

PENINGKATAN KETRAMPILAN KEWIRAUSAHAAN PADA GENERASI MILENIAL SMU MANDIRI KOTA BEKASI

Prillia Haliawan
STIE Tri Bhakti
prilliawan@stietribhakti.ac.id

ABSTRAK

Angkatan kerja yang meningkat setiap tahunnya tidak berbanding lurus dengan tersedianya jumlah lapangan kerja. Hal ini menyebabkan terjadinya *gap* pengangguran yang besar. Kondisi ini berdampak menurunnya taraf ekonomi, lebih jauh akan terjadi kemiskinan sosial, kemudian diikuti penurunan tingkat pendidikan dan taraf kesehatan. Salah satu upaya yang dapat ditempuh untuk mengurangi tingkat pengangguran yaitu dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan, kursus, dan sertifikasi untuk mendorong angkatan kerja agar memiliki kompetensi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Dengan kompetensi yang dimiliki, diharapkan akan tercipta angkatan kerja yang berdaya saing tinggi dan mampu menembus pasar kerja setempat. Pada tahun 2017, penduduk Indonesia didominasi oleh generasi milenial yaitu generasi yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000 sebesar 33.75%. Persentase generasi milenial yang memilih menjadi wirausaha masih minim. Kondisi ini disebabkan generasi milenial masih kurang pengalaman dan faktor takut gagal karena harus menanggung resiko. Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan wirausaha akan memberikan *positive impact* secara langsung dan tidak langsung kepada generasi milenial. Upaya ini akan memotivasi dan lebih percaya diri dalam berusaha.

Kata Kunci: Wirausaha, Generasi Milenial

ABSTRACT

The labor force which increases every year is not directly proportional to the availability of employment. This causes a large unemployment gap. This condition has an impact on the economic downturn, further social poverty will occur, then followed by a decrease in the level of education and health. One effort that can be taken to reduce the unemployment rate is by providing education and training, courses, and certification to encourage the workforce to have competencies that are in accordance with what is needed. With its competence, it is expected to create a workforce that is highly competitive and able to penetrate the local labor market. In 2017, Indonesia's population was dominated by millennial generation, that is, the generation born in the 1980-2000 range was 33.75%. The percentage of millennials who choose to become entrepreneurs still drinks. This condition is caused by millennial generation lacking experience and fear of failure because they have to bear the risk. Increasing entrepreneurial knowledge and skills will have direct and indirect positive impacts on millennial generation. This effort will motivate and be more confident in trying

Keywords: Entrepreneur, Milenial Generation

PENDAHULUAN

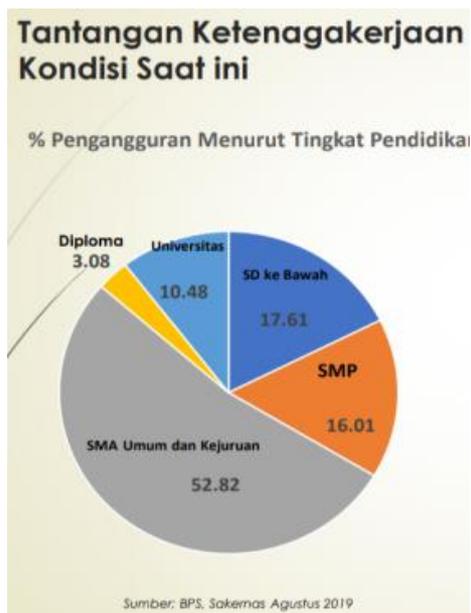
Angkatan kerja yang meningkat setiap tahunnya tidak berbanding lurus dengan tersedianya jumlah lapangan kerja. Hal ini menyebabkan terjadinya *gap* atau jurang

pengangguran yang besar. Penyebab lain meningkatnya jumlah pengangguran adalah kondisi ekonomi Indonesia dan global yang belum pulih. Kondisi ini menyebabkan perusahaan menjadi kurang sehat. Salah satu upaya tercepat dan mudah yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyelamatkan bisnisnya adalah dengan tidak memperpanjang kontrak kerja bahkan mem-PHK karyawan tetapnya.

Pengangguran (M.Arif, 2018) dapat dikaitkan dengan beberapa indikator-indikator. Indikator-indikator ekonomi yang mempengaruhi tingkat pengangguran antara lain pertumbuhan ekonomi negara bersangkutan, tingkat inflasi, kemiskinan, serta besaran upah yang berlaku. Apabila di suatu negara pertumbuhan ekonominya mengalami kenaikan, diharapkan akan berpengaruh pada penurunan jumlah pengangguran, hal ini diikuti dengan tingkat upah. Jika tingkat upah naik akan berpengaruh pada penurunan jumlah pengangguran pula. Sedangkan tingkat inflasi yang tinggi akan berpengaruh pada kenaikan jumlah pengangguran (Sukirno, 2008).

