



Vol. 05 No. 01  
Juni 2020  
e-ISSN : 2721-4133  
p-ISSN : 2597-7210

# jurnal Asawika

media sosialisasi abdimas widya karya

**PENGEMBANGAN BAKAT MINAT DAN PENDIDIKAN KARAKTER  
DI UPTD “KAMPUNG ANAK NEGERI” SURABAYA**  
Josephine Roosandriantini dan Selvia Devy Tiorma

**BANTUAN DESAIN BUKIT KONSERVASI KAWASAN  
SUMBER BRANTAS KOTA BATU**  
Kustamar, Abraham Lomi, Subandiyah Aziz, dan Eding Iskak Imananto

**PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA  
MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN BAGI KOMUNITAS  
MUDA-MUDI PEDULI ANTI KEMISKINAN**  
Novilia Kareja, Antonius Prisma Jalu P., dan B. C. Putra Mbulu

**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN KETERAMPILAN MENULIS  
OPINI MENGGUNAKAN METODE TIGA KATA BAGI UMAT  
GEREJA PAROKI IJEN MALANG**  
Emanuel Raja Damaitu dan Novilia Kareja

**WORKSHOP ENTREPRENEURSHIP BERKELANJUTAN GUNA  
MENUMBUHKAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA PROGRAM  
KEGIATAN EKSTRAKURIKULER SISWA SMA ST LOUIS SURABAYA**  
Krismi Budi Sienatra

**PENDAMPINGAN E-MARKETING UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PENGERAJIN KAIN PERCA DI KABUPATEN MALANG**  
Novita Rifaul Kirom dan Firina Lukitaningtyas

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Universitas Katolik Widya Karya Malang**

## Susunan Redaksi

### Penasihat

Rm. Albertus Herwanto, O.Carm., M.A.

### Penanggung jawab

Dr. Nereus Tugur Redationo, S.T., M.T.

### Ketua

Antonius Prisma Jalu Permana, S.Si., M.Si.

### Anggota

1. Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.App.Sc.
2. Prof. Dr. J.G. Nirbito
3. Dr. R. Diah Imaningrum Susanti, S.H., M.Hum., M.Pd.
4. Dr. Lis Lestari S., M.Si.
5. Hendrikus Nendra Prasetya, S.P., M.Si.

### Editor

Catharina Rini Susrijani, S.S., M.Hum

### Sekretariat & Distribusi

Olyvia Resyana Citra, S.E.

## Pengantar Redaksi

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa patut kita haturkan kepada-Nya, sebab karena rahmat dan karunia-Nya Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat "Asawika" Vol. 05 No. 01 ini bisa terbit. Jurnal Asawika merupakan tasilitas bagi para dosen pengabdian untuk mempublikasikan karya pengabdian secara luas.

Berdasar pada visi Universitas Katolik Widya Karya Malang yaitu Menjadi komunitas akademik berkualitas dengan menerapkan IPTEKS dalam karya yang dijiwai nilai-nilai Katolik dan Pancasila, jurnal Asawika merupakan salah satu hasil dedikasi atas visi tersebut. Pengabdian kepada masyarakat yang merupakan salah satu cara dalam mendiseminasikan hasil penelitiannya sehingga dengan adanya jurnal pengabdian kepada masyarakat ini dapat membantu para pengabdian untuk mempublikasikan karya pengabdian.

Akhir kata, semoga kehadiran jurnal Asawika ini mampu menjadi sarana bagi segenap pengabdian dalam mendiseminasikan hasil kegiatannya sehingga bisa menjadi inspirasi bagi pengabdian-pengabdian lain dalam iku berperan membangun negeri ini.

Salam Redaksi

ASAWIKA merupakan jurnal publikasi hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh para dosen di lingkungan kampus Unika Widya Karya Malang beserta para dosen di luar lingkungan Unika Widya Karya Malang. Jurnal ini diterbitkan oleh LPPM Unika Widya Karya Malang dua kali dalam satu tahun.



Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Jalan Bondowoso No. 2 Malang 65115  
Telepon (0341) 553171 E-mail: lppm@widyakarya.ac.id

## PETUNJUK PENULISAN NASKAH JURNAL ASAWIKA

### PERSYARATAN UMUM

Jurnal Asawika menerima naskah berupa tulisan asli mengenai hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut meliputi implementasi hasil penelitian, aplikasi teknologi tepat guna, diseminasi inovasi, dan pengembangan model pemberdayaan masyarakat. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia dan belum pernah dimuat di dalam jurnal ilmiah internasional maupun nasional. Naskah harus mengikuti format yang ditentukan dalam jurnal ini.

### FORMAT TULISAN

Naskah diketik di dalam sebuah luasan print dengan margin 1,2 inch dari atas, 1 inch dari bawah dan kiri kertas. Margin sisi kanan dibuat 0,8 inch. Ukuran paper A4, lebar 8,27 inch, tinggi 11,69 inch. Layout: header 0,5 inch, footer 0,5 inch. Teks tidak perlu diberi nomor halaman. Isi artikel diketik dalam format dua kolom (lebar kolom –2,98 inch dan spasi kolom –0,5 inch).

Gambar disisipkan di dalam text box dan figures caption (keterangan gambar) diletakkan di bawah gambar. Keterangan gambar diberi nomor dan gambar harus dirujuk di dalam teks. Keterangan gambar diawali dengan huruf besar. Keterangan gambar yang lebih dari satu baris ditulis menggunakan spasi 1.

Tabel dibuat dengan lebar garis 1 pt dan tables caption (keterangan tabel) diletakkan di atas tabel. Keterangan tabel yang terdiri lebih dari 2 baris ditulis menggunakan spasi 1. Garis-garis tabel diutamakan garis horizontal saja, sedangkan garis vertikal dihilangkan.

