis, dan sosial peserta didik pada masa emas pertumbuhannya dalam lingkungan bermain yang edukatif dan menyenangkan.

Berdasarkan ciri-ciri perkembangan, tujuan, dan fungsi PAUD, berikut adalah rancangan nilai-nilai dan kompetensi kewirausahaan yang dapat diintegrasikan pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) (Drucker, 1996).

NILAI- NILAI KEWIRAU SAHAAN	INDIKATOR KETERCAPAIAN		
	INDIVIDU	KELAS	SEKOLAH
Mandiri	a. Mampu menyelesaikan tugas sendiri b. Mengambil dan menempatkan benda (misalnya, peralatan sekolah) pada tempatnya	Menciptakan suasana kelas yang memberi kesempatan kepada peserta didik untuk bekerja mandiri	Menciptakan lingkungan sekolah yang mendukung kemandirian peserta didik
Kreatif	a. Menghasilkan tulisan atau karya seni menggunakan	a. Membangun suasana belajar yang merangsang pemikiran dan	Mewujudkan lingkungan sekolah yang memfasilitasi pemikiran dan

	<p>bahan yang tersedia di kelas</p> <p>b. Mengajukan pertanyaan ketika melihat sesuatu yang tidak biasa</p>	<p>tindakan kreatif</p> <p>b. Memberikan tugas menantang untuk menciptakan karya-karya baru, baik yang orisinal maupun yang telah dimodifikasi</p>	<p>tindakan kreatif</p>
<p>Berani mengambil resiko</p>	<p>a. Menyukai tugas yang menantang</p> <p>b. Berani dan memiliki keterampilan dalam</p>	<p>a. Menciptakan suasana belajar yang merangsang minat siswa pada tugas yang</p>	<p>Membuat lingkungan sekolah yang mengembangkan keberanian siswa dalam mengambil resiko</p>

	menghadapi risiko kerja	menantang b. Membuat situasi pembelajaran yang mendorong siswa untuk bersikap berani dalam mengambil risiko kerja	
Berorientasi pada tindakan	a. Melakukan tindakan yang sudah diketahui b. Berpikir dan mengambil langkah inisiatif	Membangun lingkungan pembelajaran yang mendorong anak-anak untuk melakukan tindakan sesuai	Menciptakan suasana sekolah yang mendorong anak-anak untuk bertindak sesuai dengan pemahaman mereka

		dengan pengetahuan yang mereka dapatkan	
Kepemimpinan	<p>a. Menunjukkan sikap terbuka terhadap saran dan kritik</p> <p>b. Mudah bergaul dan dapat bekerja sama dengan teman</p> <p>c. Berani menegur teman yang dianggap salah</p>	Membangun lingkungan pembelajaran yang mengembangkan karakter kepemimpinan pada anak-anak	Menciptakan suasana sekolah yang memotivasi anak-anak untuk berperilaku seperti seorang pemimpin

<p>Kerja Keras</p>	<p>a. Meminta bantuan kepada teman atau guru ketika ada yang tidak diketahui b. Mengajukan pertanyaan kepada teman atau guru saat mendengar hal yang tidak familiar c. Menghabiskan banyak waktu di kelas untuk belajar</p>	<p>Membuat lingkungan pembelajaran yang memotivasi anak-anak untuk bekerja keras</p>	<p>Menciptakan suasana sekolah yang menginspirasi anak-anak untuk berupaya keras</p>
--------------------	---	--	--

2. SD/MI/SDLB/Paket A

Pendidikan dasar adalah tingkat pendidikan dalam sistem formal yang menjadi fondasi bagi pendidikan menengah. Pendidikan dasar diselenggarakan di Sekolah Dasar, Madrasah Ibtidaiyah, atau institusi serupa lainnya. Tingkat ini merupakan kelanjutan menuju Sekolah Menengah Pertama, Madrasah Tsanawiyah, atau tingkat serupa. Menurut Piaget, anak-anak pada tingkat SD atau setara masuk dalam tahap operasional konkrit (usia 7-11 tahun). Anak-anak yang berada dalam tahap ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Kemampuan untuk mengurutkan objek berdasarkan ukuran, bentuk, atau karakteristik lainnya.
- b. Kemampuan memberi nama dan mengidentifikasi serangkaian objek berdasarkan penampilan atau ukuran.
- c. Mulai mempertimbangkan beberapa aspek dari suatu masalah untuk memecahkannya.
- d. Memahami bahwa jumlah atau objek dapat diubah.
- e. Memahami bahwa kuantitas, panjang, atau jumlah objek tidak terkait dengan penampilan objek tersebut.
- f. Berkembangnya pemahaman bahwa pemikiran hanya terbatas pada diri sendiri.

