

PENGEMBANGAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN PADA MATA PELAJARAN PRAKARYA DAN EKONOMI KREATIF BAGI TUTOR DI PKBM 11 MANGGARAI

Oleh:

¹Hesti Rian, ²Ria Estiana, ³Eko Hadi Prayitno, ⁴Darmawan, ⁵Nurul Giswi Karomah

^{1,3}*Manajemen Informatika. Politeknik LP3I Jakarta.
Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 11450.
Indonesia*

^{2,4,5}*Administrasi Bisnis. Politeknik LP3I Jakarta.
Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 11450.
Indonesia*

Email: ¹hestiriangustiawan@gmail.com, ²ria.estiana@gmail.com, ³journalekohadi@gmail.com,
⁴darmawan.sg3@gmail.com, ⁵nurulgiswi@gmail.com

ABSTRAK

Kurikulum 2013 membawa perubahan pada dunia Pendidikan terutama pada Pendidikan kewirausahaan dan mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif. Konsep Ekonomi Kreatif merupakan konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas, dimana ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor utama dalam kegiatan ekonomi. Gagasan kreatif yang berasal dari wirausahawan membutuhkan sentuhan inovasi agar laku di pasaran. Adapun inovasi yang dibutuhkan oleh wirausahawan adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna terhadap produk and menjaga mutu produk dengan memperhatikan *market oriented*. Bertambahnya nilai guna suatu produk maka akan meningkat pula daya jual produk tersebut di pasar, karena ada peningkatan nilai ekonomis bagi produk tersebut bagi konsumen. Saat pandemi covid-19, para tutor merasa kendala dalam mengimplementasikan mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif, khususnya dalam membantu para siswa memasarkan produk hasil usaha. Sebelum pandemi covid-19, hasil produk dipasarkan melalui kegiatan *market day* yang dilaksanakan setelah mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif menempuh 4 pertemuan. Solusi yang diberikan oleh Politeknik LP3I Jakarta kepada PKBM 11 Manggarai Jakarta Selatan adalah memberikan Pelatihan Pengembangan Kegiatan Kewirausahaan Pada Mata Pelajaran Prakarya dan Ekonomi Kreatif dengan tema “Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19” bagi tutor PKBM 11 Manggarai, dengan harapan para tutor dapat menguasai ketrampilan digital marketing dan kemudian mengajarkan ketrampilan tersebut kepada para siswa sebagai alat bantu promosi produk yang dihasilkan selama mengikuti mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif.

Kata Kunci : Prakarya dan Ekonomi Kreatif, Digital Marketing, PKBM

ABSTRACT

The 2013 curriculum brings changes to the world of education, especially in entrepreneurship education and crafts and creative economy subjects. The concept of the Creative Economy is a concept in the new economic era whose main supports are information and creativity, where ideas and stock of knowledge from Human Resources (HR) are the main factors in economic activity. Creative ideas that come from entrepreneurs require a touch of innovation to sell in the market. The innovation needed

by entrepreneurs is the ability to add value to products and maintain product quality by paying attention to market orientation. The increase in the use value of a product will also increase the selling power of the product in the market, because there is an increase in the economic value of the product for consumers. During the covid-19 pandemic, tutors felt obstacles in implementing craft subjects and the creative economy, especially in helping students market business products. Prior to the COVID-19 pandemic, the products were marketed through market day activities which were held after the craft and creative economy subjects took 4 meetings. The solution provided by the Jakarta LP3I Polytechnic to PKBM 11 Manggarai, South Jakarta is to provide Entrepreneurship Activity Development Training in Craft and Creative Economy Subjects with the theme "Implementation of Digital Marketing as a Marketing Strategy in the Covid-19 Pandemic Period" for PKBM 11 Manggarai tutors, with the hope tutors can master digital marketing skills and then teach these skills to students as a tool for promoting products produced while participating in crafts and creative economy subjects.

Keyword: *Craft and Creative Economy, digital marketing, PKBM*

PENDAHULUAN

Kurikulum merupakan suatu alat pendidikan yang dapat digunakan untuk mewujudkan tujuan pendidikan. Tujuan kurikulum 13 ini adalah menghasilkan masyarakat Indonesia yang produktif, kreatif, inovatif, afektif melalui penguatan sikap, keterampilan dan pengetahuan yang terintegrasi. Dimana fokus pengembangan kurikulum ini adalah membentuk kompetensi dan karakter peserta didik. Salah satu mata pelajaran yang ikut mengalami perubahan akibat adanya penerapan kurikulum 13 ini adalah mata pelajaran mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif. Mata pelajaran ini digolongkan pada ilmu pengetahuan *transcience-knowledge*, dimana mata pelajaran ini berfokus pada pengembangan pengetahuan dan melatih ketrampilan kecakapan hidup berbasis seni, teknologi dan ekonomi.

