

## PROSES IDENTIFIKASI PELUANG, CARA BERPIKIR KRITIS DAN KREATIF SEBAGAI PEMBEKALAN KARAKTER ENTREPRENEURSHIP BAGI SISWA-SISWI SMA St. LOUIS I SURABAYA

Charly Hongdiyanto, Lenny Gunawan, Agustiono  
Universitas Ciputra Surabaya

**Abstrak:** Siswa-siswi SMA kelas X dan XI SMA St. Louis 1 Surabaya yang mengambil extra kurikuler youthpreneur diberikan wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana cara menemukan ide bisnis yang baru dengan memperhatikan keadaan sekitar dari problematika yang ada di lingkungan (baik di lingkungan sekolah maupun daerah rumahnya) pada 14 September 2022, jam 15.00- 16.00 WIB. Siswa-siswi diharapkan mampu menemukan solusi dari masalah yang muncul dan solusi tersebut dapat dijadikan ide bisnis dalam berwirausaha. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini penting karena merupakan sebuah alur proses pembentukan karakter berwirausaha dalam hal penemuan ide bisnis, kekuatan bisnis (pembeda bisnis/uniqueness/selling point compare to other business), dan cara berpikir kreatif dan kritis terhadap ide bisnis yang ada. Para murid diajarkan untuk menemukan peluang dan ide bisnis yang baru (fresh) yang bisa dijadikan modal diskusi dengan teman satu tim dalam membuka usaha. Proses kegiatannya meliputi dosen memberikan materi dengan memberikan penjelasan melalui power point, video dan fakta yang lagi trending saat ini mengenai bisnis-bisnis apa saja yang mampu bertahan di Surabaya. Misalnya, di bisnis F&B di Surabaya, mengapa banyak sekali makanan khas Jepang atau Korea yang berdiri? mengapa bukan makanan khas negara lain misalnya Vietnam, Kamboja, Myanmar, dan lain-lainnya yang outlet-outletnya banyak? Selain itu, dosen memberikan informasi mengenai trend behavior, seperti mengapa orang-orang di Surabaya rela antre makanan dan minuman di outlet yang baru buka, biasanya maksimal tiga bulan lamanya, dan setelah itu outlet makanan tersebut dapat dikatakan antrean atau preference berkurang? bagaimana cara kita menemukan peluang bersaing di tengah bisnis-bisnis F&B yang mempunyai nama besar yang sudah di franchise kan orang, dibandingkan dengan brand lokal yang sudah kita buat?

**Kata kunci:** peluang, kritis, kreatif, kewirausahaan

### PENDAHULUAN

#### Pentingnya Entrepreneurship

Pendidikan *entrepreneurship* telah menjadi sebuah urgensi di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik, di Indonesia masih terdapat sekitar delapan juta empat ratus ribu orang yang tercatat sebagai pengangguran per Februari 2022. Banyaknya angka pengangguran di Indo-

nesia dapat terjadi karena masih adanya keterbatasan lapangan pekerjaan yang tidak diimbangi dengan pertumbuhan penduduk yang pesat (Margahana, 2020). Pemerintah telah mengambil langkah untuk mengatasi permasalahan ini dengan mulai mengimplementasikan pendidikan *entrepreneurship* bagi para pelajar.

Menurut Asafri, Pitriyani, & Rosimati (2021) Pendidikan *Entrepreneurship* lebih baik dilakukan pada anak sejak usia sekolah. Hal ini

---

\*Corresponding Author.  
e-mail: charly@ciputra.ac.id

disebabkan anak usia sekolah lebih kreatif, bersifat kritis, lebih dapat membentuk mental dan karakter sebagai pribadi dengan daya juang tinggi, serta daya saing yang mumpuni. Hal baik ini mulai diimplementasikan pada beberapa mata pelajaran yang bisa dikaitkan maupun kegiatan ekstrakurikuler oleh beberapa sekolah pada tingkat pendidikan sebelum perguruan tinggi (Nurseto, 2010). Pendidikan *entrepreneurship* penting untuk diimplementasikan di sekolah agar murid dapat mendapatkan kapabilitas dan pembentukan karakter umum seorang *entrepreneur*. Menurut Lackeus, M. (2015) pendidikan *entrepreneurship* dapat membentuk karakter baik murid seperti mampu beradaptasi, bersifat kritis, inovatif, dan pantang menyerah.

