

PENERAPAN PENYEDIAAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH MENENGAH
KEJURUAN UNTUK MELIBATKAN SMART PEOPLE DAN SMART ECONOMY
(STUDI KASUS PAOA SMK TELKOM BANDUNG)

IMPLEMENTATION OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION ON VOCATIONAL
HIGH SCHOOL TO BUILD SMART PEOPLE AND SMART ECONOMY (CASE STUDY
ON TELKOM BANDUNG VOCATION HIGHSCHOOL)

Lina Devi Maharani¹

Eka Yuliana, ST., MS.¹ Sisca Eka Fitria, ST., MM¹

¹Prodi SI Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom

shasadvn1(a)inail.toln. :ekayuliannati@nail.toln. 'stkafilia@gmail.com

Abstrak

Pemerintah Kota Bandung tengah mengupayakan agar Kota Bandung menjadi *Smart City*. Suatu kota dikatakan pintar apabila memiliki masyarakat yang pintar (*smart people*) dan ekonomi pintar (*smart economy*). Untuk dapat mewujudkan *smart people* di sebuah kota atau daerah maka diperlukan optimalisasi pendidikan warganya, sedangkan untuk mewujudkan *smart economy* adalah dengan mengintegrasikan kegiatan perekonomian berbasis teknologi dan IT. Pendidikan kewirausahaan diselenggarakan dengan maksud mempersiapkan peserta didik agar meluluskan yang terampil, profesional, dan mampu bekerja secara mandiri. Melalui pendidikan kewirausahaan yang diterapkan di SMK diharapkan dapat memicu kreativitas dan sikap terbuka (*collaborative learning*) sehingga siswa atau lulusan dapat berinovasi dan berwirausaha.

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana penerapan pendidikan kewirausahaan untuk membangun *smart people* dan *smart economy*, serta faktor-faktor apa saja dalam pendidikan kewirausahaan yang dapat membangun *smart people* dan *smart economy*. Objek penelitian ini adalah SMK Telkom Bandung dengan jumlah sampel 250 orang.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi sonwan, IBM SPSS Statistics 20. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis faktor.

Hasil dari pengolahan data didapatkan bahwa penerapan pendidikan kewirausahaan di SMK Telkom Bandung; untuk membangun *smart people* dan *smart economy* adalah sangat baik. Sedangkan faktor-faktor dari pendidikan kewirausahaan yang dapat membangun *smart people* dan *smart economy* adalah *creative leadership*, *innovation*, and *innovative spirit*; *leadership*, *innovation*, *innovative spirit*, *hard work*, and *innovation*.

Kata Kunci : Pendidikan Kewirausahaan, *Smart City*, *Smart People*, *Smart Economy*

Abstract

Currently the government are trying to make Bandung a *Smart City*. A city is said to be smart if it has smart people and smart economy. In order to realize the smart people in a city or region it is necessary to optimize the education of its citizens. While realizing the smart economy is to integrate technology-based economic activities and IT. Entrepreneurship education on vocational school organized with the intention of preparing participants to become educated graduates who are skilled, professional, and able to work independently. Through entrepreneurship education are applied in vocational school expected to trigger creativity and innovation (*collaborative learning*) so that students or graduates can innovate and be entrepreneurial.

This study examines how the implementation of entrepreneurship education to build smart people and smart economy. The object of this study was Telkom Bandung Vocational High School with a sample size of 150 persons.

This study use IBM SPSS Statistics 20 to process the data that obtained. The technique of analysis used are descriptive analysis and factor analysis.

The results of this study show that the application of entrepreneurship education at SMK Telkom Bandung to build smart people and smart economy is very good. While the factors of entrepreneurship education can build smart people and smart economy if a creative leadership, innovation, hard work, and innovation.

Keyword : Entrepreneurship Education, Smart City, Smart People, Smart Economy.

