

Efektifitas *Workshop Entrepreneurship* terhadap Motivasi Belajar dan Berwirausaha Siswa SMK UBP Nurul Islam Mojokerto

Mohamad Zahrudin Sahri¹, Arfi Wahyu Nurkarim², Anang Fatkhurozi³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Islam Mojokerto

Email: zahrudin@nuris.ac.id; arfi@nuris.ac.id; anang@nuris.ac.id

ABSTRAK

Pengangguran di kalangan pemuda saat ini bisa diatasi dengan program kewirausahaan untuk mereka. Meskipun demikian, tidak sedikit lulusan berminat membuka usaha, dan salah satu hambatannya adalah kebutuhan modal yang besar untuk memulainya. Oleh karena itu, dalam rangka membangun motivasi belajar berwirausaha bagi mereka, maka diperlukan kegiatan berupa *workshop entrepreneur*. Kegiatan ini diikuti oleh peserta didik kelas 10 SMK UBP Nurul Islam Mojokerto Tahun Ajaran 2023/2024. Mereka sedang memasuki usia produktif, sehingga harus dipersiapkan untuk menghadapi peluang dan tantangan berwirausaha di masa yang akan datang. Santri tidak hanya identik dengan praktik ibadah (kaum sarungan), melainkan sanggup masuk dan menjadi pelopor di dunia kewirausahaan. Metode pelaksanaan *workshop* meliputi 3 (tiga) tahap, yaitu 1) *Pre-test*; 2) Ceramah, diskusi, dan praktikum; 3) *Post-test*. Hasil menunjukkan bahwa terjadi perubahan yang signifikan, yaitu terdapat peningkatan minat peserta didik sebesar 36%, di mana hasil *pre-test* adalah 56% berubah menjadi 92% yang berminat berwirausaha setelah dilaksanakan *workshop entrepreneur*. Dengan demikian, kegiatan *workshop entrepreneur* ini berhasil meningkatkan motivasi belajar bagi peserta didik dalam berwirausaha.

Kata Kunci: *Workshop Entrepreneur*, Bedah Pasar Digital Dunia, Motivasi Belajar.

ABSTRACT

Unemployment among the youth today can be addressed with entrepreneurship programs for them. However, not many graduates are interested in opening a business, and one of the obstacles is the need for large capital to start. Therefore, in order to build motivation to learn entrepreneurship for them, an entrepreneur workshop is needed. This activity was attended by 10th grade students of SMK UBP Nurul Islam Mojokerto for the academic year 2023/2024. They are entering productive age, so they must be prepared to face the opportunities and challenges of entrepreneurship in the future. Santri are not only synonymous with the practice of worship (sarungan people), but are able to enter and become pioneers in the world of entrepreneurship. The workshop implementation method includes 3 (three) stages, namely 1) *Pre-test*; 2) Lecture, discussion, and practicum; 3) *Post-test*. The results showed that there was a significant change, namely there was an increase in students' interest by 36%, where the *pre-test* results were 56% changing to 92% who were interested in entrepreneurship after the entrepreneurial workshop. Thus, this entrepreneurial workshop activity succeeded in increasing learning motivation for students in entrepreneurship.

Keywords: *Entrepreneur Workshop*, World Digital Market Surgery, Learning Motivation.



PENDAHULUAN

Kondisi pengangguran yang fantastis terjadi pada generasi muda di Indonesia saat ini. Sebuah berita detikEdu yang dirilis secara *online* dalam situs *www.detik.com* memberitakan bahwa, Badan Pusat Statistik (BPS) menyampaikan hampir 10 juta anggota generasi Z yang kini memasuki usia produktif masih belum mendapatkan pekerjaan. Secara lebih rinci, 22,25% dari total 44,47 juta pemuda berusia 15-24 tahun belum bekerja. Kondisi menggambarkan bahwa anak muda hidup dalam gelembung citra yang sangat mengkhawatirkan. Hal ini juga dapat dilihat dari data historis tentang pengangguran terbuka perkelompok usia yang dilakukan oleh BPS, yakni:

Tabel 1. Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Kelompok Usia

Kelompok Usia	Tingkat Pengangguran Terbuka		
	2020	2021	2022
15-19	24,34	23,91	29,08
20-24	18,71	17,73	17,02
25-29	9,77	9,26	7,13
30-34	5,75	5,43	3,70
35-39	4,32	4,02	2,65
40-44	3,92	3,42	2,43
45-49	3,54	3,30	2,33
50-54	3,61	2,18	2,38
55-59	3,21	1,98	2,37
60 ke atas	1,70	2,73	2,85

Sumber: *Website* Badan Pusat Statistik, 2023.

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa usia 15-19 tahun memiliki tingkat pengangguran yang paling tinggi, kemudian disusul usia 20-24 tahun yang memiliki tingkat pengangguran kedua tertinggi. Menurut Adi et al. (2018), tingginya angka ini disebabkan oleh lembaga pendidikan, baik sekolah maupun perguruan tinggi yang terus menghasilkan lulusan ahli madya dan sarjana. Namun, tidak semua lulusan dapat terserap oleh dunia kerja. Peningkatan jumlah pengangguran terdidik juga disebabkan oleh lulusan sekolah kejuruan yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi, ditambah dengan ketatnya persaingan dalam seleksi pekerjaan, sehingga menambah daftar pengangguran yang ada (Apriadi et al., 2022). Namun, secara umum mayoritas pengangguran disebabkan oleh populasi yang besar, sementara lapangan pekerjaan yang tersedia masih terbatas (Suryadi, 2019).