Nilai-nilai kewirausahaan yang dirancang untuk diintegrasikan dalam satuan pendidikan dasar harus sesuai dengan perkembangan anak-anak serta tujuan dan fungsi dari pendidikan dasar.

a. Fungsi Pendidikan Dasar adalah:

1. Mencerahkan dan mempraktikkan nilai-nilai keimanan, akhlak yang mulia, dan kepribadian yang luhur.
2. Menanamkan serta mempraktikkan rasa cinta pada bangsa dan tanah air.
3. Memberikan pondasi kemampuan intelektual melalui pembelajaran membaca, menulis, dan berhitung.
4. Memperkenalkan ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Melatih serta mendorong apresiasi terhadap keindahan, kesopanan, dan keselarasan.
6. Mengembangkan minat pada kegiatan olahraga, kesehatan, dan kebugaran fisik.
7. Membangun kesiapan fisik dan mental untuk melanjutkan ke jenjang SMP/MTs atau tingkat setara.

b. Tujuan Pendidikan Dasar

Tujuan dari pendidikan dasar adalah untuk membentuk dasar bagi pengembangan potensi peserta didik sehingga mereka dapat menjadi individu yang:

1. Beriman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki akhlak yang mulia, dan kepribadian yang luhur.
2. Berilmu, cerdas, kritis, kreatif, dan inovatif.
3. Sehat, mandiri, dan memiliki kepercayaan diri yang tinggi.
4. Toleran, peka sosial, demokratis, dan bertanggung jawab.

Dengan mempertimbangkan tujuan, fungsi, dan karakteristik perkembangan peserta didik pada pendidikan dasar, dapat disusun rancangan nilai-nilai kewirausahaan yang dapat diintegrasikan serta indikator keberhasilan kewirausahaan pada tingkat pendidikan dasar (Drucker, 1996).

NILAI- NILAI KEWIRAU SAHAAN	INDIKATOR KETERCAPIAN		
	INDIVIDU	KELAS	SEKOLAH
Mandiri	a. Mampu menyelesaikan	Menciptakan suasana kelas	Menciptakan lingkungan

	tugas tanpa bantuan orang lain b. Mampu mencari sumber belajar secara mandiri	yang memungkinkan peserta didik bekerja secara mandiri	sekolah yang mendorong kemandirian peserta didik
Kreatif	a. Membuat karya tulis atau seni dari bahan yang tersedia b. Menyusun berbagai kalimat baru dengan kata-kata sendiri c. Mengusulkan kegiatan baru di kelas	a. Menciptakan situasi belajar yang bisa menumbuhkan daya pikir dan tindakan kreatif b. Memberikan tugas yang menantang untuk menghasilkan karya-karya	Menciptakan situasi yang mendorong daya pikir dan tindakan kreatif

		baru, baik yang autentik maupun yang dimodifikasi	
Berani mengambil resiko	a. Berani menerima konsekuensi dari perbuatannya sendiri b. Menyukai tantangan	Memberikan tugas yang menantang kepada peserta didik	Memberikan peluang agar peserta didik mengembangkan potensi bisnis mereka
Berorientasi pada tindakan	a. Menikmati melakukan Tindakan b. Menerapkan gagasannya	Memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk menerapkan gagasan mereka	Memberikan layanan unggulan untuk mengembangkan gagasan mereka
Kepemimpinan	a. Mampu mengoordinasik	a. Membangun suasana diskusi	Menciptakan lingkungan

	<p>an teman-teman dalam kelompok</p> <p>b. Mampu menerima kritik dari teman</p> <p>c. Mampu menerima saran dari teman</p>	<p>kelas</p> <p>b. Menetapkan ketua kelas secara bergiliran</p>	<p>sekolah yang demokratis</p>
<p>Kerja keras</p>	<p>a. Mencari informasi dari sumber di luar buku pelajaran</p> <p>b. Menghabiskan sebagian besar waktu di kelas maupun di luar kelas untuk belajar</p>	<p>a. Menciptakan suasana kelas yang mendorong peserta didik mencari sumber informasi</p> <p>b. Memberikan tugas kepada peserta didik untuk</p>	<p>a. Memfasilitasi kegiatan belajar bagi warga sekolah</p> <p>b. Menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung peserta didik dalam mencari sumber bacaan</p>

		mengeksplorasi berbagai sumber bacaan	
--	--	---------------------------------------	--

D. Prinsip Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan

Berikut adalah prinsip-prinsip yang dipertimbangkan dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan :

- a. Pengembangan nilai-nilai kewirausahaan merupakan proses yang berkelanjutan dan dimulai sejak awal peserta didik memasuki hingga menyelesaikan pendidikan di suatu satuan pendidikan.
- b. Materi mengenai nilai-nilai kewirausahaan bukanlah materi pelajaran konvensional. Artinya, nilai-nilai tersebut tidak diajarkan secara terpisah seperti konsep, teori, prosedur, atau fakta dalam mata pelajaran seperti agama, bahasa Indonesia, PKn, IPA, IPS, dan lain-lain. Nilai-nilai kewirausahaan diintegrasikan ke dalam setiap mata pelajaran dengan cara yang berbeda-beda, bisa melalui materi, metode, atau penilaian.
- c. Saat mengajar di kelas, guru tidak perlu mengubah materi pelajaran yang sudah ada tetapi menggunakan materi

tersebut sebagai sarana untuk mengembangkan nilai-nilai kewirausahaan. Guru juga tidak harus menciptakan proses belajar baru secara khusus untuk mengembangkan nilai-nilai tersebut.

- d. Metode pembelajaran yang digunakan adalah metode yang aktif dan menyenangkan. Prinsip ini menekankan bahwa proses pendidikan nilai-nilai kewirausahaan sebaiknya melibatkan peserta didik secara aktif dalam pembelajaran yang memberikan kesan menyenangkan.

E. Cara Mengintegrasikan Pendidikan Kewirausahaan tiap Satuan pendidikan

Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk individu secara holistik, yang memiliki karakter, pemahaman, dan keterampilan sebagai seorang wirausaha. Pendidikan kewirausahaan dapat diterapkan secara terpadu dengan kegiatan-kegiatan pendidikan di sekolah (Sanjaya, 2009). Proses implementasi pendidikan kewirausahaan melibatkan kepala sekolah, guru, konselor, dan peserta didik secara bersama-sama sebagai komunitas pendidikan. Pengintegrasian pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum dilakukan dengan

mengidentifikasi kegiatan-kegiatan di sekolah yang mendukung pembelajaran kewirausahaan, dan peserta didik kemudian mengaplikasikan konsep-konsep tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Program pendidikan kewirausahaan di sekolah dapat diinternalisasikan melalui berbagai aspek yang relevan.

1. Pendidikan Kewirausahaan Terintegrasi Dalam Seluruh Mata Pelajaran

Pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dalam proses pembelajaran mencakup internalisasi nilai-nilai kewirausahaan ke dalam pembelajaran agar peserta didik sadar akan pentingnya nilai-nilai tersebut, karakter wirausaha terbentuk, dan nilai-nilai kewirausahaan terbiasa diaplikasikan dalam perilaku sehari-hari peserta didik melalui proses pembelajaran di berbagai mata pelajaran. Selain tujuan menguasai kompetensi yang ditargetkan, kegiatan pembelajaran dirancang untuk memperkenalkan, menanamkan, dan menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan menjadi perilaku bagi peserta didik.

Langkah ini melibatkan integrasi nilai-nilai kewirausahaan ke dalam semua mata pelajaran di sekolah, baik melalui penyampaian materi, metode pembelajaran, maupun sistem penilaian. Dalam proses integrasi nilai-nilai kewirausahaan,

beberapa nilai yang dapat ditanamkan pada peserta didik dipilih sebagai fokus utama. Penanaman nilai-nilai kewirausahaan dilakukan secara bertahap dengan memilih beberapa nilai pokok sebagai dasar untuk penanaman nilai-nilai lainnya, yang kemudian diintegrasikan ke dalam semua mata pelajaran. Setiap mata pelajaran menekankan penanaman nilai-nilai pokok tertentu yang sesuai dengan karakteristik mata pelajaran tersebut. Nilai-nilai pokok kewirausahaan yang diintegrasikan pada tahap awal mencakup mandiri, kreativitas, pengambil risiko, kepemimpinan, orientasi pada tindakan, dan kerja keras.

Integrasi pendidikan kewirausahaan ke dalam mata pelajaran dilakukan sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi pembelajaran di semua mata pelajaran. Pada tahap perencanaan ini, silabus dan RPP disusun sedemikian rupa sehingga muatan dan kegiatan pembelajarannya mendukung integrasi nilai-nilai kewirausahaan. Prosedur penyusunan silabus yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan melibatkan penambahan satu kolom dalam silabus untuk mencakup nilai-nilai kewirausahaan yang akan diintegrasikan. Sedangkan penyusunan RPP yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan dilakukan dengan menambahkan langkah-

langkah pembelajaran, materi tambahan, atau penilaian yang terkait dengan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam RPP yang sudah ada (Anang & Anita, 2020).