Tujuan yang diinginkan dari pembelajaran prakarya yaitu memberikan fasilitas pengalaman emosi, intelektual, fisik, social, persepsi, artistic, estetik dan kreativitas pada peserta didik dengan melakukan aktivitas kreasi terhadap berbagai produk. Awal dari kegiatan ini adalah identifikasi potensi di sekitar peserta didik kemudian diubah menjadi produk bermanfaat bagi lingkungan

masyarakat sekitar yang diantaranya mencakup bentuk, fungsi, manfaat, jenis, struktur, tema, sifat, komposisi, bahan baku, komposisi, Teknik kelebihan dan kekurangannya (Rahmawati, 2020). Selain itu, pada mata pelajaran ini peserta didik diharapkan memiliki minat berwirausaha setelah lulus, sehingga bagi peserta didik yang tidak dapat melanjutkan Pendidikan ke perguruan tinggi dapat membuka usaha sendiri secara mandiri dan membantu perekonomian keluarga

Kewirausahaan pada dasarnya adalah kemampuan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif, sifat, ciri dan watak pada seseorang. Seseorang yang memiliki iwa kewirausahaan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi untuk memenangkan persaingan usaha. Gagasan kreatif yang berasal dari wirausahawan membutuhkan perubahan atau inovasi agar laku di pasaran. Adapun inovasi yang dibutuhkan oleh wirausahawan adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna terhadap produk and menjaga kualitas produk dengan memperhatikan *market oriented*. Bertambahnya nilai guna suatu produk maka akan meningkat pula daya jual produk tersebut di pasar, karena ada

peningkatan nilai ekonomis bagi produk tersebut bagi konsumen.

Konsep Ekonomi Kreatif merupakan konsep di era ekonomi baru yang mana pilar utamanya adalah informasi dan kreativitas, dimana ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor utama dalam kegiatan ekonomi. Perkembangan tersebut bisa dikatakan sebagai dampak dari struktur perekonomian dunia yang tengah mengalami transformasi teknologi dengan laju yang cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) diikuti menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), dari era genetik dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif. Menurut Purnomo (2016), ekonomi kreatif merupakan konsep yang dapat merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreatifitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan bahkan tidak terbatas yaitu ide, gagasan bakat dan kreativitas.

Usaha dalam mengembangkan kemampuan dan ketrampilan diri baik untuk kepentingan pribadi maupun masyarakat dapat dilaksanakan dengan Pendidikan. Indonesia memiliki beberapa jenjang Pendidikan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku yaitu Pendidikan dasar, menengah dan tinggi. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 mengenai system Pendidikan nasional pada pasal 26 ayat 4 pusat kegiatan belajar masyarakat dinyatakan sebagai satuan Pendidikan nonformal. Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) merupakan Lembaga yang dibentuk oleh masyarakat untuk masyarakat yang bergerak dalam bidang Pendidikan non formal dan PKBM ini berada di bawah pengawasan dan bimbingan dari Dinas Pendidikan Nasional. Makna dasar dari PKBM adalah pemusatan manajemen dalam mencari solusi dalam pemberdayaan sumber daya, yang

diselenggarakan dengan latar belakang pembelajaran sehingga luaran yang dihasilkan dari kegiatan pembelajaran ini berdampak pada peningkatan keterampilan soft skill dan hard skill. Dengan demikian harapannya warga belajar mempunyai kesetaraan dengan pengetahuan dan ketrampilan yang diperoleh masyarakat dari pendidikan formal melalui PKBM sebagai alternatif,.

PKBM 11 Manggarai dalam pelaksanaan kegiatannya memfokuskan bidang pendidikan non formal dengan memberikan layanan pada warga masyarakat yang tidak terlayani pada jalur pendidikan formal mulai dari anak usia dunia sampai usia dewasa yang masih membutuhkan layanan pendidikan non formal. Program yang dilaksanakan di PKBM 11 Manggarai diantaranya: Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Pendidikan Kesetaraan (Paket A, B, dan Paket C), *life skill* dan Pendidikan Kecakapan Hidup, Seni Budaya yang berbasis kearifan lokal. PKBM 11 Manggarai beralamat di Jl. Lapangan Menara Air II/46 RT 008/011, Jakarta Selatan yang telah terakreditasi A.

