

## PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN *BUSINESS PLAN* PADA SISWA SMK BUDISATRYA KECAMATAN MEDAN TEMBUNG KOTA MEDAN

Sabda Dian Nurani Siahaan<sup>1\*</sup>, Dodi Pramana<sup>2</sup>, Haryani Pratiwi Sitompul<sup>3</sup>,  
Putri Sary M J Silaban<sup>4</sup>

Universitas Negeri Medan

\*Corresponding author : sabda@unimed.ac.id

### Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah membantu penyelenggaraan pembelajaran kewirausahaan di SMK Binasatrya Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan. Penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan sangat perlu dimaksimalkan untuk menghasilkan lulusan-lulusan yang siap menjadi wirausaha. Pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu wadah untuk membekali siswa mengenai pengetahuan kewirausahaan dan menumbuhkan jiwa wirausaha. Hal ini harus menjadi perhatian serius mengingat sektor bisnis memegang peranan dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan suatu bangsa. Mitra pada kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Budisatrya Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan. Objek pelatihan adalah para siswa Kelas XII. Berdasarkan observasi awal, masih banyak siswa yang memiliki minat berwirausaha yang rendah dan takut untuk berwirausaha. Permasalahan lain adalah para siswa tidak memiliki pemahaman dan pengetahuan kewirausahaan yang baik sehingga mereka tidak termotivasi untuk berwirausaha. Oleh karena itu para peserta didik perlu untuk mendapatkan pelatihan dan pendampingan mengenai pengetahuan berwirausaha. Untuk menyelesaikan masalah mitra, maka rencana kegiatan pengabdian yang akan dilakukan adalah ; 1) Mengadakan pelatihan untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha ; 2) Mengadakan pelatihan menyusun Business Plan; 3) Mendampingi siswa menyusun Business Plan; 4) Memberikan evaluasi terhadap Business Plan yang sudah disusun oleh siswa.

**Kata kunci:** Pelatihan; Pendampingan; Business Plan; Siswa; Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

### 1. PENDAHULUAN

Rendahnya minat dan motivasi berwirausaha pemuda Indonesia saat ini harus menjadi perhatian yang serius dari berbagai pihak, baik dari pemerintah, lembaga pendidikan, dunia industri dan juga masyarakat. Kewirausahaan memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi (Budi & Fensi, 2018) dan bagi kemajuan suatu bangsa. Sektor bisnis atau wirausaha dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, melalui penyerapan tenaga kerja. Dengan adanya penyerapan tenaga kerja, maka jumlah pengangguran juga akan menurun. Dewasa ini, sektor bisnis memegang peranan penting di Indonesia, ditandai dengan lahirnya usaha-usaha rintisan raksasa, seperti Bukalapak, Traveloka, Tokopedia, Gojek, dsb. Perusahaan raksasa berbasis E-Commerce tersebut juga disebut dengan istilah Unicorn.

Jumlah wirausaha di Indonesia saat ini hanya sebesar 0,18% dari jumlah penduduk. Hal tersebut masih tergolong rendah bila dibandingkan dengan Amerika sebesar 11,5% dan Singapura sebesar 7,2% dari jumlah penduduk (Tahirs & Rambulangi, 2020). Data tersebut tergolong memprihatinkan memandang jumlah penduduk Indonesia berada pada urutan ke-4 terbanyak di dunia. Hasil penelitian (Mardatilah & Hermanzoni, 2020) menemukan bahwa penyebab rendahnya minat berwirausaha adalah karena gengsi, tidak percaya diri, merasa tidak bisa menarik pembeli, malas, tidak adanya modal, kesulitan untuk membagi waktu, takut gagal melihat dari pengalaman orang lain. Sampel pada penelitian tersebut adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang (UNP). Selain itu, hasil penelitian (Fitriana & Setiawan, 2018) terhadap siswa Kelas IX Texmaco Pemalang menunjukkan bahwa penyebab rendahnya minat berwirausaha dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor kepribadian, faktor keluarga dan faktor lingkungan. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa

Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat  
8 September 2021, Seminar dalam Jaringan  
LPPM Universitas Negeri Medan

pembenahan terhadap sikap mental dan jiwa kewirausahaan perlu dilakukan dengan pemberian motivasi dan pelatihan berwirausaha. Minat berwirausaha bisa menjadi salah satu alternatif dalam mengurangi pengangguran.