Karakter kritis dan kreatif diperlukan *entrepreneur* untuk menemukan peluang bisnis. Menurut Micheli, Wilner, dkk. (2018) peluang bisnis dapat muncul dari adanya konsep *design thinking* yang merupakan proses identifikasi peluang dari sebuah permasalahan yang ada di lingkungan sekitar. Konsep *design thinking* berpusat pada kebutuhan atau permasalahan calon pelanggan. Jika sebuah ide bisnis merupakan solusi dari kebutuhan atau permasalahan calon pelanggan maka paling tidak bisnis ini telah mempunyai calon pelanggan yang bersedia membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena mereka memang membutuhkan produk atau jasa tersebut sebagai solusi dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Menurut He & Ortiz (2021) implementasi proses *design thinking* dapat meningkatkan keberlangsungan usia bisnis. Hal ini dikarenakan bisnis yang dibentuk berangkat dari *problem solving* yang sehingga tepat pada pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Selain proses penemuan permasalahan pada masyarakat, kemampuan untuk membaca *trend* bisnis juga penting dalam perancangan ide bisnis.

Peluang usaha dan ide bisnis dapat dimulai dengan adanya pengamatan dan identifikasi sekitar pada saat bisnis hendak dijalankan (Djuniardi & Ernawati, 2022). Sebagai contoh dengan adanya era pandemi di Indonesia, kebutuhan dan gaya hidup masyarakat juga sudah pasti ada perubahan jika dibandingkan dengan masa sebelum pandemi. Jika sebelum pandemi masyarakat tidak terlalu fasih dengan dunia digital, di saat pandemi berlangsung dengan adanya regulasi pembatasan tatap muka, masyarakat menjadi beralih memaksimalkan dunia digital untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari, mulai dari pendidikan hingga transaksi untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Kondisi pandemi seperti ini dapat menciptakan *trend* pembuatan bisnis berbasis online. Menurut Maharani (2021) diperlukan strategi bisnis yang tepat pada kondisi yang sedang terjadi agar bisnis dapat tetap dijalankan dan ada keberlangsungan seperti pada masa pandemi, *trend* yang tepat adalah pembuatan bisnis berbasis *online*. Maka dari itu penting bagi calon pengusaha untuk dapat mengidentifikasi problem yang ada di sekitar masyarakat beserta *trend* yang sedang terjadi.

## METODE PELAKSANAAN

Dalam melaksanakannya terdapat beberapa tahap yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Rangkaian kegiatan ini disusun dan disesuaikan dengan kondisi murid dari Sekolah SMA St. Louis 1 Surabaya yang mengambil extra-kurikuler *youthpreneur*. Siswa yang mengikuti Pendidikan *entrepreneurship* ini berada pada tingkat kelas X dan XI untuk belajar dan praktik langsung.

Pada tahap perencanaan tim dosen merancang struktur kurikulum dan topik yang tepat untuk diajarkan kepada para murid. Setelah

mendapatkan silabus dan topik yang sesuai, dosen melakukan koordinasi dengan pihak Sekolah SMA St. Louis 1 Surabaya untuk finalisasi silabus mengenai topik atau materi yang akan dibawakan oleh dosen sesuai dengan keahliannya, waktu pelaksanaan, metode pelaksanaan, dan dosen pelaksana.