Dampak pengangguran (S. Nur, 2016) bagi Indonesia sebagai negara berkembang berakibat terjadi kemiskinan ekonomi. Hal ini tidak saja berhenti pada taraf ekonomi, lebih jauh akan terjadi kemiskinan sosial, kemudian diikuti penurunan tingkat pendidikan dan taraf kesehatan. Konsep kemiskinan yang di utarakan oleh Wardah Musyarof, dimana tingkat kebutuhan pokok tidak dapat dipenuhi oleh tingkat pendapatan menyebabkan kemiskinan. Hal ini bila dibiarkan menyebabkan tingkat kriminalitas akan tinggi. Stabilitas negara bisa terancam.

Tercatat pada tahun 2017 (menurut Chandra, Kontan, Febuari 2020), kontribusi sektor UMKM terhadap *produk domestic bruto* (PDB) terus meningkat menjadi 60,34%. Kontribusi sektor UMKM terhadap penyerapan total tenaga kerja juga tinggi, yaitu 97,02%. UMKM juga berkontribusi kepada ekspor non migas mencapai 14,17%. Tercatat tenaga kerja yang terlibat di UMKM mencapai 116,7 juta orang.



Gambar 1 : Tantangan Ketenagakerjaan kondisi saat ini (BPS, Agustus 2019)

Jumlah persentase pengangguran yang cukup besar menjadi fokus semua pihak. Tantangan ketenagakerjaan di Indonesia tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah pusat dan daerah tetapi menuntut peran semua pihak untuk memberikan kontribusi dan solusi nyata. Badan Pusat Statistik (BPS, Sakernas, Agustus 2019) menlansir data pengangguran berdasarkan tingkat pendidikan pada level SMU umum dan kejuruan menduduki peringkat pertama yaitu sebesar 52,82%. Pada peringkat kedua di level SD kebawah yaitu sebesar 17,61%. Posisi ketiga di level SMP sebesar 16,01%. Selanjutnya di secara berurutan yaitu level universitas 10,48% dan diploma sebesar 3,08%.

Tingkat pengangguran yang besar di level pendidikan SMU umum dan kejuruan (52,82%) diakibatkan oleh beberapa hambatan. Hambatan yang bersumber dari internal dan eksternal. Salah satu hambatannya adalah rendahnya ketrampilan untuk berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Seagroup (kompas.com, <https://biz.kompas.com/read..>) kepada 14 ribu orang – anak muda Indonesia. Hasil penelitian menyebutkan bahwa 24% responden menginginkan punya bisnis sendiri, 17% bekerja di pemerintahan, 16,5% ingin melanjutkan usaha keluarga dan 3,2% ingin bekerja di usaha rintisan (*StarUp*)

Bagi generasi milenial, bahkan di tingkat SMU dan sederajatnya, bisnis menjadi pilihan favorit disamping bekerja. Perkembangan bisnis di tingkat usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia tumbuh dengan pesat. Di 2018, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 58,97 juta dengan jumlah penduduk 265 juta (BPS, 2018). Menurut Deputy Bidang Produksi dan Pemasaran Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, I Wayan Dipta

jumlah tersebut sudah sangat potensial untuk bisa *go international*. Upaya yang dilakukan salah satu caranya dengan meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan penggunaan teknologi informasi agar memudahkan pemasaran hingga ke pasar internasional. Era bonus demografi yang segera Indonesia hadapi di tahun 2020-2035, akan menimbulkan dampak persaingan yang ketat. Alfin dan Dwi (2011:182) mengatakan bahwa wirausahawan yang memiliki keterampilan dalam berbisnis berpotensi untuk menghasilkan pendapatan ekonomi guna mencapai daya saing global serta untuk perbaikan kinerja usaha. Hal senada juga kemukakan oleh Azis dkk. (2014:61) bahwa kemampuan wirausahawan dapat meningkatkan kinerja bisnis sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran di suatu daerah.

Kota Bekasi memiliki SMU negeri sebanyak 22 sekolah dan SMU swasta sebanyak 91 sekolah (Dapodik, 2019) Berdasarkan jumlah siswa di jenjang SMA, jumlah siswa yang bersekolah di satuan pendidikan milik pemerintah sebanyak 20.602 siswa (48,72%) dan siswa yang bersekolah dan menimba ilmu di lembaga pendidikan milik swasta/yayasan sebanyak 21.681 siswa (51,28%).