Pendidikan merupakan salah satu lembaga yang berperan penting dalam pembenahan sikap mental anak-anak muda Indonesia, agar termotivasi untuk berwirausaha. Salah satu lembaga pendidikan selain Universitas, yang menyelenggarakan pelajaran Kewirausahaan adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). SMK merupakan model pendidikan bertujuan menyiapkan lulusannya untuk bekerja, mampu memilih karier, berkompetisi dan mengembangkan diri, mengisi kebutuhan DU (dunia usaha) dan DI (dunia industri), dan mampu produktif, adaptif dan kreatif (Tahirs & Rambulangi, 2020). Kewirausahaan merupakan kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang, dan menciptakan nilai bagi suatu barang. Kewirausahaan dapat dipelajari oleh individu yang memiliki niat dan motivasi untuk berwirausaha.

Sekolah Menengah Kejuruan seyogyanya mampu menghasilkan wirausaha-wirausaha yang mandiri dan bukan menjadi *job seeker*. Para lulusan SMK diharapkan mampu memilih menjadi wirausaha, selain adanya pilihan untuk kuliah dan bekerja di perusahaan. Permasalahan pada mitra yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Budisatrya adalah rendahnya minat berwirausaha siswa, walaupun sudah diberikan mata pelajaran kewirausahaan dan motivasi oleh guru. Berdasarkan hasil analisis situasi, yaitu wawancara kepada siswa kelas XII di SMK Budi Satria, minat berwirausaha masih sangat rendah disebabkan karena tidak percaya diri, tidak tertarik, tidak ada dukungan dari keluarga yang lebih dominan menyuruh untuk mencari kerja setelah lulus.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah:

1. Perencanaan
 

Terdapat beberapa langkah yang dilakukan pada tahap perencanaan, yaitu:

  - a. Pembentukan tim pengusul Program Kemitraan Masyarakat (PKM).
  - b. Musyawarah untuk menentukan pola dan program kerja.
  - c. Penyiapan alat dan bahan untuk pelaksanaan kegiatan.
1. Analisis Situasi
 

Pada tahap ini, tim pengusul PKM melakukan survei atau analisis situasi mengenai kondisi mitra yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Budisatrya melalui survey langsung dan wawancara kepada siswa. Analisis situasi merupakan tahap pengumpulan data atau permasalahan sebelum tim melakukan kegiatan. Kemudian,

tim PKM berkonsultasi dengan mitra mengenai jadwal dan tempat pelaksanaan kegiatan.

2. Identifikasi Masalah
 

Setelah melakukan analisis situasi, tim pengusul menyimpulkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu:

  - a. Minat dan motivasi berwirausaha siswa sangat rendah ;
  - b. Sebagian besar siswa tidak berani untuk berwirausaha
  - c. Pengetahuan kewirausahaan siswa masih rendah ;
  - d. Siswa tidak mengetahui cara menyusun *Business Plan*.
3. *Focus Group Discussion (FGD)*

Setelah mengetahui beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka tim pengusul melakukan *Focus Group Discussion (FGD)* untuk membahas beberapa hal, yaitu :

  - a. Solusi yang akan diberikan kepada mitra.
  - b. Penyusunan kisi-kisi materi pelatihan.
  - c. Teknis pelaksanaan kegiatan, alokasi waktu, dan perancangan *time schedule* kegiatan.
4. Penyusunan Materi Pelatihan
 

Pada tahap ini, masing-masing tim pengusul menyusun bahan materi pelatihan. Penyusunan materi merupakan salah satu hal yang sangat penting, karena akan menentukan keberhasilan kegiatan. Jika materi disampaikan dengan baik, maka akan sangat berkontribusi terhadap penyelesaian masalah mitra. Dalam tahap ini, masing-masing anggota tim juga melakukan kordinasi dan saling memberikan masukan.
5. Pelaksanaan Kegiatan
 

Setelah semua perencanaan dan persiapan selesai dilakukan, maka kegiatan bisa dilaksanakan yang terdiri dari Pelatihan dan Pendampingan. Kegiatan dilaksanakan di SMK Budisatrya yang menjadi mitra dalam kegiatan ini secara terbuka (*Open Class*).
6. Evaluasi
 

