



PELATIHAN PENGEMBANGAN SOFT SKILLS KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL DI SMK AL MUJAHIDIN CIKARANG

Arif Siswandi¹, Asep Muhidin², Wisnu Setyawan³

^{1, 2}Teknik Informatika, Universitas Pelita Bangsa

³Akuntansi, Universitas Pelita Bangsa

¹arif.susilo@pelitabangsa.ac.id, ²aseparwan@pelitabangsa.ac.id,, ³wisnu@pelitabangsa.ac.id,

Diterima: 20 Juli 2024 Disetujui: 14 Agustus 2024 Dipublikasikan: 20 Agustus 2024

Abstrak

Soft skills kewirausahaan adalah keterampilan non-teknis yang penting bagi wirausahawan untuk berhasil dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka. Keterampilan ini mencakup kemampuan interpersonal, manajerial, dan personal yang membantu dalam interaksi dengan orang lain, pengambilan keputusan, serta penyesuaian diri terhadap dinamika pasar dan perubahan lingkungan bisnis. Dengan mengembangkan soft skills kewirausahaan, wirausahawan dapat lebih siap menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Mengintegrasikan pelatihan soft skills kewirausahaan di SMK Al Mujahidin Cikarang, menghadapi beberapa tantangan. Namun dengan solusi yang tepat, pelatihan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi siswa.

Kata Kunci: Soft Skills, Kewirausahaan, bisnis, Digital, Pengembangan

Abstract

Entrepreneurial soft skills are non-technical skills that are important for entrepreneurs to succeed in managing and developing their businesses. These skills include interpersonal, managerial and personal abilities that help in interacting with other people, making decisions, and adapting to market dynamics and changes in the business environment. By developing entrepreneurial soft skills, entrepreneurs can be better prepared to face business challenges and take advantage of existing opportunities, thereby achieving sustainable success in a competitive business environment. Integrating entrepreneurship soft skills training at Al Mujahidin Vocational School, Cikarang, faces several challenges. However, with the right solution, this training can provide significant benefits for students. It is hoped that the results of this service will provide practical guidance for trainers and consultants who wish to support SMEs in increasing their online presence through social media. With increasing digital competence, it is hoped that SMEs can be more competitive in this increasingly connected global market.

Keywords: Soft Skills, Entrepreneurship, business, Digital, Development

PENDAHULUAN

Pelatihan soft skills kewirausahaan di SMK Al Mujahidin menghadapi sejumlah tantangan dan permasalahan yang memerlukan analisis mendalam untuk menemukan solusi yang efektif. Berikut adalah analisis situasi dan permasalahan terkait pelatihan soft skills kewirausahaan di SMK Al Mujahidin:

Analisis Situasi

Pentingnya Soft Skills dalam Kewirausahaan. Soft skills seperti kreativitas, komunikasi, kepemimpinan, dan kemampuan beradaptasi sangat penting dalam kewirausahaan. Kemampuan ini membantu siswa untuk berinteraksi dengan berbagai pihak, mengelola tim, dan menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik.

Kebutuhan Akan Kurikulum Terstruktur. Banyak sekolah mulai menyadari pentingnya soft skills dan mencoba memasukkannya ke dalam kurikulum. Namun, masih ada kebutuhan untuk kurikulum yang terstruktur dan terintegrasi yang fokus pada pengembangan soft skills kewirausahaan.

Perkembangan Teknologi. Era digital memberikan banyak alat dan platform yang bisa digunakan untuk mengajar soft skills. Teknologi dapat memfasilitasi simulasi bisnis, kolaborasi virtual, dan pembelajaran interaktif.

Permasalahan

Kurangnya Kurikulum yang Terstruktur dan Standar. Sekolah belum memiliki kurikulum yang spesifik dan terstruktur untuk mengajarkan soft skills kewirausahaan. Tanpa panduan yang jelas, pengajaran menjadi tidak konsisten dan kurang efektif. Keterbatasan Sumber Daya, mengalami keterbatasan dalam hal sumber daya seperti perangkat teknologi, akses internet, dan bahan ajar yang memadai. Keterbatasan Guru Terlatih, yang tidak memiliki pelatihan khusus dalam mengajar soft skills kewirausahaan. Tanpa pelatihan yang memadai, sulit bagi mereka untuk menyampaikan materi dengan efektif. Sekolah dan tenaga pendidik mungkin merasa enggan untuk mengadopsi metode pengajaran baru atau mengintegrasikan soft skills dalam kurikulum yang sudah ada. Jadwal pelajaran yang padat sering kali tidak memberikan ruang yang cukup untuk pelatihan soft skills tanpa mengorbankan mata pelajaran lain yang dianggap lebih konvensional atau penting..

METODE

Pelaksanaan program pelatihan soft skill di SMK Al Mujahidin, ini terdiri 3 (tiga) tahapan kegiatan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

1. Tahap Persiapan Pelatihan

Sebelum masuk tahap pelaksanaan pelatihan terlebih dahulu beberapa persiapan yang harus dilakukan antara lain :

- Pada tahap awal sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan di lapangan, anggota tim melakukan survey lokasi.
- Ketua Tim mengajukan proposal rencana kegiatan Kepada DPPM Universitas Pelita Bangsa..