UMKM merupakan salah satu solusi untuk mengurangi ketimpangan maupun kesenjangan pendapatan masyarakat Indonesia. Sektor ini mempunyai ketahanan ekonomi yang lebih tinggi. *Tri Bhakti Business school* sebagai salah satu bagian komponen di masyarakat Indonesia, terpanggil untuk memberikan kontribusi dan solusi nyata melalui pendidikan. Memberikan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan kewirausahaan bagi anak muda Indonesia. Upaya ini sebagai wujud mengurangi pengangguran di tingkat SMU dan merupakan kegiatan wajib dalam memenuhi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pada kegiatan ini, *Tri Bhakti Business school* menggandengan SMU Mandiri di Kota Bekasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Generasi Milenial

Struktur penduduk Indonesia yang dinamis memungkinkan terciptanya bonus demografi, dimana kondisi rasio ketergantungan mencapai titik terendah pada periode 2028-2031 (KPPPA, 2018). Ini menjadi kesempatan bagi bangsa Indonesia untuk memajukan ekonomi dengan kunci utama berinvestasi pada sumber daya manusia. Pada tahun 2017, penduduk Indonesia didominasi oleh penduduk milenial yaitu penduduk yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000 sebesar 33.75%, dengan jumlah yang hampir berimbang antara laki-laki dan perempuan. Kondisi ini memberikan generasi milenial sebagai sumber daya utama dalam memetik bonus demografi, dari berbagai aspek yaitu pendidikan, kesehatan,

ketenagakerjaan, dan politik. Termasuk kesiapan generasi milenial untuk berinteraksi dengan sumber daya lainnya misalnya perubahan teknologi dan perubahan *lifestyle*



Gambar 2 : Sebaran Jumlah generasi (KPPPA-BPS, 2018)

Penelitian tentang perbedaan generasi pertama kali dilakukan oleh Mannheim (1952). Menurut Mannheim generasi adalah suatu konstruksi sosial yang di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama.

Istilah milenial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation* (2000). Mereka menciptakan istilah ini tahun 1987, yaitu pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru di saat lulus SMA di tahun 2000. Berdasarkan *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Istilah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.

Sumber		Label			
Tapscott (1988)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13 th Generation (1961-1981)	Millineal Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-2000)	-
Lancaster & Stillman (2000)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers	Generation Y	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generations X (1965-1977)	Millinials (1981-1999)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Maataures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millinials (1955-present)

Sumber : Theoretical Review; Teori Perbedaan Generasi oleh Yanuar Surya Putra (2016)

Tabel 1. Pengelompokan Generasi (KPPPA-BPS, 2018)

Hasil kajian yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) dan *University of Berkley* tahun 2011 tentang generasi milenial USA adalah

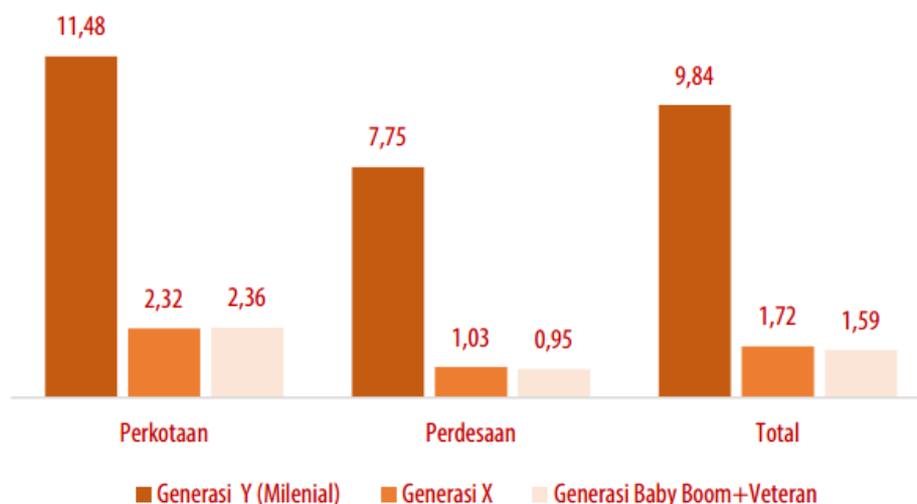
- Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat *smartphone* mereka
- Millennial wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi
- Millennial pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam
- Millennial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan

Dalam aspek bekerja, Gallup (2016) menyatakan para *milenials* dalam bekerja memiliki karakteristik yang jauh berbeda dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, diantaranya adalah;

- Para *milenials* bekerja bukan hanya sekedar untuk menerima gaji, tetapi juga untuk mengejar tujuan (sesuatu yang sudah dicitacitakan sebelumnya),
- *Millennials* tidak terlalu mengejar kepuasan kerja, namun yang lebih milenials inginkan adalah kemungkinan berkembangnya diri mereka di dalam pekerjaan tersebut (mempelajari hal baru, skill baru, sudut pandang baru, mengenal lebih banyak orang, mengambil kesempatan untuk berkembang, dan sebagainya)
- *Millennials* tidak menginginkan atasan yang suka memerintah dan mengontrol

- *Milennials* tidak menginginkan *review* tahunan, *milenials* menginginkan *on going conversation*
- *Milennials* tidak terpikir untuk memperbaiki kekurangannya, *milenials* lebih berpikir untuk mengembangkan kelebihanannya.
- Bagi *milennials*, pekerjaan bukan hanya sekedar bekerja namun bekerja adalah bagian dari hidup mereka.