Evaluasi merupakan tahap terakhir setelah semua tahap dilaksanakan. Pada tahap ini, tim pelaksana akan mengevaluasi dan mengukur tingkat keberhasilan kegiatan yang sudah dilakukan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada hari Kamis & Jumat, 22-23 Juli 2021. Sebelum kegiatan tersebut dilaksanakan, tim PKM melakukan kunjungan ke sekolah untuk membicarakan teknis pelaksanaan kegiatan dan untuk menyepakati tanggal pelaksanaan kegiatan. Kunjungan ke sekolah tersebut dilaksanakan

## Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 8 September 2021, Seminar dalam Jaringan LPPM Universitas Negeri Medan

pada hari Selasa, 15 Juni 2021 bertempat di ruangan Kepala Sekolah SMK Budisatrya. Berdasarkan hasil diskusi dengan Kepala Sekolah, diperoleh kesepakatan untuk pelaksanaan kegiatan PKM yaitu pada hari Kamis & Jumat, 22-23 Juli 2021. Tanggal tersebut adalah untuk menyesuaikan dengan jadwal masuk sekolah di kalender akademik, agar kegiatan PKM dilaksanakan setelah libur semester genap selesai.

Kegiatan pada hari I (Kamis, 22 Juli 2021) adalah pelatihan atau pemberian materi untuk menyusun rencana bisnis (*Business Plan*), sementara kegiatan hari ke-II (Jumat, 23 Juli 2021) adalah pendampingan menyusun *Business Plan*. Acara dimulai pada jam 08.00 WIB yang dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bidang Akademik, Guru Mata Pelajaran Kewirausahaan, Tim Pelaksana Program Kemitraan Masyarakat (PKM) (PKM), beserta seluruh peserta kegiatan PKM yaitu siswa SMK Budisatrya kelas XII yang berjumlah 30 orang. Peserta dalam kegiatan PKM ini adalah siswa kelas XII yang baru saja memasuki ajaran baru. Dalam artian, mereka adalah siswa kelas XI yang baru saja naik kelas XII. Pemilihan peserta tersebut adalah mengingat bahwa mereka sudah belajar mata pelajaran Kewirausahaan sebelumnya, sehingga akan lebih memudahkan untuk mengikuti pelatihan. Para siswa tersebut berasal dari kelas dan jurusan yang berbeda, diantaranya berasal dari jurusan Akuntansi, Administrasi Perkantoran, dan Bisnis. Pemilihan peserta tersebut tidak memiliki kriteria tertentu, hanya agar dapat mewakili semua jurusan di kelas XII. Acara PKM dimulai sesuai dengan rundown acara, diikuti dengan kata sambutan dari ketua PKM, Kepala Sekolah dan dibuka secara resmi oleh Kepala sekolah.

### 3.1. Pelatihan *Business Plan*

Materi pelatihan *Business Plan* terdiri dari: 1) Teori Kewirausahaan ; 2) Strategi Pemilihan Usaha, 3) Rencana Usaha (*Bussiness Plan*). Teknik dan metode yang digunakan adalah ceramah dan diskusi.

#### 3.1.1 Teori Kewirausahaan

Materi pertama adalah Teori Kewirausahaan yang meliputi menumbuhkan minat, ide, bakat, kreativitas, motivasi dan inovasi berwirausaha. Pada materi ini siswa ditanyakan seberapa besar minat berwirausaha yang dimiliki, dan berdasarkan survei sederhana tersebut ditemukan bahwa minat wirausaha siswa SMK kelas XI Budisatrya masih sangat rendah. Setelah lulus sekolah kebanyakan siswa bertujuan untuk mencari pekerjaan, ada juga yang ingin bekerja sambil kuliah. Hampir tidak ada siswa yang berminat untuk berwirausaha. Alasan rendahnya minat wirausaha tersebut adalah karena mereka belum memiliki pengetahuan untuk berwirausaha dan takut rugi jika berwirausaha. Hal tersebut sangat disayangkan karena mereka adalah siswa-siswi kejuruan yang dipersiapkan untuk menjadi lulusan yang kreatif dan siap bersaing di dunia usaha.

Pemberian materi dibarengi dengan memperkenalkan pengusaha-pengusaha sukses di Indonesia dan juga di dunia, seperti Hartono bersaudara yaitu Budi Hartono dan Michael Hartono. Mereka adalah pemilik perusahaan rokok raksasa di Indonesia, Djarum. Total kekayaannya mencapai US\$ 20,5 Miliar . Begitu juga dengan orang terkaya di dunia yaitu Jeff Bezos, pemilik perusahaan *Amazon* yang total kekayaannya mencapai US\$ 177 Miliar. Mereka semua adalah pengusaha. Bahkan jika ditelusuri lagi lebih lanjut latar belakang orang-orang terkaya di dunia, mereka semua adalah berlatar belakang pengusaha.