Pada tahap pelaksanaan, sesuai dengan waktu yang telah direncanakan sebelumnya oleh kedua pihak, dosen memberikan materi kepada para siswa secara tatap muka selama 60 menit. Materi pengajaran yang diberikan berupa teori, studi kasus dari buku, jurnal yang dirangkum secara menarik, serta bisa dari video untuk media pembelajaran. Setelah penyampaian materi selesai, dosen memberikan waktu untuk para murid melakukan refleksi dengan cara penugasan pengamatan mengenai problem yang ada di sekitar murid. Pada bagian akhir, murid mempresentasikan dan merangkum kesimpulan berupa presentasi ide solusi untuk mengatasi problem yang mereka temukan di sekitar mereka. Ide solusi ini lah yang akan menjadi dasar landasan bisnis bagi para siswa.

Pada tahap evaluasi, penilaian dapat berupa survei kepuasan dari para murid serta dapat dilihat dari bagaimana kemampuan dan keberhasilan para murid mempresentasikan ide solusi yang berangkat dari problem di sekitar mereka. Tahap evaluasi ini dinilai penting agar ada peningkatan yang lebih baik lagi untuk sesi atau program berikutnya.

## DESKRIPSI PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada 14 September 2022, jam 15.00–16.00 WIB. Kegiatan ini diberikan kepada para murid SMA St. Louis, Surabaya. Dosen membuka sesi dengan perkenalan dan aktivitas *ice-breaking*

sebelum memulai materi. Masuk pada pemberian materi, dosen memberikan penjelasan melalui Power Point Presentation. Pertama, para siswa diberikan pemahaman mengenai tujuan dari sesi pertemuan bahwa pentingnya kemampuan untuk dapat mengidentifikasi dan mengenali *opportunity* di dalam situasi yang ada. Pemaparan materi juga dilengkapi dengan video penunjang, serta fakta-fakta terbaru mengenai bisnis atau usaha yang mampu bertahan. Contoh-contoh usaha yang dapat bertahan di Surabaya lebih ditekankan agar lebih mudah dipahami oleh para murid. Salah satu contoh studi kasusnya adalah usaha makanan dan minuman di Surabaya yang sedang bermunculan beberapa tahun terakhir adalah makanan khas Jepang dan khas Korea, sedangkan makanan khas negara lain seperti dari negara Vietnam, Kamboja, Myanmar, dan lain-lain belum memiliki outlet yang banyak.



Gambar 1 Pemaparan Materi oleh Dosen kepada Para Murid

Selain itu dosen memberikan informasi mengenai trend behavior, seperti mengapa orang-orang di Surabaya rela antre makanan dan minuman di outlet yang baru buka. Perilaku konsumen di Surabaya ini biasanya dapat dilihat maksimal tiga bulan lamanya dan setelah itu antrean berkurang cukup banyak. Contoh studi kasus

pertama dan kedua menjadi bahan pemicu pemikiran kritis para murid untuk mulai membaca perilaku pasar dan menumbuhkan rasa ingin tahu. Berangkat dari rasa ingin tahu dan berpikir kritis, para murid dibimbing untuk mencari cara untuk menemukan peluang.

Kemudian, dosen menjelaskan tahapan formal untuk mengidentifikasi peluang. Tahapan mengidentifikasi peluang dimulai dari identifikasi masalah yang ada di sekitar kita. Kemudian, mengidentifikasi organisasi atau usaha yang telah berusaha menyelesaikan permasalahan tersebut dan mengidentifikasi pemimpin atau perusahaan yang terbaik dalam penyelesaian masalah tersebut. Survei dapat dilakukan untuk menggali informasi lebih luas. Terakhir, menganalisis data yang didapatkan dan mengidentifikasi *gap* yang ada. *Gap* ini yang menjadi peluang bisnis. Dari *gap* yang ada, diperlukan kegiatan *brainstorming* solusi-solusi kreatif yang berbeda dan belum pernah dilakukan oleh usaha-usaha sebelumnya.