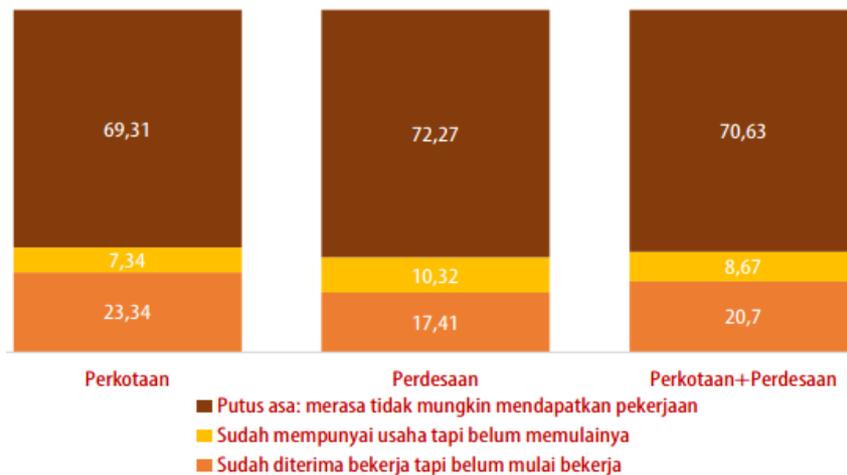
Penduduk yang masuk dalam kategori pengangguran terbuka yaitu penduduk yang mencari pekerjaan atau mempersiapkan usaha, atau penduduk yang tidak mencari pekerjaan atau tidak mempersiapkan usaha disebabkan sudah diterima bekerja tetapi belum mulai bekerja, atau sudah mempunyai usaha tetapi belum memulai usaha, atau merasa tidak mungkin mendapatkan pekerjaan/putus asa. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) mengukur jumlah pengangguran terbuka terhadap total angkatan kerja. TPT pada generasi milenial pada tahun 2017 mencapai 9,84 persen atau dengan kata lain satu dari sepuluh generasi milenial adalah pengangguran. Dibandingkan generasi lainnya, generasi milenial yang menganggur paling tinggi. TPT generasi milenial yang jauh lebih tinggi dibandingkan generasi lainnya berkaitan dengan karakteristik generasi milenial. Generasi milenial menginginkan adanya keseimbangan antara kehidupan dan pekerjaan, sehingga pekerjaan yang diminati cenderung pekerjaan yang fleksibel dan tidak mengikat. Generasi milenial didominasi kaum pemuda yang memiliki ciri idealis, dinamis, energi dan semangat yang tinggi, serta menyukai tantangan



Gambar 3 :

Presentase Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Generasi Dan Daerah Tempat Tinggal (BPS, 2017)

Salah satu upaya yang dapat ditempuh untuk mengurangi tingkat pengangguran yaitu dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan, kursus, dan sertifikasi untuk mendorong angkatan kerja agar memiliki kompetensi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan usaha/perusahaan. Dengan kompetensi yang dimiliki, diharapkan akan tercipta angkatan kerja yang berdaya saing tinggi dan mampu menembus pasar kerja setempat.



Gambar 4 :

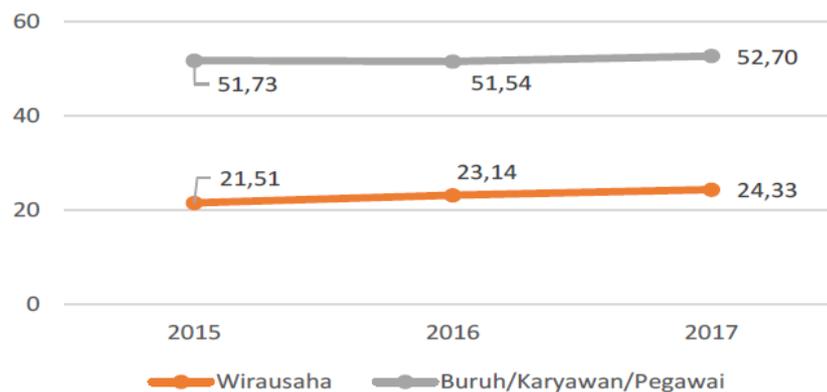
Presentasi distribusi generasi milenial yang termasuk dalam pengangguran tetapi tidak mencari pekerjaan/tidak mempersiapkan usaha menurut alasannya (Sakernas, BPS, 2017)