Pemberian materi pada sesi ini juga dibarengi dengan memaparkan kisah perjuangan para pengusaha-pengusaha sukses di dunia yang semuanya adalah bermula dari titik 0, tidak ada yang langsung sukses, bahkan mereka menemukan banyak kegagalan dulu. Contohnya adalah kisah pengusaha sukses dunia Kolonel Harland Sanders, penemu produk ayam goreng favorit saat ini yaitu *Kentucky fried Chicken (KFC)*. Kolonel Harland Sanders bahkan menemukan *KFC* pada usia 60 tahun. Pada sesi ini juga dijelaskan pentingnya peranan Kewirausahaan terhadap kemajuan suatu bangsa, berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melalui peningkatan pendapatan masyarakat, terbukanya lapangan pekerjaan, dsb. Setelah materi ini diberikan, peserta semakin tertarik dan bahkan mulai berminat untuk berwirausaha.

#### 3.1.2 Strategi Pemilihan Usaha

Selanjutnya adalah mengenai Strategi Pemilihan Usaha. Pada sesi ini siswa diberikan kesempatan untuk mengenal bentuk kegiatan wirausaha. Ada usaha/bisnis yang dikelola sendiri, dikelola orang lain, atau patungan. Usaha yang dikelola sendiri artinya pengusaha memiliki modal, uang dan kemampuan sendiri dan siap langsung terjun untuk mengelola usahanya. Usaha yang dikelola orang lain artinya pengusaha hanya menyetor sejumlah uang dan pengelolaan usahanya diserahkan kepada pihak lain. Usaha seperti ini dapat berbentuk CV, Firma, dan Perseroan terbatas. Selain itu, jenis usaha yang akan dijalankan dapat bersifat komersial dan sosial atau kedua-duanya. Dengan kata lain bersifat profit atau non profit (sosial). Dengan demikian jenis usaha manapun akan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, itu tergantung dari kesanggupan, kemampuan, dan motif bisnis si pengusaha, apakah akan memilih usaha yang dikelola sendiri atau tidak.

#### 3.1.3 Rencana Usaha (*Bussiness Plan*)

Materi yang selanjutnya adalah rencana usaha (*Business Plan*). *Business Plan* merupakan sebuah dokumen yang memuat tujuan bisnis , data, proyeksi, dan rencana mencapainya. Perencanaan bisnis mengandung serangkaian elemen-elemen standar. Format dan bentuk perencanaan bisnis sangat



Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat  
8 September 2021, Seminar dalam Jaringan  
LPPM Universitas Negeri Medan

bervariasi, tetapi biasanya sebuah perencanaan bisnis akan berisi komponen-komponen seperti deskripsi perusahaan, produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, pasarnya, prediksi atau ramalan-ramalan ke depan, team manajemennya dan analisis finansial/keuangannya (Suprpto, 2018). Dalam kegiatan PKM ini ada 9 elemen dalam Business Plan yang akan dibahas yaitu *Executive Summary* (Ringkasan), *Company Description* (Deskripsi Perusahaan), *Services and Products* (Barang dan Jasa), *Market Analysis* (Analisis Aspek Pasar), *Competitors & Benchmarks* (Analisis Pesaing), *Marketing Plan & Strategy* (Strategi Pemasaran), *Organization and Management* (Aspek Manajemen dan Organisasi), *Financial (Aspek Keuangan)*, *Closing Statements* (Penutup). Sangat penting sekali untuk memperkenalkan *Business Plan* kepada para calon-calon pengusaha, sebab *Business Plan* merupakan gambaran dan rancangan usaha yang akan kita buka. Dengan adanya perencanaan yang baik, maka segala sesuatunya akan lebih terkoordinir. Perencanaan usaha merupakan sebuah langkah awal dalam berwirausaha untuk mengantisipasi hal-hal yang menyebabkan kegagalan (Sufyati & Awaludin, 2018)). Karena pada kenyataannya banyak orang gagal membuat sebuah rencana bisnis disaat akan melakukan bisnis (Wiyani et al., 2017). *Business Plan* ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi kepada investor, atau kepada Lembaga Keuangan Bank jika kita membutuhkan pinjaman dana. Dengan demikian, sebuah *Business Plan* harus dapat mewakili seluruh rencana bisnis yang akan dijalankan agar pihak-pihak yang membutuhkan dapat tertarik dan percaya dengan rencana usaha kita.