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini, pelaksanaan kegiatan pelatihan dibagi dalam 2 (dua) sesi kegiatan yaitu:

- a. Peserta terlebih dahulu diberikan materi pelatihan berupa Soft Copy materi Membangun Jiwa Wirausaha Di era Digital dan Pemanfaatan Platform Media Sosial Untuk UMKM;
 - b. Melakukan pelatihan soft skills dalam bentuk ceramah dalam kelas serta dilanjutkan dengan metode tanya jawab.
3. Tahap Evaluasi Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Soft skills kewirausahaan adalah keterampilan non-teknis yang penting bagi wirausahawan untuk berhasil dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka. Keterampilan ini mencakup kemampuan interpersonal, manajerial, dan personal yang membantu dalam interaksi dengan orang lain, pengambilan keputusan, serta penyesuaian diri terhadap dinamika pasar dan perubahan lingkungan bisnis. Dengan mengembangkan soft skills kewirausahaan, wirausahawan dapat lebih siap menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Mengintegrasikan pelatihan soft skills kewirausahaan di SMK Al Mujahidin Cikarang, menghadapi beberapa tantangan. Namun dengan solusi yang tepat, pelatihan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi siswa. Berikut adalah permasalahan, solusi, dan target pelatihan soft skills kewirausahaan di era digital di sekolah:

1. Permasalahan

SMK Al Mujahidin belum memiliki kurikulum yang terstruktur untuk mengajarkan soft skills kewirausahaan, belum memiliki akses ke sumber daya dan teknologi yang memadai untuk pelatihan yang efektif. Tidak semua guru memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengajarkan soft skills kewirausahaan di era digital. Dan juga mungkin menghadapi resistensi dari pihak internal terhadap perubahan dalam metode pengajaran. Jadwal pelajaran yang padat membuat sulit untuk menambahkan pelatihan soft skills tanpa mengganggu mata pelajaran lain.

2. Solusi

Mengembangkan kurikulum yang mencakup aspek-aspek penting dari soft skills kewirausahaan, termasuk kreativitas, adaptabilitas, dan komunikasi digital. Menggunakan platform e-learning dan alat kolaborasi digital untuk mendukung pelatihan soft skills. Ini termasuk penggunaan simulasi dan permainan bisnis untuk pembelajaran praktis. Menyediakan program pelatihan bagi guru untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam mengajar soft skills kewirausahaan. Membangun kemitraan dengan perusahaan dan organisasi bisnis untuk memberikan wawasan praktis dan pengalaman langsung kepada siswa. Mengintegrasikan elemen-elemen pelatihan soft skills ke dalam mata pelajaran lain, seperti bahasa Inggris, studi sosial, dan teknologi informasi.

3. Target Pelatihan

- Siswa mampu mengembangkan ide-ide kreatif dan solusi inovatif untuk berbagai masalah.
 - Siswa mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan lingkungan.
- Siswa mampu berkomunikasi secara efektif melalui berbagai platform digital.

PENUTUP



Terselenggaranya pelatihan penulisan karya ilmiah populer dan dukungan tim Tridharma Universitas Pelita Bangsa serta mitra PKM telah meningkatkan kemampuan peserta pelatihan SMA Pusaka Nusantara 2 Bekasi dalam menulis karya ilmiah populer. Pada kelima indikator kompetensi, peserta pelatihan dapat memperoleh rata-rata nilai 87,57 dengan standar "baik". Dari kelima indikator yang teridentifikasi, kemampuan menulis cerita yang runtut terdiri dari bagian awal, bagian perkembangan, dan bagian akhir menggunakan ejaan, kata ganti, kosakata dan jenis kalimat dengan jelas dan tepat mempunyai persentase sebesar 18% paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Hal ini disebabkan karena peserta pelatihan belum memahami penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dan belum mampu dalam menghubungkan antar kalimat. Selain itu, para peserta masih bingung bagaimana mengungkapkan seluruh keterangan tempat, waktu, suasana sesuai dengan topik yang diberikan. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah nilai pemahaman merumuskan latar sebesar 19%. Hasil angket yang menggambarkan tanggapan peserta terhadap pelaksanaan pelatihan dan dukungan penulisan ilmiah mencapai standar sangat positif sebesar 78.75. Hal ini sebenarnya terlihat pada saat implementasi baik peserta pelatihan maupun tim Tridharma, bahkan kepala sekolah dan staf menyambut baik bantuan dalam pelaksanaan pelatihan dan penulisan karya ilmiah populer.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala SMK Al Mujahidin, dan DPPM Universitas Pelita Bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Albi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli di Kedai Kopi S. Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, 3(1),
- Amir, N. O., & Mustikawati, D. (2019). Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu. Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis, 3(4), 681–688.
- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 3(1), 14.
- Ariani, D., W. (2003). Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi. Kualitatif. Arimbi, dea febi. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi shopee. 21(1), 1–9.
- Evelina, Nela., Waloejo, Handoyo Djoko., Listyorini, S. (2011). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, c, 203–213.

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418.
- Fuady, Z. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Studio Capture Pekanbaru. 6, 1–13.
- Herosian, M. Y., & Samvara, M. A. (2019). Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Dan Kemudahan Akses Layanan Aplikasi Belanja Online Dalam Peningkatan Daya Beli Masyarakat Kota Medan Di Era Revolusi Industri Marketing 4.0. *Jurnal Akbar Juara*, 4(5), 45–62.
- Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70.
- Lidyawati. (1998). Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif.
- Mileva, novilea dinar. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Nurpratama, M., Anwar, S., Manajemen, P., & Indramayu, U. W. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu. *Investasi*, 6(2), 87–102.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online. *EJurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2380–2406.
- Priyatno, D. (2014). Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss. Mediakom.
- Purwana E, S., Dedi., Rahmi., Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Saputro, W. A., & Laura, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian yang Di Moderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8(2), 1–11.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Ilmiah Komputer. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*