Prinsip pembelajaran dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan bertujuan agar peserta didik mengakui dan menerima nilai-nilai kewirausahaan sebagai bagian dari diri mereka sendiri, serta bertanggung jawab atas keputusan yang mereka buat melalui tahapan mengenal pilihan, menilai pilihan, menetapkan pendirian, dan mengadaptasikan nilai-nilai tersebut sesuai dengan keyakinan mereka. Prinsip ini mengarahkan peserta didik untuk belajar melalui proses berpikir, bersikap, dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai kewirausahaan (Sari & Hasanah, 2022). Tiga proses ini dirancang untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam menerapkan nilai-nilai kewirausahaan dalam berbagai situasi. Integrasi nilai-nilai kewirausahaan dalam silabus dan RPP dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

Mengevaluasi Standar Kompetensi (SK) dan Kompetensi Dasar (KD) untuk menentukan apakah nilai-nilai kewirausahaan sudah termasuk di dalamnya.

- a. Menyertakan nilai-nilai kewirausahaan yang sudah terdapat dalam SK dan KD ke dalam silabus.
- b. Mengembangkan langkah-langkah pembelajaran aktif bagi peserta didik yang memungkinkan mereka mengintegrasikan nilai-nilai tersebut dan menunjukkannya dalam perilaku mereka.
- c. Menyertakan langkah-langkah pembelajaran aktif yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP).

Contoh silabus yang mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan dapat dilihat pada lampiran, sementara RPP yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan dapat dilihat pada lampiran.

2. Pendidikan Kewirausahaan Yang Terpadu Dalam Kegiatan Ekstra Kurikuler

Kegiatan Ekstrakurikuler adalah aktivitas pendidikan yang dilakukan di luar pelajaran utama dan layanan konseling, bertujuan membantu pengembangan siswa sesuai kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka. Kegiatan ini secara khusus diorganisir oleh pendidik atau tenaga kependidikan yang kompeten dan berwenang di sekolah atau madrasah.

Visi kegiatan ekstrakurikuler adalah mengoptimalkan potensi, bakat, dan minat siswa, serta menumbuhkan kemandirian dan kebahagiaan yang bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakat. Misinya meliputi (1) menyediakan berbagai aktivitas yang bisa dipilih siswa sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka, serta (2) mengadakan kegiatan yang memungkinkan siswa mengekspresikan diri secara bebas baik secara mandiri maupun dalam kelompok.

Beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang dapat mengandung pendidikan kewirausahaan antara lain:

- a. Olahraga,
- b. Seni Budaya,
- c. Kepramukaan,
- d. Pameran,
- e. Dan sebagainya.

3. Pendidikan Kewirausahaan Melalui Pengembangan Diri

Pengembangan diri adalah kegiatan pendidikan di luar mata pelajaran yang merupakan bagian integral dari kurikulum sekolah atau madrasah. Kegiatan ini bertujuan untuk

membentuk karakter, termasuk karakter wirausaha dan kepribadian siswa, melalui layanan konseling terkait masalah pribadi, kehidupan sosial, kegiatan belajar, dan pengembangan karir, serta kegiatan ekstrakurikuler (Wardana, 2022).

Selain itu, di sekolah kejuruan, pengembangan diri dan layanan konseling difokuskan pada pengembangan kreativitas dan karir siswa. Sementara itu, di sekolah khusus, layanan konseling menekankan peningkatan kecakapan hidup sesuai dengan kebutuhan khusus siswa.

Pengembangan diri adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan kompetensi dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari peserta didik. Kegiatan ini memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, minat, kondisi, dan perkembangan mereka, dengan memperhatikan situasi sekolah atau madrasah.

Secara khusus, pengembangan diri bertujuan untuk mendukung pendidikan peserta didik dalam mengembangkan bakat, minat, kreativitas, kompetensi, kebiasaan hidup, kemampuan dalam kehidupan keagamaan, kemampuan sosial, kemampuan belajar, wawasan dan perencanaan karir,

kemampuan pemecahan masalah, serta kemandirian. Pengembangan diri mencakup kegiatan terprogram dan tidak terprogram. Kegiatan terprogram direncanakan secara khusus dan diikuti oleh peserta didik sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pribadi mereka. Kegiatan tidak terprogram dilaksanakan secara langsung oleh pendidik dan tenaga kependidikan di sekolah atau madrasah, dan diikuti oleh semua peserta didik.

Dalam program pengembangan diri, perencanaan dan pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dapat diintegrasikan ke dalam kegiatan sehari-hari sekolah, seperti melalui kegiatan "market day" (bazar, karya peserta didik, dll) (Usman et al., 2010).