Menurut Andriany (2013), pengangguran yang terjadi di kalangan pemuda dapat diatasi melalui program kewirausahaan bagi pemuda. Apalagi kemajuan teknologi yang terjadi di era 5.0 memiliki dampak besar bagi para pebisnis dalam memasarkan produknya. Teknologi saat ini memfasilitasi digital marketer dalam memahami audiens sebagai target dan mengubah mereka menjadi pelanggan potensial. Melalui kecanggihan teknologi online saat ini, pemasaran bisnis tidak akan lagi terhalang oleh jarak dan waktu, dimanapun dan

kapanpun. Selain itu, pemasaran produk dapat mudah dilakukan secara efektif hingga terjadi transaksi jual beli.

Meskipun demikian, tidak sedikit lulusan berminat membuka usaha, dan salah satu hambatan nya adalah kebutuhan modal yang besar untuk memulainya (Meifa & Sanjaya, 2022). Selain itu, terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi kendala, bahkan yang mungkin terlihat sederhana sekalipun dalam strategi digital marketing untuk memulai sebuah usaha, yaitu: 1) Hambatan yang sering dialami oleh banyak orang adalah kebingungan mengenai langkah awal yang harus diambil dalam memulai strategi pemasaran digital. Ini dapat disebabkan oleh kebingungan dalam memilih *platform* yang sesuai atau kurangnya pemahaman tentang digital marketing secara keseluruhan; 2) Kesulitan dalam menentukan fokus pasar dengan strategi tertentu adalah salah satu tantangan yang sering dihadapi, di mana orang tidak yakin di mana harus memusatkan pasar yang menjadi perhatian mereka dalam strategi pemasaran; 3) Konten yang tidak relevan, yaitu materi yang tidak memenuhi kebutuhan audiens target; dan 4) Ketidak konsistenan dalam pelaksanaan strategi pemasaran merupakan kendala yang perlu mendapat perhatian.

Berbicara tentang kewirausahaan, Kirzner (1979) mendefinisikan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mengenali dan bertindak terhadap setiap peluang pasar. Definisi lebih dalam diungkapkan oleh *Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio* bahwa kewirausahaan merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi ini dapat berupa ide inovatif, peluang, atau cara yang lebih baik untuk melaksanakan suatu hal.

Adapun manfaat banyaknya keberagaman wirausaha dalam suatu negara menurut Fauziyah (2023) meliputi: 1) Meningkatkan inovatif dan kreativitas; 2) Memberdayakan ekonomi lokal; 3) Mengurangi pengangguran dan menciptakan lapangan kerja; 4) Meningkatkan daya saing global; dan 5) Mengembangkan sumber daya manusia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suryadi (2019) mengungkapkan bahwa berwirausaha menjadi solusi terbaik dalam mengatasi besarnya jumlah pengangguran, karena dalam berwirausaha tidak diperlukan pendidikan yang tinggi melainkan keterampilan dalam menjalankan aktivitas usaha.

Saat ini, peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Unit Berbasis Pesantren (UBP) Nurul Islam Mojokerto sedang memasuki usia produktif. Mereka harus dipersiapkan untuk menghadapi peluang dan tantangan berwirausaha di masa yang akan datang. Santri tidak hanya identik dengan praktik ibadah (kaum sarungan), melainkan sanggup masuk dan menjadi pelopor di dunia kewirausahaan.

Hal ini dibuktikan dengan adanya SMK UBP Nurul Islam yang membuka dua jurusan utama, yakni Multimedia (MM) serta Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan (DPIB). Kedua jurusan ini sangat memiliki potensi untuk berkembang pesat terutama di era digital saat ini.

Berikut ini sebaran mata pelajaran yang diajarkan pada jurusan Multimedia SMK UBP Nurul Islam.

Tabel 2. Sebaran Mata Pelajaran Jurusan Multimedia

MATA PELAJARAN		KELAS					
		X		XI		XII	
		1	2	1	2	1	2
A. Muatan Nasional							
1	Pendidikan Agama dan Budi Pekerti	3	3	3	3	3	3
2	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	2	2	2	2	2	2
3	Bahasa Indonesia	4	4	3	3	2	2
4	Matematika	4	4	4	4	4	4
5	Sejarah Indonesia	3	3	-	-	-	-
6	Bahasa Inggris dan Bahasa Asing Lainnya	3	3	3	3	4	4
Jumlah A		19	19	15	15	15	15
B. Muatan Kewilayahan							
1	Seni Budaya	3	3	-	-	-	-
2	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	2	2	2	2	-	-
Jumlah B		5	5	2	2	-	-
C. Muatan Peminatan Kejuruan							
C1. Dasar Bidang Keahlian							
1	Simulasi dan Komunikasi Digital	3	3	-	-	-	-
2	Fisika	3	3	-	-	-	-
3	Kimia	3	3	-	-	-	-
C2. Dasar Program Keahlian							
1	Sistem Komputer	2	2	-	-	-	-
2	Komputer dan Jaringan Dasar	5	5	-	-	-	-
3	Pemrograman Dasar	3	3	-	-	-	-
4	Dasar Desain Grafis	3	3	-	-	-	-
C3. Kompetensi Keahlian							
1	Desain Grafis Percetakan	-	-	12	12	-	-
2	Desain Media Interaktif	-	-	-	-	13	13
3	Animasi 2D dan 3D	-	-	12	12	-	-
4	Teknik Pengolahan Audio dan Video	-	-	-	-	12	12
5	Produk Kreatif dan Kewirausahaan	-	-	7	7	8	8
Jumlah C		22	22	31	31	33	33
Total		46	46	48	48	48	48

Sumber: Dokumen Akademik SMK UBP Nurul Islam

Berdasarkan tabel di atas, dapat kita ketahui bahwa mata pelajaran khusus yang khas dengan dunia bisnis dan multimedia terdapat dalam mata pelajaran kelompok muatan peminatan kejuruan, antara lain Simulasi dan Komunikasi Digital, Sistem Komputer, Komputer dan Jaringan Dasar, Pemrograman Dasar, Dasar Desain Grafis, Desain Grafis Percetakan, Desain Media Interaktif, Animasi 2D dan 3D, Teknik Pengolahan Audio dan Video, serta Produk Kreatif Kewirausahaan. Semua mata pelajaran di kelompok peminatan tersebut dapat dikembangkan secara luas dan memiliki potensi besar masuk dalam pasar digital dunia.