*Executive Summary* merupakan pembuka sebuah *Business Plan* yang memberikan gambaran umum, singkat dan jelas mengenai bisnis yang akan dijalankan. Bagian ini berisi tentang apa perusahaan atau bisnis yang akan dijalankan, produk atau jasa yang akan ditawarkan, manfaat produk/jasa bagi masyarakat/konsumen, siapa target konsumen, dan keunikan produk. Bagian ini merupakan bagian yang sangat penting sebab bagian ini merupakan bagian awal atau pembuka pada *Business Plan*, yang kerap kali menjadi penentu ketertarikan investor untuk membaca lebih lanjut lagi mengenai *Business Plan* yang sedang ditawarkan.

Sementara itu, *Company Description* bertujuan untuk memberikan gambaran dan informasi lengkap mengenai bisnis atau usaha yang akan dijalankan. Bagian ini terdiri dari:

- a. *Mission and Values*, yaitu visi dan misi perusahaan.
- b. *Location*, berisi lokasi kantor, gudang, lokasi sumber daya. Lokasi usaha harus efektif dan terjangkau dengan lokasi sumber daya, jika tidak, maka akan menambah pengeluaran untuk ongkos (*cost*) produksi ataupun distribusi. Selain itu, pemilihan lokasi pun

harus dekat dan sesuai dengan target konsumen.

- c. *Legal Structure*, yang berisi struktur legalitas perusahaan, apakah berbentuk usaha perseorangan, CV, Firma, PT, dsb. Suatu usaha harus memiliki aspek legalitas yang jelas. Jika usaha yang ingin dijalankan adalah usaha perseorangan, maka tidak membutuhkan surat izin dari pihak yang berwenang. Namun jika usaha yang dijalankan adalah berbentuk CV, Firma, atau bahkan Perusahaan (Perseroan), maka usaha tersebut harus memiliki dokumen-dokumen atau surat izin dari pihak yang berwenang. Dengan demikian, sangat perlu untuk menentukan jenis usaha yang akan dibangun terlebih dahulu, agar bisa menentukan dan mengurus kelengkapan dokumen yang dibutuhkan.
- d. *Achievements*, prestasi yang sudah dicapai oleh pemilik usaha/usaha.

*Services and Products* adalah bagian yang berisi gambaran barang/jasa apa yang akan diproduksi atau dipasarkan, alasan barang/jasa tersebut diproduksi dan manfaat/*benefit* yang dapat diperoleh konsumen/*customer* atas barang/jasa tersebut. Bagian ini juga berisi tentang nilai produk/jasa yang ditawarkan. Sudah hal yang biasa jika banyak produk yang sudah ada sama dengan apa yang akan kita tawarkan. Pada bagian ini perlu untuk menemukan apa keunikan produk kita dibandingkan produk lain yang serupa. Pemilihan barang atau jasa yang akan dijual haruslah berdasarkan minat atau *hobby* si pengusaha. Selain itu hal yang menjadi pertimbangan dalam menentukan produk yang akan dijual adalah bahwa produk tersebut harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Jika barang tersebut tidak dibutuhkan atau tidak menjawab permasalahan konsumen, maka produk tersebut sebaiknya jangan dijual. Pemilihan produk atau jasa yang akan dijual juga dapat dilakukan dengan mempertimbangkan situasi tertentu yang mengharuskan konsumen membutuhkan produk tersebut.

*Market Analysis* (Analisis Aspek Pasar) adalah bagian yang memberikan penjabaran dan analisa target pasar, industri, kompetisi di pasar serupa, dan kosumen bisnis yang akan dijalankan. Dalam bagian ini, riset pemasaran sangatlah perlu. Riset dapat dilakukan secara manual atau menggunakan teknologi tertentu untuk mendapatkan data. Dalam analisis pasar ini, dapat diketahui tentang peluang bisnis dan prospeknya, sebesar apa bidang pasar yang akan dimasuki. Pada bagian analisis aspek pasar, juga perlu dilakukan penetapan *Target Audience* yaitu pemilihan target konsumen berdasarkan segmentasi pasar. Segmentasi pasar dibagi menjadi empat elemen yaitu: Geografis, Demografis, Psikografis dan Perilaku atau Tingkah Laku (Ahmadi & Herlina, 2017). Pemilihan target konsumen ini sangat perlu, agar dapat