Menurut hasil observasi yang telah dilakukan oleh tim dosen pada PKBM 11 Manggarai, saat pandemi covid-19 ini para tutor merasa kesulitan dalam membantu para peserta didik dalam memasarkan produk hasil usaha. Selain itu, para tutor pun memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan digital marketing sebagai media promosi. Sebelum pandemi covid-19, hasil produk dipasarkan melalui kegiatan *market day* yang dilaksanakan setelah mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif menempuh 4 pertemuan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan pelatihan untuk memberikan informasi mengenai penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran di Masa Pandemi Covid-19 bagi tutor PKBM 11 Manggarai, dengan harapan

para tutor dapat menguasai ketrampilan digital marketing dan kemudian mengajarkan ketrampilan tersebut kepada para siswa sebagai alat bantu promosi produk yang dihasilkan selama mengikuti mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif.

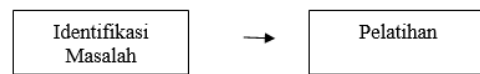
METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pelatihan mengenai pemahaman dan keterampilan para tutor dalam penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran yang tentunya akan bermanfaat pada pengajaran prakarya dan ekonomi kreatif di PKBM 11 Manggarai, Jakarta Selatan.

Pelaksanaan dilakukan secara online melalui aplikasi Zoom Meeting, mengingat kegiatan ini dilaksanakan pada masa pandemic Covid-19. Langkah-langkah yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi, tim dosen melakukan kunjungan ke PKBM 11 Manggarai untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi selama pembelajaran prakarya dan ekonomi kreatif di masa pandemi covid-19.
2. Pelatihan:
 - a. Metode ceramah, pemateri memberikan penjelasan secara online menggunakan aplikasi Zoom Meeting kepada peserta mengenai penerapan digital marketing dalam strategi pemasaran
 - b. Metode diskusi, peserta berdiskusi dengan para pemateri dengan cara menyampaikan pertanyaan mengenai permasalahan yang dialami peserta selama memberikan pengajaran prakarya dan ekonomi kreatif di masa pandemic Covid-19.

Alur model pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat digambarkan pada skema di bawah ini:



Gambar 1.
Alur Skema Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pendampingan dan konsultasi kepada para tutor setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui media sosial WhatsApp.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dijalankan oleh tim dosen Politeknik LP3I Jakarta di PKBM 11 Manggarai, Jakarta Selatan berjalan dengan lancar dan memperoleh respon positif dari para tutor. Tim dosen memberikan materi yang berfokus pada penerapan digital marketing khususnya media sosial sebagai alat bantu promosi produk-produk yang dihasilkan selama proses pembelajaran mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif. Tujuan pemberian materi ini adalah agar para tutor dapat menambah pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial, yang kemudian para tutor dapat memberikan informasi pengetahuan dan keterampilan media sosial ini kepada para peserta didik untuk membantu mempromosikan hasil produknya.

1. Proses Identifikasi (Persiapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara online)
Tim abdimas melakukan observasi ke PKBM 11 Manggarai, Jakarta Selatan untuk mendata permasalahan yang terjadi selama proses pembelajaran mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif. Kemudian dianalisis oleh tim untuk membantu menemukan solusi

atas permasalahan tersebut. Kesepakatan antara tim dosen Politeknik LP3I Jakarta dengan PKBM 11 Manggarai, Jakarta Selatan mengenai pelaksanaan pelatihan dalam kondisi pandemi covid-19 yaitu kegiatan akan dilaksanakan secara online melalui aplikasi Zoom Meeting yang dimiliki oleh Politeknik LP3I Jakarta. Id meeting dan password yang disebarkan dan digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 2
Zoom Meeting ID

2. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

a. Metode Ceramah

Peserta dibagikan link zoom meeting 10 menit sebelum kegiatan dimulai, hal ini dimaksudkan untuk mengkondisikan peserta yang ingin melakukan proses instal aplikasi zoom meeting terlebih dahulu. Bagi peserta yang tidak bisa meng-instal aplikasi Zoom Meeting, maka peserta bergabung dengan peserta lainnya di PKBM. Adapun jumlah peserta yang hadir pada kegiatan abdimas ini adalah 7 orang tutor di PKBM 11 Manggarai, Jakarta Selatan.