Jurusan lainnya yang ditawarkan di SMK UBP Nurul Islam adalah Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan. Berikut ini sebaran mata pelajaran yang diajarkan pada jurusan tersebut.

Tabel 3. Sebaran Mata Pelajaran Jurusan Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan

MATA PELAJARAN		KELAS					
		X		XI		XII	
		1	2	1	2	1	2
A. Muatan Nasional							
1	Pendidikan Agama dan Budi Pekerti	3	3	3	3	3	3
2	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	2	2	2	2	2	2
3	Bahasa Indonesia	4	4	3	3	2	2
4	Matematika	4	4	4	4	4	4
5	Sejarah Indonesia	3	3	-	-	-	-
6	Bahasa Inggris dan Bahasa Asing Lainnya	3	3	3	3	4	4
	Jumlah A	19	19	15	15	15	15
B. Muatan Kewilayahan							
1	Seni Budaya	3	3	-	-	-	-
2	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	2	2	2	2	-	-
	Jumlah B	5	5	2	2	-	-
C. Muatan Peminatan Kejuruan							
C1. Dasar Bidang Keahlian							
1	Simulasi dan Komunikasi Digital	3	3	-	-	-	-
2	Fisika	3	3	-	-	-	-
3	Kimia	3	3	-	-	-	-
C2. Dasar Program Keahlian							
1	Gambar Teknik	3	3	-	-	-	-
2	Mekanika Teknik	3	3	-	-	-	-
3	Dasar-Dasar Kontruksi Bangunan dan Teknik Pengukuran Tanah	7	7	-	-	-	-
C3. Kompetensi Keahlian							
1	Aplikasi Perangkat Lunak dan Perancangan Interior Gedung	-	-	9	9	8	8
2	Konstruksi Jalan dan Jembatan	-	-	5	5	5	5
3	Estimasi Biaya Konstruksi	-	-	4	4	6	6
4	Konstruksi dan Utilitas Gedung	-	-	6	6	6	6
5	Produk Kreatif dan Kewirausahaan	-	-	7	7	8	8
	Jumlah C	22	22	31	31	33	33
	Total	46	46	48	48	48	48

Sumber: Dokumen Akademik SMK UBP Nurul Islam

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat kita ketahui bahwa mata pelajaran khusus yang khas dengan jurusan DPIB terdapat dalam mata pelajaran kelompok muatan peminatan kejuruan, antara lain Gambar Teknik, Mekanika Teknik, Dasar-Dasar Kontruksi Bangunan dan Teknik Pengukuran Tanah, Aplikasi Perangkat Lunak dan Perancangan Interior Gedung, Konstruksi Jalan dan Jembatan, Estimasi Biaya Konstruksi, Konstruksi dan Utilitas Gedung, serta Produk

Kreatif Kewirausahaan. Semua mata pelajaran tersebut sangat memungkinkan untuk masuk ke pasar digital dunia.

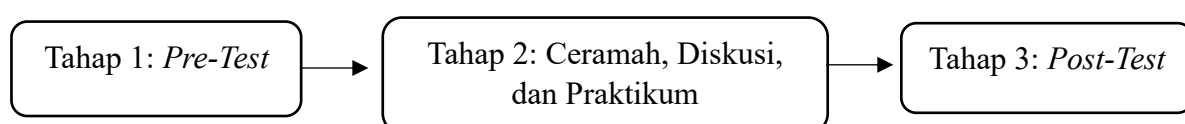
Oleh karena itu, kami termotivasi untuk melakukan Program Pengabdian Masyarakat kepada siswa SMK UBP Nurul Islam Mojokerto, melalui *Workshop Entrepreneurhip: Bedah Pasar Digital Dunia: Kerja Sarungan Gaji Dollaran* dalam rangka membangun motivasi belajar berwirausaha.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan mengadakan *Workshop Entrepreneur* melalui diskusi membedah pasar digital dunia dengan *tagline* "Kerja Sarungan, Gaji Dollaran". Peserta kegiatan ini adalah peserta didik kelas 10 SMK UBP Nurul Islam Mojokerto. Mereka merupakan peserta didik yang mengambil jurusan Multimedia dan Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan di SMK UBP Nurul Islam Mojokerto. Kegiatan ini terdiri dari 3 (tiga) tahap, yakni tahap awal dilakukan *pre-test* melalui pengisian lembar kuisisioner, diikuti oleh tahap kedua yang melibatkan metode ceramah, diskusi, dan praktikum, kemudian diakhiri dengan *post-test*.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini meliputi: 1) Marketing bisnis 5.0; 2) Peran strategis kemampuan bahasa Inggris dalam karir *freelancer*; dan 3) Bedah pasar digital dunia disertai dengan praktikum secara komprehensif. Materi tersebut disampaikan menggunakan presentasi *PowerPoint* yang diproyeksikan ke layar putih dengan menggunakan proyektor. Selain itu, peserta menggunakan laptop untuk praktik melakukan memasuki pasar digital dunia dengan bimbingan pemateri, yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi.