menentukan lokasi usaha juga. Pada analisis pasar ini perlu untuk melakukan *Competitive Analysis*, yaitu siapa saja pesaing yang sudah berada di pasar. Dengan mengenali para pesaing, maka jarak usaha dengan pesaing perlu dipertimbangkan agar tidak terlalu dekat. Pengembangan strategi untuk menyaingi pesaing perlu disusun agar produk atau usaha yang akan dijalankan mampu bersaing di pasar.

Materi selanjutnya adalah *Competitors & Benchmarks* (Analisis Pesaing). Bagian ini menjelaskan lebih detail lagi mengenai siapa pesaing bisnis yang akan dijalankan, mengapa, dan bagaimana strategi menghadapi pesaing. Pada bagian ini juga perlu dijelaskan mengenai produk pesaing, apa kelebihan dan kelemahan produk pesaing, dan apa kelebihan dan kelemahan produk kita. Hal yang tidak kalah penting dalam bagian ini adalah *Benchmarking*, yaitu proses membandingkan produk yang ditawarkan dengan produk lainnya yang serupa.

*Marketing Plan & Strategy* (Strategi Pemasaran) adalah menjelaskan segala strategi, *action plan*, dan rencana untuk menjual produk dan jasa yang akan ditawarkan yang terdiri dari (5P) (Nasution et al., 2020), yaitu :

- a. *Positioning*, yaitu gambaran posisi pasar yang akan dimasuki. Pada bagian ini juga mencakup menetapkan keunggulan produk agar dapat melekat atau mendapat posisi di mata masyarakat. Contoh beberapa produk yang sudah mendapatkan *positioning* misalnya produk minuman air mineral, Aqua. Jika seseorang membutuhkan air mineral, maka tidak jarang menyebutkan Aqua sementara produk yang tersedia belum tentu Aqua, bisa jadi merek lain. Dengan kata lain masyarakat sering sekali menggeneralkan air mineral dengan sebutan Aqua. Hal tersebut menandakan bahwa produk Aqua sudah mendapat *positioning* di mata masyarakat.
- b. *Pricing*, harga jual produk. Penetapan harga jual produk juga memiliki beberapa strategi, misalnya *Skimming Pricing*. Strategi ini diterapkan dengan jalan menetapkan harga tinggi bagi suatu produk baru selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat. Selain itu terdapat juga strategi penetapan harga *Penetrating Pricing*. Cara ini adalah dengan menetapkan harga produknya dengan harga rendah di awal, dengan harapan mendapatkan volume penjualan besar dalam waktu yang relatif singkat. Dan masih banyak lagi strategi penetapan harga lainnya.
- c. *Product*, menjelaskan kembali lebih detail mengenai produk yang ditawarkan.
- d. *Place*, menjabarkan lokasi pemasaran produk.
- e. *Promotion*, yaitu penjabaran strategi promosi yang akan dilaksanakan untuk memasarkan

produk. Strategi promosi dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu : Iklan /*Adverstising*, Promosi Penjualan/*sales promotion*, Acara dan Pengalaman/*Event and Expirience*, Hubungan Masyarakat dan Publisitas/*Public Relations and Publicity*, Penjualan Personal/*Personal Selling*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*, Pemasaran Interaktif/*Interactive Online Marketing*, dan Pemasaran dari mulut ke mulut/*Word of Mouth Marketing*.

Materi *Business Plan* yang berikutnya adalah *Organization and Management*. Bagian ini menjelaskan tentang penjabaran semua orang yang terlibat di dalam bisnis dan organisasi yang akan dijalankan, yang terdiri dari siapa pendiri utama perusahaan, siapa saja tim yang terlibat, dan struktur organisasi perusahaan. Pada bagian ini penting sekali untuk memilih dan menempatkan orang-orang yang kompeten untuk terlibat dalam perusahaan, dan harus berada pada posisi yang tepat pula. Sebab, sumber daya manusia yang kompeten dan bertanggung jawab merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan dari kesuksesan suatu usaha.