I. Pendahuluan

Pembangunan *Smart City* di Kota Bandung tengah dilaksanakan. *Smart City* memiliki beberapa enam karakteristik, dua di antaranya adalah *Smart People* dan *Smart Economy*. Untuk dapat mewujudkan *Smart People* di sebuah kota atau daerah maka diperlukan optimalisasi pada pendidikan warganya, serta keberadaan komunitas-komunitas kreatif yang terbukti dapat berperan positif terhadap pembangunan suatu kota (Nur dan Saifuddin, 2015:3). Sedangkan strategi yang dilakukan oleh pemerintah untuk mewujudkan *smart economy* adalah dengan mengintegrasikan kegiatan perekonomian yang produktif, kreatif dan inovatif serta berbasis teknologi dan IT (Bappenas, 2015:30)

Di sisi lain mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono membuat kebijakan mengenai pengembangan ekonomi kreatif Indonesia (Inpres Nomor 6 Tahun 2009)1-1. Dalam upaya mewujudkan ekonomi kreatif di Indonesia, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melalui Direktorat Jendral Pendidikan Menengah dan Pendidikan Tinggi mengimplementasikan pendidikan kewirausahaan.

Pada SMK pendidikan kewirausahaan dilaksanakan dengan maksud mempersiapkan peserta didik agar menjadi lulusan yang memiliki keterampilan khusus, profesional dan juga mampu bekerja secara mandiri. Pendidikan kewirausahaan yang dilakukan di SMK dilakukan melalui pembelajaran di kelas berupa teori dan kegiatan atau program "unit produksi" dimana para siswa dapat berlatih teori-teori kewirausahaan.

Di SMK Telkom Llandung, pelaksanaan kegiatan unit produksi dilakukan secara *hypr,ject*, dimana kegiatan unit produksi tidak dilakukan apabila SMK Telkom Llandung menerima pesanan untuk menggunakan layanan jasa yang disediakan oleh unit produksi SMK Telkom Bandung. Selain itu di SMK Telkom Bandung tidak semua siswa berkesempatan untuk ikut serta dalam kegiatan unit produksi, hanya 1,5% atau 10 orang dari jumlah siswa 656 orang, hal tersebut disebabkan karena hanya siswa-siswa yang dipilih oleh guru yang dapat ikut serta. Pemilihan tersebut dilakukan berdasarkan kemampuan teknis yang dimiliki siswa. Sedangkan pendidikan kewirausahaan yang bersifat teori dilaksanakan di ruang kelas dan diikuti oleh siswa dari kelas X, XI, dan XII.

Ini menunjukkan bahwa upaya pembangunan *smart people* dan *smart economy* melalui pendidikan kewirausahaan dianggap belum maksimal, mengingat hanya sebagian kecil siswa SMK Telkom Bandung yang berkesempatan untuk mengasah kemampuannya dari segi pemahaman teknologi. Irfitas kewirausahaan, inovasi, keinginan pembelajaran sehari-hari, kemampuan beradaptasi pada keberagaman sosial dan budaya, dimana pada dasarnya semua hal tersebut dapat meningkatkan kualitas diri siswa.

Selain itu, tingkat keberhasilan dari keberlangsungan karya nyata dalam kewirausahaan di SMK sangat bervariasi. Selain itu para lulusan SMK dianggap belum sesuai dengan tuntutan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), dan cenderung menjadi pencari kerja, serta masih rendahnya proses kerja lulusan SMK dalam hal *entrepreneurial mindset* (Subjinto, 2012:163)11.

2. Dasar Teori

2.1 Pendidikan Kewirausahaan

Tujuan diselenggarakannya pendidikan kewirausahaan adalah untuk membina nilai-nilai, karakter wirausaha ke dalam diri peserta didik, sehingga akan terdapat keinginan peserta didik untuk menjadi wirausaha yang terampil, profesional serta mampu menghadapi kehidupan masyarakat. Nilai-nilai pokok yang harus dikembangkan dalam mendidik siswa agar memiliki karakter wirausaha yang diintegrasikan melalui pendidikan kewirausahaan adalah sebagai berikut (Kemendiknas, 2010: 10)2.1:

Tabel 1 | Nilai-Nilai Pendidikan Kewirausahaan

NO	NILAI	DESKRIPSI
1.	Mandiri	Sikap dan perilaku yang tidak mudah tergantung pada orang lain dalam menyelesaikan tugas-tugas
2.	Kreatif	Berpikir dan melakukan sesuatu untuk menghasilkan sesuatu hal yang baru atau memodifikasi produk/layanan yang telah ada

Bersambung...