Dalam program pengembangan diri, perencanaan dan pelaksanaan pendidikan kewirausahaan diintegrasikan ke dalam kegiatan sehari-hari sekolah melalui beberapa cara berikut:

a. **Kegiatan rutin sekolah**

Kegiatan rutin adalah aktivitas yang dilakukan siswa secara terus menerus dan konsisten setiap saat. Contoh kegiatan ini meliputi upacara setiap hari Senin dan upacara pada hari-hari besar kenegaraan. Nilai kewirausahaan, seperti kepemimpinan, dapat diintegrasikan dalam

pelaksanaan kegiatan ini dengan memberikan tugas kepada setiap kelas secara bergantian untuk menjadi panitia pelaksana. Dengan demikian, siswa dapat belajar mengkoordinir teman-temannya untuk melaksanakan tugas sebagai panitia. Selain itu, kegiatan ibadah bersama setiap Dhuhur bagi yang beragama Islam juga dapat mengintegrasikan nilai kepemimpinan dengan cara melibatkan siswa menjadi imam dan memberikan kultum 5-7 menit secara bergantian sesuai jadwal yang telah disusun.

b. Kegiatan spontan

Kegiatan spontan adalah aktivitas yang dilakukan secara tiba-tiba pada saat itu juga. Kegiatan ini biasanya dilakukan ketika guru dan tenaga kependidikan mengetahui adanya perbuatan yang kurang baik dari siswa yang perlu segera dikoreksi. Jika guru melihat perilaku yang kurang baik, guru harus segera memberikan koreksi agar siswa tidak mengulangi tindakan tersebut. Sebaliknya, siswa yang berperilaku baik harus diberi pujian. Misalnya, jika seorang guru melihat siswa mengoreksi perilaku teman

yang tidak terpuji, maka siswa tersebut diberi pujian sebagai bentuk penghargaan terhadap nilai kepemimpinan.

c. Teladan

Keteladanan adalah perilaku dan sikap guru serta tenaga kependidikan yang memberikan contoh tindakan yang baik sehingga diharapkan menjadi panutan bagi siswa. Jika guru dan tenaga kependidikan menginginkan siswa berperilaku sesuai dengan nilai-nilai kewirausahaan, mereka harus menjadi contoh pertama dan utama dalam berperilaku sesuai nilai-nilai tersebut. Contohnya adalah datang ke kantor tepat waktu, bekerja keras, dan bersikap jujur.

d. Pengkondisian

Untuk mendukung pelaksanaan pendidikan kewirausahaan, sekolah harus dikondisikan untuk mendukung kegiatan tersebut. Sekolah harus mencerminkan lingkungan yang mendukung nilai-nilai kewirausahaan. Misalnya, sekolah bisa memiliki business center, memajang hasil kreativitas siswa, serta mengadakan kegiatan "business day" (bazar, karya siswa, dll) secara rutin setiap minggu atau setiap bulan.

4. Perubahan Pelaksanaan Pembelajaran Kewirausahaan Dari konsep/Teori Ke Pembelajaran Praktik Berwirausaha

Dengan demikian, pembelajaran kewirausahaan diarahkan untuk mencapai tiga kompetensi utama: penanaman karakter wirausaha, pemahaman konsep, dan keterampilan praktis, dengan penekanan lebih besar pada pengembangan jiwa kewirausahaan dan keterampilan dibandingkan pemahaman konsep. Dalam struktur kurikulum SMA, mata pelajaran ekonomi memiliki beberapa Kompetensi Dasar yang terkait langsung dengan pengembangan pendidikan kewirausahaan. Mata pelajaran ini secara langsung (eksplisit) mengenalkan nilai-nilai kewirausahaan dan mendorong siswa untuk peduli serta menginternalisasi nilai-nilai tersebut. Salah satu contoh model pembelajaran kewirausahaan yang efektif dalam menumbuhkan karakter dan perilaku wirausaha adalah dengan mendirikan kantin kejujuran, dan lain sebagainya.

5. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan ke dalam

Bahan/Buku Ajar

Bahan atau buku ajar merupakan komponen pembelajaran yang sangat berpengaruh terhadap proses pembelajaran yang terjadi di kelas. Banyak guru cenderung mengikuti urutan penyajian dan kegiatan pembelajaran yang telah dirancang oleh penulis buku ajar tanpa melakukan banyak adaptasi. Nilai-nilai kewirausahaan dapat diinternalisasi ke dalam bahan ajar melalui pemaparan materi, penugasan, dan evaluasi.

6. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui

Budaya Sekolah

Budaya sekolah mencerminkan suasana kehidupan sekolah di mana siswa, guru, konselor, dan staf administrasi berinteraksi satu sama lain. Pengembangan nilai-nilai kewirausahaan dalam budaya sekolah melibatkan kegiatan yang dilakukan oleh kepala sekolah, guru, konselor, dan tenaga administrasi saat berkomunikasi dengan siswa dan menggunakan fasilitas sekolah. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, disiplin, komitmen, dan budaya kewirausahaan dapat dipromosikan

dalam lingkungan sekolah di mana seluruh warga sekolah terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.

7. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui Muatan Lokal

Mata pelajaran muatan lokal memberi kesempatan kepada siswa untuk mengembangkan kemampuan yang relevan dengan kebutuhan daerah mereka. Mata pelajaran ini harus mencakup karakteristik budaya lokal, keterampilan, nilai-nilai luhur budaya setempat, dan mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan. Dengan demikian, siswa dibekali dengan keterampilan dasar yang dapat digunakan untuk menciptakan lapangan kerja. Misalnya, siswa yang tinggal di sekitar pantai bisa mengidentifikasi potensi lokal dan mengolahnya menjadi produk bernilai tambah untuk dijual.

Integrasi pendidikan kewirausahaan dalam muatan lokal mirip dengan integrasi dalam mata pelajaran lainnya, dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi pembelajaran. Dalam tahap perencanaan, RPP (Rencana Pelaksanaan Pembelajaran) dirancang untuk memfasilitasi integrasi nilai-nilai kewirausahaan. Ini dilakukan dengan

mengadaptasi RPP muatan lokal yang sudah ada dan menambahkan elemen kewirausahaan dalam materi, langkah-langkah pembelajaran, atau penilaian.

Prinsip pembelajaran dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan adalah agar siswa mengenal dan menerima nilai-nilai kewirausahaan serta bertanggung jawab atas keputusan yang mereka buat. Proses ini melibatkan pengenalan pilihan, penilaian pilihan, penentuan pendirian, dan internalisasi nilai sesuai keyakinan diri. Dengan prinsip ini, siswa belajar melalui proses berpikir, bersikap, dan bertindak, yang semuanya dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam kegiatan yang terkait dengan nilai-nilai kewirausahaan.

Contoh RPP muatan lokal yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan dapat ditemukan pada lampiran 2.

F. Penilaian Pendidikan Kewirausahaan

Penilaian adalah proses berkelanjutan untuk mendeteksi kekuatan dan kelemahan peserta didik dalam aspek karakter, keterampilan, dan pengetahuan. Proses penilaian dapat terjadi pada setiap tahapan pembelajaran (Usman et al., 2010). Misalnya, pada tahap eksplorasi, peserta didik dinilai

berdasarkan kemampuan mereka dalam merancang alat pencatatan data, melihat peluang, dan mengambil kesimpulan. Pada tahap aksi, penilaian meliputi kerjasama, ketepatan waktu, dan keterampilan mengelola bahan. Sedangkan pada tahap komunikasi, dinilai kemampuan menjelaskan materi pelajaran, kemampuan persuasif, dan sikap menghargai lawan bicara.

Rancangan penilaian kemampuan peserta didik dalam pendidikan kewirausahaan di setiap jenjang pendidikan adalah sebagai berikut:

1. **Di tingkat PAUD/TK dan SD/MI/SDLB /Paket A**, penilaian diintegrasikan dalam mata pelajaran yang ada.
2. **Di tingkat SMP/MTs/SMPLB/Paket B dan SMA/MA/SMALB**, penilaian dapat diintegrasikan dalam setiap mata pelajaran, diwujudkan dalam kegiatan life skills, atau dalam muatan lokal/ekstrakurikuler.
3. **Di tingkat SMK/Paket C**, terdapat beberapa model pendidikan kewirausahaan, sehingga penilaiannya dapat diintegrasikan pada semua mata pelajaran, diwujudkan dalam kegiatan life skills, muatan lokal/ekstrakurikuler, serta melekat pada mata pelajaran.

Penilaian pendidikan kewirausahaan didasarkan pada rubrik-rubrik yang mencakup aspek pemahaman (kognitif), aspek afektif, dan keterampilan mengorganisir.

KESIMPULAN

Buku ini menyajikan panduan menyeluruh tentang penerapan edupreneurship di pendidikan dasar untuk mahasiswa perguruan tinggi, yang terbagi dalam beberapa bab yang mendalam dan komprehensif. *Bab pertama* berfokus pada konsep dasar edupreneurship, menguraikan pengertian edupreneurship dan membedakannya dari kewirausahaan konvensional. Buku ini mengeksplorasi tujuan dan manfaat penerapannya, serta ruang lingkup program dan nilai-nilai pokok yang harus diintegrasikan dalam kurikulum pendidikan dasar. Dengan memahami konsep-konsep ini, mahasiswa dapat lebih siap untuk menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam konteks pendidikan mereka.