Aspek *Financial* (Aspek Keuangan) adalah penjelasan mengenai proyeksi (*forecasting* atau peramalan) pendapatan dan pengeluaran, pengembalian modal (*Break Event Point*), pengembalian atas investasi (*Return On Investment*), perhitungan penggunaan daya ungkit (*Leverage*) dan lainnya (Farida et al., 2019). Aspek keuangan ini terdiri dari perhitungan akan kebutuhan dana untuk membiayai rencana usaha, baik itu biaya tetap maupun biaya variabel. Bagian ini juga membahas mengenai sumber dana untuk membiayai rencana bisnis bisa diperoleh, dengan beberapa pilihan yaitu hutang, dapat berupa hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang; atau dengan modal sendiri. Pada bagian ini juga perlu untuk menghitung *Break Even Point (BEP)* yaitu adalah titik impas antara besar jumlah laba dan biaya suatu perusahaan dalam posisi yang sama atau seimbang, sehingga dalam prosesnya tidak mendapatkan keuntungan dan kerugian.

Bagian terakhir adalah *Closing Statements* (Penutup) yaitu bagian tambahan sebagai penutup yang memuat konklusi atau kesimpulan, tawaran, atau lampiran, beserta *contact detail*. Ini adalah bagian yang harus ada untuk dokumen rencana bisnis (*Business Plan*) yang hendak diajukan kepada investor , bank atau pihak lain yang membutuhkan.

Pemaparan materi pelatihan dilakukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain metode ceramah dan permainan (*games*). Materi yang diberikan meliputi materi Teori Wirausaha, Strategi Memilih Usaha, dan Perencanaan Usaha, yang masing-masing disampaikan selama kurang lebih 40 menit. Diskusi dan tanya jawab sebanyak 2 sesi selama 30 menit. Metode permainan atau *games* digunakan untuk menyegarkan suasana agar tidak

membosankan. Metode diskusi dan tanya jawab digunakan untuk melihat sejauh mana tingkat pemahaman siswa tentang bahan/materi yang telah disampaikan oleh tim PKM.

### 3.2 Pendampingan Penyusunan Bussiness Plan.

Kegiatan pada hari kedua adalah pendampingan menyusun *Business Plan*. Seluruh peserta dibagi menjadi 6 kelompok, yaitu satu kelompok terdiri dari 5 (lima) orang dengan tujuan untuk memudahkan mereka menyusun proposal rencana usaha (*Bussiness Plan*). Masing-masing peserta dalam kelompok akan berbagi tugas sesuai dengan point-point dalam rencana usaha (*Business Plan*) tersebut. Setelah kelompok diskusi *Business Plan* terbentuk, setiap kelompok mendiskusikan satu jenis usaha yang akan mereka bangun secara bersama-sama, kemudian membuat perencanaan usahanya. Sebelumnya, siswa sudah diberikan *Template* Rencana Usaha (*Business Plan*) untuk memudahkan siswa dalam menyusun rancangan usaha. Tim PKM memberikan arahan dan bantuan kepada masing-masing kelompok. Pada kegiatan ini, *soft skill* siswa juga dilatih karena mereka terlibat dalam diskusi kelompok, saling memberikan pendapat, menghargai pendapat satu sama lain, dan dituntut untuk partisipatif. Siswa dilatih untuk dapat berpikir kreatif dan inovatif dalam menyusun rancangan usaha (*Business Plan*) dengan strategi wirausaha yang tepat guna sesuai dengan minat dan kemampuan masing-masing.

Setelah dokumen *Business Plan* selesai disusun, para siswa secara bergantian mempresentasikan rencana bisnis yang sudah disusun. Pada sesi ini terdapat juga sesi tanya jawab dari tim PKM dan juga dari peserta kepada kelompok lain. Sesi ini juga disertai dengan kegiatan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui kemampuan siswa dalam memahami materi pelatihan, kendala dan permasalahan yang dihadapi serta mencari solusi dari permasalahan tersebut agar siswa dapat menyelesaikan permasalahan tersebut secara mandiri.