Sambungan...

NO	NILAI	DESKRIPSI
3.	Berani Mengambil Resiko	Kemampuan seseorang untuk melaksanakan pekerjaan yang menantang, berani mengambil resiko kerja
4.	Kepemimpinan	Sikap dan perilaku seseorang yang selalu terbuka terhadap saran dan kritik, mudah bergaul, bekerjasama, dan mengarahkan orang lain
5.	Kerja Keras	Perilaku yang menunjukkan upaya sungguh-sungguh dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi berbagai hambatan
6.	Inovatif	Kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan

Sumber: *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan, Kementerian Pendidikan Kewirausahaan 2010*^[2,1]

2.2 Smart City

Giffinder *et al* (2007:10)^[1,1] mengutarakan bahwa *Smart City* berhubungan dengan beberapa bidang kegiatan, diantaranya adalah industri, pendidikan, partisipasi masyarakat, infrastruktur, dan beberapa faktor lainnya. Oleh karena itu dijelaskan enam karakteristik suatu kota dikatakan *Smart City* beserta faktor-faktornya.

Tabel 2.2 Faktor-Faktor dan Karakteristik *Smart City*

<p>SMART ECONOMY (Competitiveness)</p> <p>a) Innovative Spirit b) Entrepreneurship c) Economic Image & Trademarks d) Productivity e) Flexibility of Labour Market f) International Embeddedness g) Ability to Transform</p>	<p>SMART PEOPLE (Social and Human Capital)</p> <p>a) Level of Qualification b) Affinity to Life Long Learning c) Social and Ethnic Plurality d) Flexibility e) Creativity f) Cosmopolitan/Open-Mindedness g) Participation in Public Life</p>
<p>SMART GOVERNANCE (Participation)</p> <p>a) Participation in Decision Making b) Public and Social Services c) Transparent Governance d) Political Strategies & Perspectives</p>	<p>SMART MOBILITY (Transport and ICT)</p> <p>a) Local Accessibility b) (Inter-)national Accessibility c) Sustainable, Innovative, and Safe Transport Systems</p>
<p>SMART ENVIRONMENT (Natural Resources)</p> <p>a) Attractively of Natural Condition b) Pollution c) Environmental Protection d) Sustainable Resource Management</p>	<p>SMART LIVING (Quality of Life)</p> <p>a) Cultural Facilities b) Health Conditons c) Individual Safety d) Housing Quality e) Education Facilities f) Touristic Attractivity g) Social Cohesion</p>

Sumber: *Smart Cities – Ranking of European Medium-Sized Cities, Rudolf Giffinger 2007*^[1,1]

1. Smart People

Smart People atau masyarakat pintar merupakan salah satu dari enam karakteristik *Smart City*. Saifuddin dan Nuzir (2015:2)^[2,5] mengatakan bahwa untuk dapat mewujudkan *Smart People* di sebuah kota atau daerah maka dibutuhkan optimalisasi pada potensi tingkan pendidikan warganya yang cukup tinggi dan juga keberadaan komunitas-komunitas kreatif yang terbukti dapat berperan positif terhadap pembangunan sebuah kota. Faktor-faktor penting pada karakter *Smart City* ini adalah *level of*

qualification (tingkat kualifikasi), *affinity to long life learning* (keinginan untuk pembelajaran seumur hidup), *social and ethnic plurality* (keberagaman sosial dan budaya), *cosmopolitan/open-mindedness* (keterbukaan), dan *participation in public life* (partisipasi masyarakat) (Giffinger et al, 2007:12)^[1,1].

2. Smart Economy

Definisi *Smart Economy* berdasarkan yang dikutip dari website resmi *University of Alicante* (<http://www.ua.es>)^[3,1], adalah basis utama pembangunan sebuah perkotaan di dalam komunitas masyarakat pintar. Model *smart economy* ini berdasarkan pada serangkaian konsep untuk mendukung pengembangan yang berkelanjutan, daya tarik untuk investor agar mau menanamkan modalnya di kota tersebut. Namun model *smart economy* yang paling utama adalah *e-business*, *e-commerce*, peningkatan produktivitas, lapangan pekerjaan, dan inovasi untuk mengembangkan produk dan/atau jasa baru maupun produk dan/atau jasa yang sudah ada, peluang untuk berbisnis, dan kewirausahaan.