Untuk terlihat lebih jelas, tahapan pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Kegiatan

Kegiatan *workshop entrepreneur* dilaksanakan pada hari Jum'at, 21 Juni 2024 di Aula Pondok Pesantren Nurul Islam 1. Tema utama kegiatan *workshop entrepreneur* adalah Bedah Pasar Digital Dunia dengan *tagline* "Kerja Sarungan, Gaji Dollaran". Peserta dalam kegiatan ini diikuti oleh peserta didik kelas 10 yang mengambil jurusan multimedia dan arsitek di SMK UBP Nurul Islam Mojokerto sebanyak 118 peserta didik, yakni 68 laki-laki dan 50 perempuan.

Kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Kesiswaan, Wakil Kepala Kurikulum, Penjamin Mutu SMK, dan Wali Kelas 10 SMK UBP Nurul Islam Mojokerto untuk mendampingi peserta didiknya dalam kegiatan tersebut. Selain itu, ikut hadir sebagai perwakilan dosen dalam kegiatan ini, yaitu Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) dari Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Nurul Islam Mojokerto.

Kegiatan ini dimulai pada jam 07.00 WIB hingga selesai, yakni diawali persiapan dan pengkondisian peserta *workshop*, kemudian dilakukan pembukaan yang dipandu oleh pembawa acara. Dalam pembukaan tersebut, meliputi rincian acara seperti pembacaan ayat suci Al-Qur'an oleh perwakilan peserta *workshop*, kemudian menyanyikan Lagu Indonesia Raya, Mars Nurul Islam, dan Mars SMK UBP Nurul Islam, kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari Kepala Sekolah SMK UBP Nurul Islam dan LPPM dari STAI Nurul Islam, serta ditutup dengan pembacaan do'a yang dipimpin oleh salah satu guru SMK UBP Nurul Islam.

Setelah selesai dilaksanakan pembukaan, dimulailah acara *workshop entrepreneurship* yang diisi oleh 3 (tiga) pemateri dengan 3 (tiga) tahapan acara, yaitu: 1) *Pre-Test*; 2) Ceramah, Diskusi, dan Praktikum; 3) *Post-Test*.



Sambutan Kepala SMK UBP
Nurul Islam



Sambutan LPPM STAI Nurul
Islam



Pembacaan Do'a
Pembukaan



Pemateri dan Peserta *Workshop Entrepreneurship*

Gambar 2. Foto Pembukaan *Workshop Entrepreneurship*

Penilaian Awal (*Pre-Test*)

Seperti namanya, Penilaian Awal (*Pre-Test*) merupakan evaluasi yang dilakukan sebelum *workshop* dimulai. Tes ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta didik tentang materi yang akan dipelajari.

Pre-test dilakukan kepada seluruh peserta didik yang hadir pada kegiatan *workshop* dengan mengisi kuisioner yang telah disediakan. Pengisian kuisioner ini dilakukan sebelum diberikan pembekalan materi dan praktikum. Adapun hasil rekapitulasi jawaban responden atas kuisioner tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Rekapitulasi Jawaban Kuisioner *Pre-Test*

No	Pertanyaan	Respon	Jumlah	Persentase
1.	Apakah Anda pernah mengikuti seminar kewirausahaan?	Ya, Pernah	8	7%
		Belum Pernah	110	93%
2.	Apakah Anda memahami mekanisme transaksi jual-beli online?	Ya, Paham	95	81%
		Belum Paham	23	19%
3.	Apakah menurut Anda terdapat mata pelajaran yang bisa diaplikasikan untuk transaksi jual-beli online?	Ya, Ada	91	77%
		Belum Ada	27	23%
4.	Apa rencana Anda setelah menyelesaikan pendidikan?	Melanjutkan Pendidikan	90	76%
		Bekerja Dengan Orang Lain	7	5%
		Belum Memiliki Rencana	4	3%
		Berwirausaha	17	14%
5.	Apakah Anda berminat berwirausaha?	Ya, Saya Berminat	66	56%
		Tidak Berminat	52	44%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban kuesioner di atas, menunjukkan bahwa 93% peserta didik kelas 10 SMK UBP Nurul Islam Mojokerto belum pernah mengikuti seminar kewirausahaan, dan hanya sedikit yang pernah mengikutinya yakni 7% dari total peserta didik. Kemudian 81% mereka memahami mekanisme transaksi jual-beli online. Hal ini menunjukkan bahwa tidaklah sulit di era teknologi yang canggih ini dalam memahami bahkan melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Selanjutnya, sebesar 77% mereka setuju bahwa belum terdapat mata pelajaran yang memberikan bekal untuk diaplikasikan dalam transaksi jual-beli *online*, baik itu sebagai penjual (produsen) maupun sebagai pembeli (konsumen).

Pada item tentang rencana setelah menyelesaikan pendidikan di SMK UBP Nurul Islam Mojokerto menunjukkan bahwa, rencana melanjutkan pendidikan memiliki jumlah terbanyak yaitu 76% dan hanya 14% bagi mereka yang ingin berwirausaha. Sebanyak 5% mereka yang berencana untuk bekerja secara profesional di perusahaan dan sejenisnya, serta 3% yang

belum memiliki rencana setelah lulus. Adapun mereka yang memiliki minat berwirausaha jumlahnya yang lebih besar yaitu 56%, dibanding mereka yang tidak berminat untuk berwirausaha yakni 44%.