Bab kedua membahas etika kewirausahaan, menyoroti pentingnya prinsip-prinsip etika dalam pengembangan karakter wirausaha dan bagaimana etika ini diterapkan dalam praktek edukasi. Buku ini juga menjelaskan tujuan dan manfaat dari pemahaman etika kewirausahaan serta bagaimana penilaian

potensi diri wirausaha dapat dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan karakteristik kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Selanjutnya, *bab ketiga* mengeksplorasi peluang dan tantangan dalam edupreneurship, termasuk peran kewirausahaan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan strategi untuk membaca serta mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi.

Bab keempat menawarkan panduan mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan untuk proyek edupreneurship, mencakup langkah-langkah strategis yang harus diambil serta pendekatan yang efektif dalam kedua area ini. *Bab kelima* fokus pada pembuatan business plan, menjelaskan definisi, tujuan, format, dan langkah-langkah yang diperlukan, serta peran pemasaran sosial media dalam konteks kewirausahaan. *Bab keenam* membahas Risiko usaha adalah bagian yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis dan harus dihadapi oleh setiap pengusaha. Risiko ini mencakup kemungkinan kerugian yang timbul dari faktor internal seperti kesalahan manajemen, atau faktor eksternal seperti bencana alam atau perubahan ekonomi. Ada berbagai jenis risiko, termasuk risiko murni, spekulatif, dan dinamis. Mengelola risiko

memerlukan identifikasi yang teliti dan perencanaan matang, seperti melalui analisis SWOT dan evaluasi kinerja secara berkala. Metode pengelolaan risiko meliputi retensi risiko, pengendalian, dan pengalihan, seperti melalui asuransi. Dengan manajemen risiko yang baik, perusahaan dapat meminimalkan dampak negatif dan lebih siap menghadapi ketidakpastian, sehingga menjaga kelangsungan usaha.

Bab Ketujuh Digitalisasi telah mengubah bisnis secara signifikan, menghadirkan tantangan dan peluang baru. Otomatisasi dan kecerdasan buatan dapat mengancam pekerjaan, tetapi juga membuka jalan bagi inovasi dan model bisnis baru. Edupreneurship yang berfokus pada digitalisasi sangat penting untuk menghadapi perubahan ini. Pelatihan digital, seperti pemasaran digital, pembuatan website, dan fotografi, memberikan keterampilan teknis dan menumbuhkan jiwa wirausaha. Akses yang lebih luas terhadap pelatihan digital, penguatan ekosistem kewirausahaan, dan kolaborasi antara berbagai pihak diperlukan untuk memaksimalkan peluang dari digitalisasi, menciptakan pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan. Terakhir, *bab kedelapan* membahas integrasi edupreneurship dalam pendidikan dasar, dengan menyajikan

framework pengintegrasian, kajian nilai-nilai kewirausahaan dalam standar kompetensi lulusan, dan cara pemetaan serta penilaian keberhasilan program. Buku ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis dan teoritis yang berguna untuk meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dan mempersiapkan mahasiswa untuk sukses dalam dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. I., & Helmarini, H. (2021). Nilai-Nilai Ajaran Islam Dan Etika Wirausaha Dalam Pendidikan Kewirausahaan. *Jurnal Economic Edu*, 1(2), 83.
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anang, M., & Anita. (2020). Dasar dan Konsep Kewirausahaan. *Jurnal*, 5(3), 5–6.
- Anggraini, F., Lestari, P., Putri, K. R., Sari, Y. P., Syamsiyah, N., Sarjana, S., Mulyana, M., Sudirman, A., Ratnasari, K., & Ristiyana, R. (2022). *Kewirausahaan*. Global Eksekutif Teknologi.
- Arsyad, K. M., Himawan, & Adam, F. (2015). Pengembangan Kewirausahaan UMKM: Suatu Tantangan di Era Ekonomi Digital. *Journal & Proceeding FEB Unsoed*.
- Aryapranata, A., & Hutagalung, H. (2022). *Digital Marketing untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial*.
- Assauri, S. (2007). *NManajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.

- Assingkily, M. S., & Rohman, N. (2019). Edupreneurship Dalam Pendidikan Dasar Islam. *JIP: Jurnal Ilmiah PGMI*, 5(2), 111–130.
- Astuti, M., & Ismail, F. (2021). *Edupreneurship*. Noerfikri Offset.
- Asyari, H. (2014). KEWIRAUSAHAAN (Membangun Jiwa Entrepreneurship Dengan Pendekatan Ajaran Islam). *Stain Press*, 97.
- Benade, M. L. (2008). *Business enterprises -- Law and legislation*. Corporation law.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis*. Salemba Empat.
- De Jong, J., & Kemp, R. (2003). Determinants of Co-workers Innovative Behavior: An Investigation into Knowledge Intensive Service. *International Journal of Innovation Management*, 7(2), 189–212.
- Degeng, I. N. S. (2001). *Kumpulan Bahan Pembelajaran; Menuju Pribadi Unggul Melalui Perbaikan Proses Pembelajaran*. LP3UM.
- Devine, G. (1997). *101 Tanya Jawab Tentang Etika Bisnis*. Obor.
- Drucker, P. F. (1996). *Inovasi dan Kewiraswastaan:Praktek dan Dasar-Dasar (terjemahan)*. Erlangga.
- Eurofound. (2018). *Automatizations. Digitalization, and Platforms:*

Implication for Work and Employment. Publications Office of The European Union.