Status Pekerjaan Utama	Kelompok Generasi		
	Generasi Y (milenial)	Generasi X	Generasi Baby Boom + veteran
Berusaha sendiri	14,51	21,65	27,31
Berusaha dibantu buruh tidak tetap/pekerja keluarga/pekerja tidak dibayar	7,73	17,57	31,44
Berusaha dibantu buruh tetap/dibayar	2,09	4,09	4,72
Buruh/Karyawan/Pegawai	52,70	34,48	13,13
Pekerja bebas di pertanian	3,59	5,38	7,30
Pekerja bebas di nonpertanian	6,15	6,21	4,07
Pekerja keluarga/tidak dibayar	13,22	10,62	12,03

Gambar 5:

Presentasi penduduk yang bekerja menurut status pekerjaan utama dan kelompok generasi (Sakernas, BPS, 2017)

Perkembangan kelompok generasi milenial yang menjadi wirausaha (yakni yang berstatus usaha sendiri) dalam 3 tahun terakhir menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Generasi milenial yang menjadi wirausaha meningkat dari 21,57 persen pada tahun 2015 naik menjadi sebanyak 24,33 persen pada 2017. Sementara itu, generasi milenial yang bekerja dengan status sebagai buruh/karyawan/pegawai meningkat dari 51,73 persen pada 2015 menjadi 52,70 persen pada tahun 2017, meskipun sempat menurun pada tahun 2016



Gambar 6 :

Presentase generasi milenial yang bekerja menurut status pekerjaan utama periode 2015-2017 (Sakernas, BPS, 2017)

Persentase generasi milenial yang memilih menjadi wirausaha masih minim. Kondisi ini kemungkinan besar disebabkan generasi milenial masih kurang pengalaman. Selain itu, faktor takut gagal karena harus menanggung resiko. Kurang berminatnya generasi milenial untuk berwirausaha menjadi pekerjaan rumah tidak hanya bagi pemerintah tetapi juga semua pihak termasuk kampus atau universitas. Pekerjaan ini bertujuan untuk menggairahkan minat kaum muda untuk mau berwirausaha.

Pengertian wirausaha

Seseorang dikatakan menjadi wirausaha (*entrepreneur*) bila status pekerjaannya berusaha sendiri atau berusaha dibantu buruh tetap/pekerja keluarga/pekerja tidak dibayar, atau berusaha dibantu buruh tetap/dibayar. Kompetensi kewirausahaan (Bird, 1995 dalam Ardyan dkk, 2016) menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan didefinisikan sebagai karakteristik yang mendasari seperti pengetahuan khusus, motif, sifat, gambar diri, peran sosial dan keterampilan yang menghasilkan kelahiran usaha, kelangsungan hidup dan / atau pertumbuhan. Man et al. (2002) didefinisikan kompetensi kewirausahaan sebagai kemampuan total pengusaha untuk melakukan peran pekerjaan berhasil. Ada konsensus umum

bahwa kompetensi kewirausahaan dilakukan oleh individu, yang memulai dan mengubah bisnis mereka. Johnson dan Winterton (1999) mengamati bahwa berbagai keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah perusahaan kecil secara kualitatif maupun kuantitatif berbeda dari yang diperlukan dalam organisasi yang lebih besar. Chandler (1992) melihat kompetensi kewirausahaan dalam bentuk kemampuan mengidentifikasi dan memprediksi peluang. Wichramaratne et al. (2014) menyimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan ada 5 jenis, yaitu kompetensi melihat peluang, kompetensi mengorganisasi, kompetensi membuat strategi, kompetensi menjalin hubungan, dan kompetensi membuat komitmen.

Timmons & Spinelli, (2004: 31) dalam kajiannya bahwa kewirausahaan adalah suatu cara berpikir, menelaah, dan bertindak yang didasarkan pada peluang bisnis, pendekatan holistik, dan kepemimpinan yang seimbang. Proses kewirausahaan menuntut kemauan untuk mengambil resiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan. Pada umumnya, wirausahawan menggunakan kecerdikannya untuk memanfaatkan sumberdaya yang terbatas.

Wirausahawan adalah seseorang yang mengembangkan produk baru atau ide baru dan membangun bisnis dengan konsep baru. Dalam hal ini, menuntut sejumlah kreativitas dan sebuah kemampuan untuk melihat pola-pola dan trend-trend yang berlaku untuk menjadi seorang wirausahawan. Namun, masih banyak yang kurang kreatif dan tidak berani mengambil resiko untuk membuka dan mengelola usaha. Kreatif dan keberanian mengambil resiko merupakan kepribadian wirausaha. Beberapa kepribadian wirausaha lainnya seperti percaya diri, berorientasi pada hasil, kepemimpinan, kerja keras, dan masih banyak lagi, akan mendukung terbentuknya sumberdaya manusia yang mampu mengelola usaha.