Ceramah dan Diskusi

Setelah dilakukan pra-penilaian (*pre-test*) melalui pengisian kuisioner, tahap selanjutnya adalah ceramah dan diskusi. Tahap ini dilakukan oleh 3 (tiga) pemateri untuk memberikan pembekalan, antara lain:

Pembekalan 1: Marketing Bisnis 5.0

Pembekalan pertama yang disampaikan adalah tentang bagaimana dan alat apa yang dibutuhkan dalam marketing 5.0. dalam menjalankan suatu usaha. Instrumen yang digunakan oleh pemateri dalam pembekalan ini menggunakan LCD dan Proyektor untuk menampilkan materi kepada peserta didik. Pembekalan ini meliputi pembahasan tentang sejarah munculnya istilah marketing bisnis 1.0 – 5.0 dan intrumen yang digunakan dalam marketing 5.0.

Sebelum pada inti strategi marketing 5.0, pemateri terlebih dahulu menyampaikan sejarah munculnya istilah marketing 1.0 hingga 5.0. Hal ini untuk memberikan pemahaman istilah-istilah penting kepada peserta *workshop* terkait pengertian dan konsep dasar marketing. Untuk memudahkan peserta dalam memahami materi tersebut, pemateri juga memberikan contoh-contoh konkrit yang terjadi dalam strategi marketing 1.0 hingga 5.0. Selain itu, pemateri juga mengklasifikasikan sebuah istilah bahwa marketing 1.0 hingga 3.0 adalah *traditional marketing*, sedangkan marketing 4.0 dan 5.0 adalah *digital marketing*.

Pada tahap pengenalan konsep dasar marketing, pemateri memberikan kesimpulan kepada peserta bahwa, alat yang digunakan untuk strategi marketing 1.0 hingga 3.0 adalah *advertising*, sedangkan alat yang digunakan dalam strategi marketing 4.0 dan 5.0 adalah *content marketing*. Kesimpulan ini disampaikan untuk memancing peserta memasuki materi inti, yaitu memahami *content marketing* dan *e-commerce* sebagai perangkat dalam strategi marketing bisnis 5.0.

Pengenalan *content marketing* dan *e-commerce* disampaikan oleh pemateri secara detail, dan disertai penjelasan tentang cara penggunaannya dengan efektif dan efisien. Dalam ceramahnya, pemateri menyampaikan 2 (dua) *tools* yang sering digunakan untuk sebuah *content marketing*, yaitu *search engine* dan *social media*. Kemudian pemateri menyampaikan fungsi dan tujuan *e-commerce* kepada peserta agar dapat memahami cara penggunaannya secara efektif dan efisien. Pemateri juga mengenalkan contoh-contoh *e-commerce* baik dilingkup nasional, maupun internasional sesuai dengan tema *workshop*, yaitu pasar digital dunia.

Pada akhir ceramahnya, pemateri memberikan pesan dan motivasi kepada peserta *workshop* agar selalu meningkatkan diri pada skill dunia digital, serta berani mencoba untuk berwirausaha. Hal ini untuk meningkatkan minat peserta terjun dalam dunia wirausaha.



Gambar 3. Kegiatan Pembekalan Marketing Bisnis 5.0

Pembekalan 2: Peran Strategis Kemampuan Bahasa Inggris Dalam Karir *Freelancer*.

Pada sesi kedua acara workshop tersebut, dipaparkan betapa krusialnya kemampuan berbahasa Inggris dalam menjalani karier sebagai *freelancer* di era global saat ini. Dalam acara yang digelar dengan memanfaatkan LCD dan proyektor, para peserta diajak untuk memahami peran bahasa Inggris sebagai alat utama dalam meraih kesuksesan di dunia kerja yang semakin terhubung.

Pemateri kedua, yang merupakan pakar dalam industri penerjemahan *freelance*, menyoroti dampak positif globalisasi yang memungkinkan individu untuk bekerja sebagai *freelancer* tanpa batas geografis. Menurutnya, globalisasi tidak hanya membuka peluang besar bagi mereka yang mencari kebebasan kerja dan fleksibilitas, tetapi juga memperkenalkan tantangan baru yang harus diatasi, khususnya dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat.

Salah satu poin sentral dalam diskusi adalah betapa pentingnya kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris bagi keberhasilan seorang *freelancer*. Bahasa ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi utama dalam konteks bisnis global, tetapi juga kunci dalam membangun hubungan profesional yang solid dengan klien dan mitra internasional. Pemateri menegaskan bahwa kemampuan berbahasa Inggris menjadi jembatan untuk mengakses proyek-proyek besar dan pasar yang beragam, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan reputasi profesional.

Pemateri juga mengilustrasikan bagaimana kemampuan bahasa Inggris memungkinkan seorang *freelancer* untuk efektif berinteraksi dengan klien internasional, mengungkapkan ide, merencanakan proyek, dan menyampaikan hasil pekerjaan dengan jelas. Sebagai contoh, seorang desainer grafis dari Indonesia mampu dengan lancar berkomunikasi dengan klien dari Amerika Serikat, mengatasi perbedaan budaya dan waktu dengan baik.

Workshop juga menyoroti peran penting bahasa Inggris dalam proses negosiasi dan penawaran. Pemateri mengungkapkan bahwa kemampuan menggunakan bahasa ini dengan efektif bisa membuat perbedaan besar dalam mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dengan klien. Dalam konteks ini, kemampuan untuk mengartikulasikan nilai tambah dari layanan *freelancer* dengan jelas dan meyakinkan menjadi kunci, serta merespons kritik atau pertanyaan dengan profesionalisme untuk mempertahankan hubungan yang positif dengan klien.