Penyampaian materi dilakukan oleh 5 (lima) pemateri mengenai digital marketing dan penerapannya selama masa

pandemi, dengan rincian materi adalah sebagai berikut:

1. Materi strategi promosi produk untuk meningkatkan minat pembeli
2. Materi jenis-jenis dan Teknik membuat media promosi.
3. Materi memanfaatkan WhatsApp Marketing untuk mengembangkan bisnis

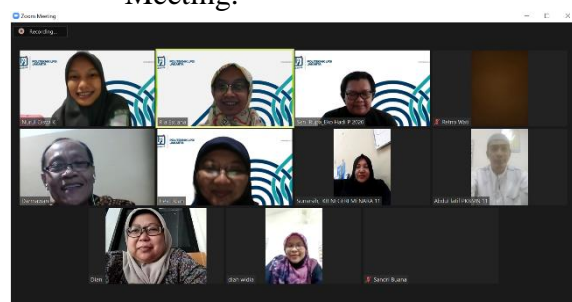


Gambar 2.

Pelaksanaan Pelatihan di PKBM 11 Manggarai, Jakarta Selatan

b. Metode Diskusi antara Pemateri dan Peserta Pengabdian kepada Masyarakat

Tahap berikutnya adalah diskusi dan sesi tanya jawab secara langsung. Beberapa peserta memberikan pertanyaan serta berdiskusi melalui fasilitas kolom chat pada Zoom Meeting.



Gambar 3.

Diskusi Pemateri dan peserta Pengabdian kepada Masyarakat

Peserta menyampaikan kendala yang terjadi selama proses pembelajaran mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif selama masa pandemi covid-19 kepada pemateri. Solusi atas permasalahan yang diberikan oleh para pemateri kepada tutor adalah:

1. Tutor menginformasikan kepada peserta kegiatan untuk meng-instal WA business yang dapat digunakan sebagai alat promosi. Aplikasi WA Business membuat interaksi antara pemilik usaha dengan konsumen menjadi lebih mudah karena menyediakan fitur untuk meng-automatisasi, menyortir dan membalas pesan secara cepat.
2. Identitas usaha yang ada pada WA Business ditulis lengkap, seperti nama usaha, kategori bisnis, jam operasional dan kalimat respon
3. Cantumkan produk pada menu katalog yang disediakan pada aplikasi WA Business.

Hendriyani, dkk (2020) melakukan penelitian mengenai analisis penggunaan WA Business untuk meningkatkan penjualan dan kedekatan dengan pelanggan di PT. Saung Udjo dan hasil penelitiannya adalah terdapat peningkatan penjualan setelah penggunaan WhatsApp Business sebesar 43% dari tahun 2018 ke bulan Januari 2019. Melalui WhatsApp Business pula konsumen dapat menjangkau informasi secara cepat mengenai produk atau paket produk baru dari perusahaan.

Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Padjajaran pada 40 UMKM di wilayah Bandung, Sumedang dan Jabodetabek menunjukkan bahwa 68,29% UMKM memilih skala 5 (sangat setuju) untuk adanya pengaruh digital marketing pada pengembangan UMKM, terutama dari

sisi pemasaran dan penjualan. (Raharja dan Natari, 2021)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperoleh respon yang positif dari peserta karena sangat dibutuhkan oleh para tutor dalam membantu para peserta didik mempromosikan hasil produk dari praktek pada mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif di masa pandemi covid-19.

KESIMPULAN

1. Pengabdian masyarakat dilakukan secara online dan diikuti oleh tutor di PKBM 11 Manggarai, Jakarta Selatan
2. Kegiatan pengabdian ini sangat bermanfaat memberikan masukan-masukan kepada tutor dalam mengimplementasikan digital marketing sebagai media promosi pada masa pandemi covid-19

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan WhatsApp Business untuk Meningkatkan Penjualan dan Kedekatan dengan Pelanggan di PT. Saung Udjo. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 193-200.
- Permendikbud. (2013). *Jurnal Lampiran Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2013 tentang Standar Proses Pendidikan Dasar dan Menengah*.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.

Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021).
Pengembangan Usaha Umkm Di
Masa Pandemi Melalui
Optimalisasi Penggunaan Dan
Pengelolaan Media
Digital. *Kumawula: Jurnal
Pengabdian Kepada
Masyarakat*, 4(1), 108-123.

Rahmawati, F., Komariah, K., & Auliana,
R. (2020). Peningkatan
Kompetensi Guru Prakarya
Kewirausahaan Melalui Kegiatan
Pembelajaran dalam
Jaringan. *Prosiding Pendidikan
Teknik Boga Busana*, 15(1).