Wirausahawan yang berhasil, salah satu kuncinya memiliki kepribadian yang unggul. Kepribadian tersebut kadangkala membedakannya dari kebanyakan orang. Gambaran ideal seorang wirausahawan menurut Alma (2010: 21) adalah orang yang dalam keadaan bagaimanapun daruratnya, tetap mampu berdiri atas kemampuan sendiri untuk menolong dirinya keluar dari kesulitan yang dihadapi, termasuk mengatasi kemiskinan tanpa bantuan siapapun. Bahkan dalam keadaan yang biasa (tidak darurat), mampu menjadikan dirinya maju, kaya, berhasil lahir dan bathin.

Menurut Alma (2010: 12) yang paling mendorong seseorang untuk memasuki karir wirausaha adalah adanya (1) *personal attributes* dan (2) *personal environment*. Hasil penelitian

menyebutkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh potensi kepribadian wirausaha dan lingkungan. Kewirausahaan dapat diajarkan melalui pendidikan dan pelatihan.

Pengertian UMKM

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara. Berbagai upaya pengembangan UKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru di bidang UKM, sehingga masyarakat di daerah / desa diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah usaha kreatif yang memberi manfaat bagi perekonomian keluarga dan masyarakat desa. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat (Wahyudi, 2012)

Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.1 Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Pengelompokan UMKM menurut undang-undang dilihat dari aspek nilai kekayaan bersih (atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan). Kriterianya sebagai berikut:

- Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000
- Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha

mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Ada lembaga juga memberikan definisi mengenai UMKM (Musa, 2011), diantaranya yaitu:

Badan Pusat Statistik (BPS) Menurut BPS UKM adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5-19 orang.

- Bank Indonesia (BI) Bank Indonesia mendefinisikan UMKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa modal kurang dari Rp. 20 juta, untuk satu putaran usaha hanya membutuhkan dana Rp. 5 Juta, memiliki aset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan, dan omzet tahunan \leq Rp. 1 miliar.
- Keppres No. 16/1994 Menurut Keppres UMKM adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih maksimum Rp. 400 juta.
- Departemen perindustrian dan perdagangan :
 - Memiliki aset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan (departemen perindustrian sebelum digabung).
 - Memiliki modal kerja dibawah Rp. 25 juta (departemen perdagangan sebelum digabung).
- Departemen keuangan, UMKM adalah perusahaan yang memiliki omzet maksimum Rp. 600 juta pertahun dan aset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan

Menurut Tulus Tambunan, 2012, UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omzet rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap.

Keunggulan UKM terhadap usaha besar (Tiktik dan Rahman, 2004) antara lain adalah sebagai berikut :

- Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.

- Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

Dalam perspektif perkembangannya (Ade, 2011), UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi UMKM

- *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial (Panji, 2010) yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
- Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya

- Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan faktor internal dan eksternal menjadi faktor penghambat dan permasalahan pada UMKM yaitu Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya :

- Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
- Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha industri kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesnya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk industri kecil.
- Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

METODE PENELITIAN

Upaya mendukung terciptanya jumlah wirausaha muda dan sejalan dengan semangat memajukan dunia usaha di Indonesia, serta wujud Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengabdian kepada masyarakat (PKM). Tri Bhakti Business School, mengadakan workshop kepada generasi muda di Kota Bekasi melalui SMU Mandiri. Hal ini sebagai tahapan strategis para siswa/wi SMU untuk lebih percaya diri dalam berwirausaha.

Metode yang digunakan PKM ini dalam meningkatkan keterampilan wirausaha adalah menggunakan metode ceramah, sharing dan tanya jawab tentang tips dan trik UMKM. Diberi ketrampilan bagaimana cara memulai bisnis yang baik, kiat-kiat berbisnis, dampak wirausaha untuk diri sendiri dan negara, hambatan-hambatan yang telah dilalui serta cara menyikapinya. Adanya pelatihan ini diharapkan siswa/si SMU mampu dan percaya diri dalam memulai berwirausaha.

Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kepada SMU Mandiri meliputi beberapa *step* yaitu :