Selain itu, bahasa Inggris juga menjadi kendaraan penting bagi pembelajaran berkelanjutan bagi *freelancer* di era global yang kompetitif. Dengan menguasai bahasa ini, *freelancer* dapat mengakses berbagai sumber daya pendidikan seperti kursus online, artikel, dan tutorial dalam bahasa Inggris, yang membantu mereka terus mengembangkan keterampilan teknis dan profesional.

Meskipun tantangan dalam memperbaiki kemampuan bahasa Inggris tidak dapat dihindari, workshop tersebut menekankan adanya strategi praktis untuk mengatasi hal ini. Oleh sebab itu, pemateri menyarankan bahwa integrasi bahasa Inggris ke dalam rutinitas sehari-hari dan partisipasi aktif dalam komunitas *online* berbahasa Inggris adalah langkah awal yang bisa diambil *freelancer*. Selain itu, memanfaatkan teknologi pembelajaran bahasa Inggris juga menjadi solusi efektif.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, *freelancer* dipastikan dapat secara bertahap meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka. Oleh sebab itu, pemateri menegaskan bahwa hal ini bukan hanya akan meningkatkan daya saing di pasar global yang terkoneksi, tetapi juga membuka lebih banyak peluang untuk kesuksesan dalam karir *freelancing* mereka.

Di akhir sesi kedua, pemateri menyimpulkan bahwa bahasa Inggris bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga kunci untuk membuka pintu peluang baru di dunia *freelancing* yang kompetitif dan global saat ini.



Gambar 4. Kegiatan Pembekalan Peran Strategis Kemampuan Bahasa Inggris Dalam Karir *Freelancer*

Pembekalan 3: Bedah Pasar Digital Dunia.

Pemateri pertama memberikan pengantar era marketing bisnis era 1.0 hingga sekarang di era 5.0. Peserta telah mendapat pengetahuan dasar terkait strategi marketing di setiap era. Pada materi kedua, peserta telah diarahkan masuk ke dalam era persaingan global, bukan hanya lintas kota, melainkan lintas negara. Mereka telah diperkenalkan dengan istilah *freelancer*, yang sering diistilahkan sebagai pekerja lepas. Pekerja lepas yang dimaksud merupakan orang yang menawarkan berbagai macam jasa pada klien di luar negeri. Pentingnya bahasa Internasional (Bahasa Inggris) diulas secara mendalam pada materi kedua ini.

Pada materi ketiga, peserta diajak untuk membedah secara lebih mendetail tema yang telah diusung, "Bedah Pasar Digital Dunia: Kerja Sarungan Gaji Dollaran". Pemateri memberikan stimulus yang luar biasa, dengan memberikan statemen yang membuat peserta *workshop* tertarik, "100 juta pertama hanya dari menggambar". Pemateri ketiga yang memiliki latarbelakang seorang *freelancer* desain, yang juga merupakan owner dari rin_desain studio semakin memperkuat rasa penasaran dan minat peserta untuk terus menyimak apa yang disampaikan. Pemateri memberikan keyakinan kuat bahwa mendapatkan 100 juta dari menggambar bukanlah hal yang mustahil.

Pemateri menyampaikan bahwa kata kunci untuk mencapai semua itu adalah *niche* (pasar khusus). Disini strategi *niche* dipilah menjadi 3 jenis *niche*, yakni geografis, skill, dan kategori. Pada pembahasan *niche* secara geografis, pemateri mengajak peserta untuk menembus sekat-sekat batas yang selama ini dianggap sebagai keterbatasan. Pemateri menekankan bahwa digenerasi sekarang ini, dunia terhubung erat tanpa sekat. Batas teritorial sosial secara geografis sudah tidak nampak, dikarenakan teknologi komunikasi dan informasi dapat diakses dengan sangat mudah oleh siapapun.

Berbisnis di lingkup lokal sudah lagi tidak relevan dengan zaman yang sedang, dan akan dijadi oleh peserta *workshop*. Persaingan bisnis digital di lingkup Kabupaten, bahkan lingkup negara Indonesia sudah dipandang tidak menguntungkan lagi. Banyaknya pesaing di dunia bisnis digital Indonesia, menyebabkan harga produk digital di pasar bisnis Indonesia terhitung murah. Pemateri meyakinkan peserta untuk optimis membidik pasar global dunia internasional. Keuntungan utamanya adalah saat ini masih minim pesaing, serta perbedaan kurs mata uang yang besar. Pemateri memberikan sejumlah argumen bahwa perbedaan kurs mata uang dollar dengan rupiah menjadi alasan utama mengapa yang dibidik harus pasar digital dunia. Disitulah kemudian pemateri menanamkan tagline Kerja Sarungan, Gaji Dollaran.

Niche yang kedua (skill), disampaikan oleh pemateri dengan mengkaji sebaran matapelajaran yang diajarkan di SMK UBP Nurul Islam kelas X hingga kelas XII nanti. Beberapa matapelajaran yang terkait dengan bisnis digital disampaikan oleh pemateri, antara lain materi desain grafis, animasi, fotografi, bahasa pemrograman, serta arsitektur. Pemateri memberikan pandangan terkait luasnya prospek kerja yang bisa dipilih peserta saat lulus dari SMK UBP Nurul Islam kelak.

Pada *niche* yang terakhir (kategori), pemateri menekankan peserta nantinya harus menguasai skill yang lebih spesifik. Jika itu terkait desain grafis, peserta disarankan untuk bisa menawarkan ke pasar jasa yang lebih khusus, misalnya desain logo, desain banner, komik, karikatur, ilustrasi, dan lain sebagainya. Pemateri membedah satu persatu skill khusus yang bisa digunakan sebagai alternatif peserta *workshop*.