Fauzia, I. Y. (2016). Pemanfaatan ecommerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 237–256.

Gunawan, A. P. (2013). Pengenalan Teknik Dasar Fotografi. *Humaniora*, 4(1), 518–527.

Hamzah, Kasmawati, & Sonata, D. L. (2017). Buku Ajar KEWIRAUSAHAAN. In *Buku Ajar KEWIRAUSAHAAN*. Pusaka Media. <https://doi.org/10.21070/2017/978-602-5914-55-3>

Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Business. *Jaring Inspirasi: Yogyakarta, Maret*, 1–59.

Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Raja Grafindo.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.

Kurniawan, F. E., & Aruan, N. L. (2021). Digitalisasi dan Pola Kerja Baru: Dampak Bagi Industrialisasi dan Respons Kebijakan Ketenagakerjaan. *Sosioteknologi*, 20(3), 395–409.

Lupiyoadi, & Hamdani. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

- Mastura, J., Fadhilah, & Noer, F. (2018). Strategi Pemasaran Produk dan Jasa Mahasiswa PKK FKIP Unsyiah di Era Digital. *Jurnal Ilmiah mahasiswa pendidikan kesejahteraan keluarga*, 3(2), 73–88.
- Mubasit. (2015). *Buku Kewirausahaan.pdf*. IAIN Raden Intan Lampung.
- Musyadar, A., & Gumilar, I. (2022). Konsep dan Proses Kewirausahaan. *Pustaka.Ut.Ac.Id*, 1–28.
<https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/LUHT435403-M1.pdf>
- Namara, E. (2007). *50 Peluang Bisnis Makanan dan Minuman*. Medpress.
- Nuryanto, U. W., Djamil, M., Sutawidjaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, Pendidikan Wirausaha dan Lingkungan Sosial Terhadap Mlnat Berwirausaha UMKM di Kabupaten Serang. *Dynamic Management Journal*, 4(2), 27–39.
- OECD. (2018). *Job Creation and Local Economic Development 2018: Preparing for The Future of Work*. OECD.
- Rusdiana, H. . (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik, Cetakan ke 1*. Pustaka Setia.

Sanjaya, W. (2009). *Strategi pembelajaran Berorientasi pada Standar Proses Pendidikan*. Kencana Prenada Media Group.

Santoso, T. N. B. (2021). Pengenalan Kewirausahaan Digital Dimasa Pandemi Melalui Kegiatan Fotografi. *Kewirausahaan dan Bisnis*, 26(2), 147–155.

Sari, R., & Hasanah, M. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan*. K-Media.
[https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/24866/BUKU KWU REVISI 2022_Lay.pdf?sequence=1](https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/24866/BUKU%20KWU%20REVISI%202022_Lay.pdf?sequence=1)

Suhardi, Y. (2011). *Kewirausahaan*. Ghalia Indonesia.

Suharyono. (2017). Sikap dan Perilaku Wirausahawan. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, 40(56), 6556.

Sukardewi, N. (2013). Kontribusi Adversity Quotient (AQ) Etos Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Guru SMA Negeri di Kota Amlapura. *Jurnal Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 4.

Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Suryana, Y., & Bayu, K. (2010). *Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Kencana.

Suwardi, S. (2019). Langkah sukses memulai usaha. *Orbith: Majalah*

- Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 14(3), 195–201.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2014). *Manajemen pemasaran Modern*. Liberty.
- Syarfan, L. O. (2023). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Eureka Media Aksara.
- Usman, H., Mulyani, E., Suharyadi, Sejati, V. S., & Sistaningrum, W. (2010). *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan*. Kementerian Pendidikan Nasional.
- Velasques, M. G. (2005). *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*. Andi Offset.
- Wardana, M. A. (2022). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Intelektual Manifes Media.
- Wijyantini, B. (2012). Model pendekatan manajemen risiko. *Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 11(2), 57.
- Wildan, S., & Subiyantoro. (2022). Peran Edupreneurship Dalam Meningkatkan Kualitas Kemandirian Berwirausaha Santri Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta. *Fondatia: Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(4), 1001–1011. <https://doi.org/https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i4.2335>
- Zimmerer, W, T., & Scraborough, N. (2005). *Enterpreneurship The New Venture Formation*. Prentice Hall International.