Sedangkan website Amsterdam *Smart City* (<http://amsterdamsmartcity.com/>)^[3,2] menuliskan bahwa *smart economy* berfokus pada seberapa menarik dan tingkat kompetitif suatu daerah berakitan dengan faktor-faktor seperti inovasi, kewirausahaan, produktivitas, dan daya tarik internasional.

Giffinger et al. (2007:12)^[1,1] menyebutkan bahwa *smart economy* memiliki tujuh faktor, yaitu *innovative spirit* (inovasi), *entrepreneurship* (kewirausahaan), *Economic Image & Trademarks* (merek dagang), *Productivity* (produktivitas), *Flexibility of Labour Market* (fleksibilitas pasar tenaga kerja), *International Embeddedness* (daya tarik internasional), dan *Ability to Transform* (kemampuan untuk melakukan perubahan).

Namun pada penelitian ini faktor *smart economy* yang akan digunakan adalah inovasi dan entrepreneurship, karena hanya kedua faktor tersebut yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Pembahasan

Sesuai dengan pertanyaan dan tujuan penelitian maka metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis faktor. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana penerapan pendidikan kewirausahaan di SMK Telkom Bandung, sedangkan analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor pendidikan kewirausahaan yang dapat membangun *smart people* dan *smart economy*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat dilihat bahwa jumlah responden secara keseluruhan adalah 250 orang dimana responden laki-laki berjumlah 150 orang (60%) dan responden perempuan berjumlah 100 orang (40%). Dari jumlah 250 orang tersebut terdapat 93 orang yang duduk di kelas X, 92 orang kelas XI, dan 65 orang kelas XII. SMK Telkom Bandung memiliki tiga program studi yang ditawarkan, diantaranya adalah teknik jaringan akses (TJA), teknik jaringan komputer (TJK), dan multimedia (MM). Sejumlah 52 orang responden adalah dari prodi teknik jaringan akses, 97 orang responden dari prodi teknik jaringan komputer, dan 101 orang responden dari prodi multimedia.

Pada variabel pendidikan kewirausahaan, pernyataan yang memiliki tanggapan positif adalah pernyataan untuk indikator kreatif, yaitu "kewirausahaan mengajarkan saya berpikir secara kreatif" dan pernyataan untuk indikator berani mengambil resiko, yaitu "kewirausahaan mengajarkan saya untuk berani mengambil resiko". Jumlah responden yang menjawab sangat setuju untuk pernyataan dengan indikator kreatif pada item kuesioner nomor 2 dan pernyataan untuk indikator berani mengambil resiko pada item kuesioner nomor 5 adalah sebanyak 112 orang atau 44,8%. Sedangkan pernyataan yang paling sedikit memiliki tanggapan positif adalah pada item nomor 4 yakni "kewirausahaan mengajarkan saya untuk mengerjakan tugas-tugas yang menantang". Hal tersebut karena 42 orang (16,8%) responden yang menjawab sangat setuju.

Pada variabel *smart people* pernyataan yang memiliki tanggapan paling positif adalah pernyataan untuk indikator kreatifitas, yaitu "belajar kewirausahaan membuat saya menjadi orang yang kreatif". Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah responden yang menjawab sangat setuju ada sebanyak 79 orang (31,6%). Sedangkan pernyataan yang paling sedikit memiliki tanggapan positif adalah pernyataan untuk indikator *level of qualification* (tingkat kualifikasi) yaitu, "belajar kewirausahaan membuat saya memiliki kemampuan yang lebih baik dibanding teman". Hal tersebut disebabkan oleh 33 orang (13,2%) yang menjawab sangat setuju.

Pada variabel *smart economy* pernyataan yang memiliki tanggapan positif adalah "belajar kewirausahaan membuat saya ingin menjadi wirausaha" hal tersebut ditandai dengan jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 80 orang (32%). Sedangkan pernyataan yang memiliki tanggapan positif paling sedikit adalah "belajar kewirausahaan membuat saya menjadi inovatif dalam menyelesaikan tugas". Hal tersebut ditandai dengan sebanyak 58 orang (23,2%) yang menjawab sangat setuju.

Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan maka didapatkan hasil bahwa terdapat tiga faktor yang terbentuk dari enam variabel pendidikan kewirausahaan.

Faktor 1 (*Creative Leader with Hardwork and Innovative Spirit*) terdiri dari variabel kreatif, kepemimpinan, kerja keras, dan inovatif. Keempat variabel tersebut memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 4,140 (>1) serta mampu menjelaskan 34,5% dari total varians 54,365%.

Faktor 2 (*Leadership*) terdiri dari variabel kepemimpinan yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,340 (>1) serta mampu menjelaskan 11,164% dari total varians 54,365%.

Faktor 3 (*Independent, Hardwork, Taking Risk*) terdiri dari variabel yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,044 (>1) serta mampu menjelaskan 8,701% dari total varians 54,365%.

4. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan membahas hasil penelitian mengenai penerapan pendidikan kewirausahaan untuk membangun smart people dan smart economy di SMK Telkom Bandung, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendidikan Kewirausahaan yang diterapkan oleh SMK Telkom Bandung sangat baik. Indikator terbesar dalam pendidikan kewirausahaan adalah kreatif, hal tersebut menunjukkan bahwa melalui pendidikan kewirausahaan siswa diajarkan untuk menjadi kreatif. Sementara itu indikator terendahnya adalah berani mengambil resiko.
2. Siswa/i SMA Telkom Bandung menyadari bahwa pendidikan kewirausahaan sudah dilaksanakan dengan baik dalam upaya membangun *Smart People*. Indikator terbesar dari *smart people* adalah kreatifitas, sedangkan indikator terendahnya adalah *level of qualification* (tingkat kualifikasi).
3. Siswa/i SMA Telkom Bandung menyadari bahwa pendidikan kewirausahaan sudah dilaksanakan dengan baik dalam upaya membangun *smart economy*. Indikator terbesar dari *smart economy* adalah *entrepreneurship* (kewirausahaan), sedangkan indikator terendahnya adalah *innovative spirit* (inovasi).
4. Faktor 1 adalah faktor *Creative Leader with Hardwork and Innovatif Spirit*. Faktor tersebut terdiri dari variabel kreatif, kepemimpinan, kerja keras, dan inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa untuk membangun *smart people* dan *smart economy* setidaknya dibutuhkan keempat variabel tersebut.
5. Faktor 2 adalah *Leadership* yang terdiri dari variabel kepemimpinan. Hal ini berarti untuk membangun *smart people* dan *smart economy* harus terdapat sikap kepemimpinan dari masing-masing individu.
6. Faktor 3 adalah *Independent, Hardwork, Taking Risk*, terdiri dari variabel berani mengambil resiko, mandiri, dan kerja keras. Hal ini menjelaskan bahwa untuk membangun *smart people* dan *smart economy* dibutuhkan sikap kepemimpinan, keberanian dalam mengambil resiko, serta kerja keras.

Daftar Pustaka

- [1,1] Giffinger, Rudolf., Fertner, Christian., Kramar, Hans., Kalasek, Robert., Milanović, Natasä Pichler. (2007). *Smart Cities Ranking of European Medium-Sized Cities*. Vienna: Vienna University of Technology.
- [2,1] Kementerian Pendidikan Nasional. (2010). *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan. Bahan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Kurikulum.
- [2,2] Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2015). *Pengembangan Kota Cerdas di Indonesia*. Bandung: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- [2,3] Nuzir, Fritz Ahmad., Saifuddin, Ridwan. (2015). *Smart People, Smart Mobility Konsep Kota Pinta yang Bertumpu pada Masyarakat dan Pergerakannya di Kota Metro*. Lampung: Metro City Government Metro.
- [2,4] Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- [2,5] Subjianto. (2012). *Analisis Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, Vol. 18 Nomor 2.

^[3,1]*Smart Economy: Economia Inteligente*. (2015). [online]. <http://web.ua.es/en/smart/smart-economy-economia-inteligente.html> [10 Maret 2016].

^[3,2]*Amsterdam Smart City: Smart Economy*. (2015). [online] <http://amsterdamsmartcity.com/projects/theme/label/smart-economy> [10 Maret 2016].