Setelah pembahasan terkait *niche* rampung, pemateri mengajak peserta untuk mempelajari salah satu *e-commerce* berbasis servis (jasa) yakni *fiverr*. Pemateri membuka beberapa contoh jasa yang ditawarkan di situs *fiverr*. Gambaran terkait jasa apa, judul seperti apa, serta kisaran harga jual yang ditawarkan di situs tersebut. Peserta terlihat sangat antusias dan termotivasi melihat seberapa prospek dan menjanjikan skill yang mereka miliki ketika lulus.

Begitulah rangkaian materi Bedah Pasar Digital Dunia: Kerja Sarungan Gaji Dollaran telah tuntas disampaikan. Pemateri mencukupkan penyampaian dan mengarahkan pada kegiatan selanjutnya, yakni *workshop* pembuatan akun profil di situs *fiverr.com*.



Gambar 5. Kegiatan Pembekalan Bedah Pasar Digital Dunia

Praktikum

Beberapa hari sebelum agenda *workshop* diselenggarakan, calon peserta sudah diminta menyiapkan karya terbaik mereka untuk dibawa dan digunakan sebagai portofolio desain. Setiap anak membawa karya terbaik mereka yang nantinya akan digunakan. Sejumlah 118 peserta dibagi ke dalam 23 kelompok, yang setiap kelompoknya terdiri dari 5 anak. Setiap kelompok dibekali dengan 1 laptop yang akan digunakan untuk membuat akun.

Pemateri memberikan arahan pada peserta *workshop* tahap demi tahap untuk membuat akun. Proses pembuatan akun dimulai dengan menggunakan email aktif salah satu anggota kelompok serta membuat username toko yang mereka buat. Setelah memastikan

setiap kelompok memiliki akun *fiverr*, pemateri selanjutnya memberi gambaran terkait jasa yang akan mereka jual di akun tersebut.

Akun www.fiverr.com/rin_desain milik pemateri dijadikan contoh utama dalam membuat produk jasa yang ditawarkan. Pemateri membuka contoh tahapan pemesanan dilakukan, mulai dari diskusi penawaran hingga sampai penyelesaian pesanan. Proses bagaimana hasil penjualan dari *fiverr* hingga sampai masuk ke rekening bank lokal juga disampaikan dengan detail.

Tahap selanjutnya pemateri memandu peserta untuk membuat produk (*gig*) pada akun *fiverr* mereka. Dimulai dari membuat judul, menetapkan kategori dan subkategori, mengoptimalkan *seo* dengan *tag*, upload portofolio, membuat deskripsi produk, menetapkan variasi harga, hingga mempublikasikan *gig* yang telah mereka buat ke media sosial.

Setiap kelompok telah sukses memasarkan jasa di pasar digital dunia (dalam hal ini *fiverr*). Uji coba awal ini hanyalah latihan sehingga mereka paham alur yang akan mereka lalui ketika memutuskan untuk masuk dalam persaingan bisnis digital dunia. Ada banyak situs *freelancer* yang bisa dicoba oleh peserta, dan setiap situs punya aturan main masing-masing. Dibutuhkan kegigihan, kesabaran, ketepatan, kecermatan, serta karakter-karakter lain yang menunjang kesuksesan mereka dalam dunia bisnis digital ini.



Gambar 6. Kegiatan Praktikum Pembuatan Produk Digital

Penilaian Akhir (*Post-Test*)

Setelah dilaksanakan diskusi, ceramah, dan praktikum, tahap selanjutnya adalah pasca penilaian (*post-test*) melalui pengisian kuisioner yang diberikan kepada peserta *workshop*. Pengisian kuisioner ini bertujuan untuk melihat perubahan motivasi belajar berwirausaha yang terjadi pada peserta didik kelas 10 SMK UBP Nurul Islam Mojokerto setelah dilakukan *workshop*

entrepreneur. Adapun hasil jawaban responden dalam pengisian kuisioner *post-test* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner *Post-Test*

NO	PERTANYAAN	RESPON	JUMLAH	PERSENTASE
1.	Apakah menurut Anda terdapat mata pelajaran yang bisa diaplikasikan untuk transaksi jual-beli online?	Ya, Ada	116	98%
		Belum Ada	2	2%
2.	Apa rencana Anda setelah menyelesaikan pendidikan?	Melanjutkan Pendidikan	88	75%
		Bekerja Dengan Orang Lain	3	2%
		Belum Memiliki Rencana	0	0%
		Berwirausaha	27	23%
3.	Apakah Anda berminat berwirausaha?	Ya, Saya Berminat	109	92%
		Tidak Berminat	9	8%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban kuisioner di atas menunjukkan bahwa, terdapat perubahan-perubahan yang terjadi pada motivasi belajar berwirausaha bagi peserta didik Kelas 10 SMK UBP Nurul Islam Mojokerto Tahun Ajaran 2023/2024 setelah dilaksanakan *workshop entrepreneur*. Terdapat 98% peserta didik menyatakan setuju atas adanya materi pembelajaran yang bisa diaplikasikan untuk transaksi jual-beli secara *online*, yang mana sebelumnya hanya 77% dari mereka yang memilih ada. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan sebesar 21% bahwa peserta didik menyadari terkait adanya pembelajaran yang dapat diaplikasikan dalam jual-beli secara *online* setelah dilakukan *workshop entrepreneur*.