1. Tahap pertama yaitu melalui metode ceramah, siswa/wi diberikan pengetahuan dan keterampilan tentang bagaimana cara memulai bisnis yang baik, kiat-kiat berbisnis, dampak wirausaha untuk diri sendiri dan negara, hambatan-hambatan yang telah dilalui serta cara menyikapinya. Sesi ini diberikan oleh Bapak Prillia Haliawan sebagai narasumber.
2. Tahapan ke dua yaitu metode *sharing*. Di sekolah juga sudah dikenalkan kewirausahaan dan beberapa siswa/wi sudah melakukan wirausaha dalam skala mikro. Bahkan ada beberapa siswa/wi yang membantu orang tuanya dalam usaha sehabis pulang sekolah. Sesi ini mendorong siswa/wi untuk berbagi pengalaman tentang tantangan dan kemudahan yang dialami dan didapatkan selama berwirausaha.
3. Model ini membantu siswa/wi lainnya aktif untuk berbagi ide dan pengalaman. Model ini membuat workshop ini lebih menarik dan siswa/wi dapat mudah mendapatkan pengetahuan dan ketrampilan serta informasi yang mereka butuhkan.
4. Tahapan selanjutnya (ke 3) adalah metode tanya jawab. Siswa/si SMU diberikan kesempatan untuk bertanya kepada narasumber. Pertanyaan yang diajukan adalah terkait seputar kewirausahaan. Narasumber menjawab pertanyaan dari siswa/wi. Karena keterbatasan waktu, pertanyaan dapat di email ke narasumber (prilliawan@stietribhakti.ac.id) dan segera diberi respon.

Tujuan kegiatan

1. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan wirausaha di tingkat SMU
2. Meningkatkan kepercayaan diri siswa/wi SMU untuk wirausaha

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh *Tri Bhakti Business school* merupakan wujud kepedulian kampus terhadap masyarakat khususnya siswa/wi SMU Mandiri di Kota Bekasi. Pemberdayaan masyarakat ini dalam bentuk *workshop* yang diselenggarakan secara gratis (tidak dipungut bayaran) bagi siswa/wi di Kota Bekasi. Penyelenggaraan *workshop* ini bekerjasama dengan divisi pemasaran *Tri Bhakti Business school*.

Waktu	Acara	Keterangan
08:00–08:30 WIB	Registrasi Peserta	Tim Marketing

08:30–8:45 WIB	Pembukaan - Indonesia Raya - Doa	Mahasiswa - Paduan Suara TB Mahasiswa - IMMTI
08:45-09:00 WIB	- Kata Sambutan 1. Ketua STIE Tri Bhakti	1. Bpk Misbahul Munir., MBA.Ak., CPMA.,CA
09:00-11:00 WIB	Penyampaian materi <i>workshop</i> : Peningkatan ketrampilan wirausaha pada generasi milenial	Mc : Tim Marketing Narasumber 1. Ir. Prillia Haliawan., MM
11:00-12:00 WIB	Sesi <i>Sharing &</i> tanya jawab	Mc : Tim Marketing Narasumber 1. Ir. Prillia Haliawan., MM
12:00–12:15 WIB	Doa Syukur dan Penutupan	Mc : Tim Marketing

Tabel 7 : Urutan acara

HASIL DAN PEMBAHASAN

Positive impact atas terselenggaranya kegiatan ini yaitu ada yang berdampak langsung dan tidak langsung. Impact bagi siswa/wi SMU Mandiri, pemerintah Kota Bekasi dan Tri Bhakti Business School.

Bagi siswa/wi SMU Mandi di Kota Bekasi

Meningkatnya motivasi dan kepercayaan diri para siswa/wi dalam berwirausaha. Siswa/wi menjadikan wirausaha sebagai pilihan profesi selain menjadi pegawai baik di perusahaan swasta atau bekerja di pemerintahan.



Foto 1 : Narasumber memberikan materi pelatihan

Bagi pemerintah Kota Bekasi melalui Dinas Koperasi dan UMKM

Meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan siswa/wi dalam berwirausaha berpotensi akan munculnya wirausaha muda. Hal ini memberikan *positif impact* secara tidak langsung dengan berkurangnya jumlah pengangguran di Kota Bekasi. Serta membuka lapangan kerja baru. Dengan munculnya wirausaha baru diharapkan pendapatan asli daerah juga meningkat melalui pajak.



Foto 2 : Sesi *sharing* dan tanya jawab



Foto 3 : Penyerahan kenangan dari pihak SMU Mandiri ke *Tri Bhakti Busines School*

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan yang dihadiri siswa/wi SMU Mandiri berjumlah 68 orang memberikan *value added* dengan meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri siswa/wi dalam berwirausaha. Kegiatan ini juga memberika *positif impact* bagi pemerintah Kota Bekasi dalam mengurangi jumlah pengangguran dan membuka lapangan kerja. Hal serupa juga berdampak teralisasinya wujud kepedulian *Tri Bhakti Business school* melalui pendidikan dengan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pelatihan kewirausahaan pada siswa/wi SMU Mandiri.