### 3.3. Evaluasi

Selama Tim PKM melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada siswa, siswa sangat responsif dan aktif. Secara umum siswa sudah memahami cara menyusun *Business Plan*. Para siswa merasa sangat terbantu atas adanya pelatihan ini. Pada awalnya mereka kesulitan dalam memahami cara penyusunan *Business Plan*, sebab ini baru pertama kali mereka mempelajari cara menyusun dokumen *Business Plan*. Namun setelah mengikuti pelatihan, siswa sudah memahami cara menyusun *Business Plan*. Setelah mengikuti pelatihan ini, seluruh peserta diharapkan dapat secara mandiri menyusun perancangan usaha secara profesional dalam membuka usaha sendiri dimemudian hari sesuai dengan *step by step* perancangan usaha. Seluruh peserta juga

diharapkan dapat berminat untuk menjadi pengusaha, membangu usaha yang kreatif dan inovatif, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidupnya sendiri, membuka lapangan pekerjaan, mengurangi tingkat pengangguran, meningkatkan kualitas hidup orang lain, serta mendukung kemajuan tingkat perekonomian.

Kepada tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) secara umum diharapkan dapat mengadakan kegiatan sebagai kelanjutan dari pelatihan ini yaitu membimbing secara langsung siswa yang memiliki motivasi dan semangat untuk membuka usaha sendiri, baik itu untuk usaha pribadi maupun dalam bentuk unit usaha sekolah. Dalam artian diperlukan pelatihan lanjutan mengenai pengaplikasian daripada proposal rancangan usaha mereka dikemudian hari. Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan ini adalah motivasi dan tanggung jawab peserta dalam mengerjakan tagihan yang diberikan. Namun hal tersebut bisa diatasi oleh tim pelaksana PKM. Secara umum *rundown* acara yang dilaksanakan oleh panitia sudah berjalan dengan baik, dengan demikian pelaksanaan kegiatan ini sudah berjalan dengan efektif.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu Perencanaan, Analisis Situasi, Identifikasi Masalah, *Forum Group Discussion*, Penyusunan Materi Pelatihan, Pelaksanaan Kegiatan (Pelatihan dan Pendampingan), dan Evaluasi.
2. Materi yang disampaikan pada kegiatan pelatihan terdiri dari 3 poin yaitu Teori Kewirausahaan, Strategi Pemilihan Usaha, dan *Business Plan*.
3. Kegiatan ini dihadiri oleh 30 orang peserta yaitu siswa-siswi kelas XII SMK Budisatrya, Medan.
4. Kegiatan pelatihan dan pendampingan penyusunan rencana usaha ini sangat bermanfaat dan memberikan pemahaman bagi siswa dalam menyusun rancangan usaha yang sebagai langkah awal untuk memulai usaha, dan memberikan pengetahuan kewirausahaan bagi siswa serta meningkatkan minat berwirausaha siswa.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Medan (UNIMED) atas dukungan penuh terhadap kegiatan ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada SMK Budisatrya, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, atas partisipasinya sebagai mitra pada kegiatan PKM ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, N. K., & Herlina. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, Vol. 03. No. 01, Januari 2017, 3(01).
- Budi, B., & Fensi, F. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Farida, I., Aryanto, A., Sunandar, S., Hetika, H., & Krisdiyawati, K. (2019). IBM Pelatihan Business Plan Pada UMKM Kota Tegal. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 2(2), 64–68.
- Fitriana, S., & Setiawan, A. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Kewirausahaan Siswa Kelas XI di SMK Texmaco Pemalang. *Empati-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5(1).
- Mardatilah, I., & Hermanzoni, H. (2020). Faktor Penyebab Rendahnya Minat Mahasiswa Kepeleatihan Terhadap Kewirausahaan. *Jurnal Patriot*, 2(1), 328–335.
- Nasution, U. H., Iskandar, E., & Zahri, C. (2020). PKM Pelatihan Perencanaan Bisnis Makanan Khas Laut di Kelurahan Nelayan Indah. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 12–18.
- Sufyati, S., & Awaludin, D. (2018). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Rancangan Usaha (Business Plan) Pada Siswa SMK Nusantara
- Suprpto, H. A. (2018). Pelatihan Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Bagi Siswa Madrasah Tsanawiyah Nurul Hikmah dan SMP Al-Ihsan Guna Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha. *Abdimas Siliwangi*, 1(2), 81–88.
- Tahirs, J. P., & Rambulangi, A. C. (2020). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan Bagi Siswa SMK. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 125–129.
- Wiyani, W., Suprpto, A., & Triatmanto, B. (2017). Pelatihan Pembuatan Business Plan Mengantar Posdaya Mergosingo dan Posdaya Taman Rajut Mendapatkan Pinjaman Bunga Rendah dan Tanpa Agunan Dari Yayasan Damandiri Guna Mengembangkan Usaha. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 30–34.