Selanjutnya, pada item pernyataan terkait rencana setelah mereka menyelesaikan pendidikan di SMK UBP Nurul Islam Mojokerto memiliki hasil yang berbeda-beda, yaitu: 1) Terjadi penurunan sebesar 1% pada pilihan untuk melanjutkan pendidikan, dimana hasil *pre-test* sebesar 76% menjadi 75% pada *post-test*. 2) Terdapat penurunan sebesar 4% pada pilihan bekerja dengan orang lain, di mana hasil *pre-test* adalah 6% berubah menjadi 2% pada *post-test*. 3) Terdapat penurunan sebesar 3% pada pilihan belum memiliki rencana, di mana hasil *pre-test* adalah 3% berubah menjadi 0% pada *post-test*. 4) Terjadi peningkatan pada pilihan untuk berwirausaha sebesar 9%, di mana hasil *pre-test* adalah 14% berubah menjadi 23% pada *pre-test*. Adapun terkait minat berwirausaha menunjukkan perubahan yang signifikan, yaitu terjadi peningkatan minat peserta didik sebesar 36%, di mana hasil *pre-test* adalah 56% berubah menjadi 92% yang berminat berwirausaha setelah dilaksanakan *workshop entrepreneur*.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa, pilihan untuk melanjutkan pendidikan dan minat berwirausaha adalah pilihan mayoritas bagi peserta didik. Hal tersebut dapat

dikatakan bahwa mereka menginginkan melanjutkan pendidikan sekaligus disertai dengan keinginan tinggi untuk berwirausaha sebagai aktifitas pendukung dalam kehidupan mereka. Selain itu, hal menarik dari hasil di atas menunjukkan bahwa peserta didik yang sebelumnya terdapat beberapa yang belum memiliki rencana, namun setelah dilakukan *workshop entrepreneur* menunjukkan semua memiliki rencana yang perlu dipersiapkan setelah menyelesaikan Pendidikan di SMK UBP Nurul Islam Mojokerto.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian panjang dari hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik, sehingga berdampak pada peningkatan motivasi peserta didik dalam berwirausaha. Hal ini dapat dibuktikan bahwa hampir semua peserta didik memiliki minat dalam berwirausaha, yaitu sebesar 92% setelah dilakukan *workshop entrepreneurship*.
2. Siswa yang pada awalnya tidak begitu memahami bahwa mata pelajaran mereka dapat secara langsung diaplikasikan dalam dunia bisnis digital menunjukkan peningkatan yang signifikan dari 77% ke 98%. Ini menunjukkan bahwa semua siswa yang mengikuti *workshop* menyadari betapa pentingnya jurusan serta mata pelajaran yang sedang mereka tempuh.
3. Keseluruhan siswa memiliki gambaran terkait apa yang akan mereka lakukan setelah lulus dari SMK UBP Nurul Islam, baik itu melanjutkan Perguruan Tinggi, bekerja secara profesional, dan berwirausaha secara mandiri. Jumlah siswa yang memilih melanjutkan Perguruan tinggi dan Berwirausaha sangat banyak, yakni hal ini menunjukkan bahwa mereka optimis untuk membuka peluang usaha baru dengan skill yang mereka miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. K. A. R. K., Riptanti, E. W., & Irianto, H. (2018). Model Penumbuhan Wirausaha Baru Berbasis Technopreneurship di Inkubator Bisnis PSP-KUMKM LPPM UNS. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 140-156. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/10830>
- Apriadi, D., & Yanto, R. (2022). Workshop Kewirausahaan Berbasis Teknologi Bagi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Ulu Rawas. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Radisi*, 2(2), 27-30. <https://doi.org/10.55266/pkmmradisi.v2i2.144>
- Brown, Emma. (2021). Effective Communication Strategies for Freelancers Using English. *International Freelance Conference Proceedings*, hlm. 112-125.
- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language* (edisi ke-2). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511486999>
- Fauziah, F. (2023). *Manajemen Wirausaha UMKM*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta Press.
- Freeman, D. (2017). *The Gig Economy: The Complete Guide to Getting Better Work, Taking More Time Off, and Financing the Life You Want!*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.

- Fuaida, R., Fahdiyanti, D. H. . ., Maghfiroh, T. L., Fitriyah, M. ., Laili, I., & Ni'mah, A. T. (2023). Revitalisasi Pembelajaran di Sekolah Menengah Kejuruan: Studi Kasus Penerapan Kurikulum Merdeka pada SMK Al-Asyari Bangkalan. *Nuris Journal of Education and Islamic Studies*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.52620/jeis.v4i1.58>
- Global Freelancers Association. (2023). Learning and Development Resources in English for Freelancers. *GFA Insights*. Diakses dari www.globalfreelancers.org/learning-resources.
- Johnson, Mark. (2019). Negotiation Techniques in Freelancing: Using English to Close Deals. *Journal of Freelance Studies*, 5(2), hlm. 30-42.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- McKay, S. (2002). *Teaching English as an International Language: Rethinking Goals and Approaches*. Oxford: Oxford University Press.
- Meifa, Y. T. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lingkungan dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 41-56. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10459>
- Smith, John. (2020). The Importance of English Language Skills for Freelancers. *Freelance Magazine*, 12(3), hlm. 45-57.
- Suryadi, S. (2019). Kewirausahaan dan Pemberdayaan Pemuda dalam Mengurangi Pengangguran. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 14(1), 54-67. <https://journals.kemnaker.go.id/index.php/naker/article/view/55>
- White, Sarah. (2022). Writing Effective Proposals and Presentations in English for Freelancers. *Freelance Skills Workshop*. Diakses dari www.freelanceskillsworkshop.com/proposals-presentations.