Setelah pemaparan materi, para murid ditugaskan untuk membuat kelompok kecil untuk berdiskusi dan mengimplementasikan apa yang

sudah diajarkan. Para murid diberikan instruksi untuk mencari permasalahan yang ada di sekitarnya di sekolah, kemudian diminta untuk membuat ide bisnis yang bisa menjadi solusi dari permasalahan yang telah teridentifikasi. Saat diskusi kelompok, dosen keliling untuk memberikan arahan dan *mentoring* bagi para murid.

Mahasiswa-mahasiswa dari Program Studi Manajemen (IBM) juga ikut membagikan pengalaman mereka dalam mengidentifikasi peluang untuk mendirikan proyek bisnis mereka. Para mahasiswa IBM juga ikut memberikan *mentoring* pada diskusi kelompok para murid. Setelah sesi diskusi selesai, para murid memaparkan hasil diskusi mereka kepada teman-teman di kelas. Di akhir pertemuan, dosen menyimpulkan sesi pertemuan dan mengambil dokumentasi foto.

## PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen (IBM) Universitas Ciputra Surabaya kepada murid-murid SMA St. Louis, Surabaya. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, para murid mendapatkan pemahaman dan wawasan identifikasi peluang berbisnis sejak awal sehingga diharapkan dapat mulai memberikan motivasi bagi para murid untuk memiliki karakteristik *entrepreneurial*. Dari hasil kegiatan pemaparan materi yang diikuti oleh kegiatan diskusi kelompok, para murid telah dapat mengimplementasikan wawasan yang didapatkan dalam konteks lingkungan di sekitarnya. Dengan demikian, generasi muda mulai berpikir kritis dan kreatif, serta mendapat pembekalan *entrepreneurship* sejak awal. Karakteristik *entrepreneurship* umum diperlukan oleh generasi muda untuk dapat menghadapi tantangan persaingan di dunia kerja serta di berbagai industri.



Gambar 2 Mentoring Latihan dalam Kelompok

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan dengan baik dan lancar oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen (IBM) Universitas Ciputra Surabaya kepada para murid SMA St. Louis, Surabaya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pembekalan awal bagi para murid mengenai karakter *entrepreneurship* umum, yaitu kemampuan mengidentifikasi peluang, berpikir kritis dan kreatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para murid telah mendapatkan pemahaman awal dan mulai terpicu untuk berpikir kritis dan kreatif dalam mencari peluang yang ada di sekitar mereka.

Saran untuk kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya adalah untuk memberikan kegiatan yang memiliki periode lebih lama agar dapat memberikan pembekalan yang lebih dalam bagi para murid. Karakteristik *entrepreneurship* tidak hanya dibutuhkan bagi para *entrepreneur*, namun juga dibutuhkan bagi masyarakat umum agar dapat meningkatkan daya saing generasi muda di dunia kerja dan di industri di masa depan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Asafri, H., Pitriyani, & Rosmiati. (2021). Strategi Pengembangan Karakter Entrepreneurship di Sekolah. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 3, No. 6, 5085-5091.
- Djuniardi, D. & Ernawati. (2022). *Kewirausahaan UMKM*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- He, J. & Ortiz, J. (2021). Sustainable Business Modelling: The Need for Innovative Design Thinking. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 298, 126751.
- Lackéus, M. (2015). Entrepreneurship in education: What, why, when, how. OECD. Retrieved May 6, 2020 from [https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP\\_Entrepreneurship-in-Education.pdf](https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf).
- Maharani, E. (2021). Telaah Strategi Pemasaran: Upaya Meningkatkan Daya Saing Pasar Bisnis Online di Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Perbankan*, 26–36.
- Margahana, H. (2020). Urgensi Pendidikan Entrepreneurship dalam Membentuk Karakter Entrepreneur Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 176–183.
- Micheli, P. & Wilner, S. J. (2018). Doing Design Thinking: Conceptual Review, Synthesis, and Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*. Vol. 36, Issue 2, 124–148.
- Nurseto, T. (2010). Pendidikan Berbasis Entrepreneur. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. VIII, No. 2, 52–59.