Saran

Pelatihan ini dapat dikembangkan kepada SMU-SMU yang lain di Kota Bekasi dengan melibatkan pihak pemerintah Kota, perbankan dan pelaku usaha UMKM di Kota Bekasi atau kota lainnya (*sharing knowlegde*)

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ketua STIE Tri Bhakti, Kepala Sekolah dan Guru-guru serta siswa dan siswi yang telah memberikan kesempatan dalam rangka melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), dan harapan kesempatan ini dapat terus berlangsung dengan materi-materi yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Cetak

- Alma, Buchari. (2010). Kewirausahaan (edisi revisi). Bandung: CV Alfabeta.
- Aziz, Anton Mulyono dan Maya Irjayanti, 2014. Manajemen. Bandung, Mardika Group
- Badan Pusat Statistik RI. (2019). Survei angkatan kerja nasional (Sakernas). Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dwiastuti Rini, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Gallup, 2016. *How milenials want to work and live*. US. Gallup Inc.
- Linan, Francisco & Leon, J. A. M. (2007). *Entrepreneurial Intentions. Department of Apply Economy I, Universidad de Sevilla. Department of Social and Organizational Psychology. UNED.*
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2019. Data pokok pendidikan dasar dan menengah (Dapodik). Jakarta. Dirjen Pendidikan dasar dan menengah.

- KPPPA dan BPS, 2018. Profil generasi milenial Indonesia. Jakarta. Kementerian pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak
- Kotler philip, Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing. Fifteenth Edition*. Kendallville: Pearson Education Limited.
- Musa Hubeis, 2011. Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis. Bogor. PT. Ghalia Indonesia
- Pandji Anoraga, 2010. Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro. Yogyakarta. PT. Dwi Chandra Wacana
- Purwandi I. dkk, 2017, "Milenial Nusantara", PT Gramedia Pustaka Utama
- Sukirno, Sadono. 2013. Makro Ekonomi, Teori Pengantar. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2008. Mikroekonomi: Teori Pengantar. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Timmons and Spinelli. 2004. *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21 st Century*.
- Tulus Tambunan, 2012 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting, Jakarta. LP3ES
- Tulus T.H. Tambunan, 2009, UMKM di Indonesia, Bogor. PT. Ghalia Indonesia
- Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM
- Wahyudi, Bambang, 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Sulita, Bandung.
- Yuniarti Vinna Sri. 2015. Perilaku Konsumen Teori dan Praktek. Bandung: Pustaka Setia

Sumber Jurnal

- Ade Resalawati, Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011).
- Alfi & Dwi (2011) dalam Novian perdana putra, 2016. Pengaruh ketrampilan wirausaha terhadap kinerja usaha. Universitas Pendidikan Indonesia, repository.upi.edu.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017" dalam <http://apjii.or.id/survei> 2017, diakses pada 08 Januari 2018, pukul 22.00 WIB
- Bird 2014, Ardyan dkk, 2016. Dampak positif seorang wirausaha yang memiliki kompetensi kewirausahaan pada kesuksesan inovasi produk dan kinerja bisnis. Jurnal kewirausahaan dan usaha kecil menengah Vol 1 no.1, 11-19. STIES

Darma Rika. 2014. Analisis Dampak Pengangguran Terhadap Kemiskinan di DKI Jakarta. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB) Volume II, Nomor 2.

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dedi Purwana ES, dkk, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit”. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani . Vol. 1 No. 1, Juli 2017, hlm. 2

M.Arif Noriansyah. Pengaruh pengangguran dan kemiskinan terhadap pertumbuhan ekonomi di provinsi Gorontalo. Gorontalo Development review, vol 1 no1 – April 2018

S.Nur Ramadhani dalam analisis dampak pengangguran terhadap kemiskinan di DKI Jakarta, 2016.

Tiktik Sartika Partomo&Abd. Rachman Soejoedono, “Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 13

Zubairi dan Yoyok Soesetyo yang judul penelitiannya Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan Pengangguran terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sampang, 2016

Sumber elektronik

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017” dalam <http://apjii.or.id/survei-2017>

Biro Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika, “GO DIGITAL! Gerakan Nasional UMKM Go Online”, dalam <http://kominfo.go.id/>

Chandra Bagus Sulisty, Kontan 4 Febuari 2020, kontribusi sektor UMKM terhadap PDB. <https://endah240395.wordpress.com/2015/01/05/makalah-umkm>

Lisa Kartika Piscesa. 2010. Dampak *Digital Marketing* Sebagai Media Promosi terhadap Loyalitas Konsumen di ZTE. *Asian Pacific R&D and Training Center*, (Online).

Nely Mariana, “10 UKM Indonesia yang Sudah Tembus Pasar Global” dalam <http://goukm.id>

Reinarts, Warner J., and V. Kumar. 2003. *The Impact of Customer Relationship Characteristics on Profitable Lifetime Duration (Allocation—Time and Territory Management—Optimization Models—Customer (Account Analysis) (Brief Article))*, (Online),

Seagroup, kompas.com, <https://biz.kompas.com/read>

Simon Kemp. “*Digital in Southeast Asia in 2017*” dalam <http://wearesocial.com/specialreports/digital-southeast-asia-2017>