Naskah disusun dengan urutan sebagai berikut:

- Judul:** Judul ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris ringkas, jelas, tidak lebih dari 15 kata menggunakan huruf Times New Roman ukuran 14, capitalized, bold, dan centered.
- Nama Lengkap Penulis:** Nama penulis ditulis menggunakan huruf Times New Roman ukuran 11 tidak disertai gelar.
- Nama Lembaga/Institusi:** nama fakultas, universitas, dan alamat E-mail penulis
- Abstrak:** Abstrak merupakan penjelasan singkat tentang latar belakang kegiatan, metode pelaksanaan, hasil dan pembahasan serta simpulan. Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris menggunakan huruf Times New Roman ukuran 10, spasi 1 dan dengan panjang teks antara maksimal 100–250 kata. Abstrak versi bahasa Indonesia ditulis menggunakan bahasa Indonesia baku. Abstrak versi bahasa Inggris ditulis menggunakan bahasa Inggris dalam bentuk past tense.
- Kata Kunci (keywords):** ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris terdiri atas tiga sampai lima kata yang diletakkan di bawah abstrak/abstract. Kata kunci dituliskan menurut abjad.
- Pendahuluan:** Pendahuluan memuat tentang latar belakang, masalah, rencana pemecahan masalah dan tujuan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan. Pendahuluan ditulis menggunakan huruf Times New Roman, ukuran 11 dan spasi 1.
- Metode Pelaksanaan:** Metode Pelaksanaan akan memaparkan secara rinci tentang jenis/rancangan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, metode serta langkah-langkah pelaksanaan sampai dengan evaluasi serta monitoring pelaksanaan pengabdian.
- Hasil dan Pembahasan:** Hasil dan Pembahasan disajikan dalam bentuk teks, Tabel maupun Gambar. Hasil dan pembahasan berisi:
  - Peristilahan atau model (untuk jasa, keterampilan baru, dan rekayasa sosial-budaya), dimensi dan spesifikasi (untuk barang/peralatan) yang menjadi keluaran atau fokus utama kegiatan yang digunakan sebagai solusi yang diberikan kepada masyarakat, baik langsung maupun tidak langsung;
  - Dokumentasi yang relevan dengan jasa atau barang sebagai keluaran atau fokus utama kegiatan;
  - Keunggulan dan kelemahan keluaran atau fokus utama kegiatan
  - Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang, dan peluangnya
- Simpulan:** Berisi simpulan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Menjabarkan pencapaian tujuan pengabdian yang dijelaskan melalui tulisan esai.
- Ucapan terima kasih:** Ucapan terimakasih perlu disampaikan penyandang dana; partner pelaksana program; para pendukung pelaksanaan program, baik perorangan maupun lembaga
- Referensi:** Penulisan referensi yang digunakan adalah kebaruan pustaka adalah 10 tahun terakhir, pustaka jurnal, sitasi pustaka web dituliskan tanggal aksesnya dan sitasi hasil wawancara dituliskan tanggal wawancara.

## Daftar Isi

<b>Pengembangan Bakat Minat dan Pendidikan Karakter di UPTD “Kampung Anak Negeri” Surabaya.....</b> Josephine Roosandriantini Dan Selvia Devy Tiorma	1
<b>Bantuan Desain Bukit Konservasi Kawasan Sumber Brantas Kota Batu.....</b> Kustamar, Abraham Lomi, Subandiyah Aziz, dan Eding Iskak Imananto	6
<b>Pelatihan Pembuatan Media Promosi dalam Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan bagi Komunitas Muda-Mudi Peduli Anti Kemiskinan.....</b> Novilia Kareja, Antonius Prisma Jalu P., dan B. C. Putra Mbulu	16
<b>Pelatihan dan Pendampingan Keterampilan Menulis Opini Menggunakan Metode Tiga Kata bagi Umat Gereja Paroki Ijen Malang.....</b> Emanuel Raja Damaitu dan Novilia Kareja	21
<b>Workshop Entrepreneurship Berkelanjutan Guna Menumbuhkan Intensi Berwirausaha pada Program Kegiatan Ekstrakurikuler Siswa SMA St. Louis Surabaya.....</b> Krismi Budi Sienatra	25
<b>Pendampingan E-Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Pengerajin Kain Perca di Kabupaten Malang.....</b> Novita Rifaul Kirom dan Firina Lukitaningtyas	30

# WORKSHOP ENTREPRENEURSHIP BERKELANJUTAN GUNA MENUMBUHKAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA PROGRAM KEGIATAN EKSTRAKURIKULER SISWA SMA ST LOUIS SURABAYA

**Krismi Budi Sienatra**

Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra

E-mail: [krismi.budi@ciputra.ac.id](mailto:krismi.budi@ciputra.ac.id)

## ABSTRACT

*The high unemployment rate in Indonesia, especially among high school and vocational school graduates, needs to be reduced by providing employment. One implementable way to achieve this is by providing students with entrepreneurship education early on, so that they may develop entrepreneurship aspiration to start their own businesses upon graduating. The entrepreneurship education to foster entrepreneurial intent was provided in stages in keeping with the education levels of the students of St. Louis High School in Surabaya. From the beginning, the training had been focused on sales. This is to encourage the students to interact and communicate with other persons to introduce and sell products. The next stage of training is the search for business ideas by observing the areas around the students' school. The results of the entrepreneurship workshop show that there was a growing interest in entrepreneurship among the students as reflected in the result of the post-test questionnaire.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Entrepreneurship Intent*

## ABSTRAK

*Tingkat pengangguran yang tinggi khususnya untuk lulusan jenjang SMA dan SMK di Indonesia perlu dikurangi dengan menyediakan lapangan pekerjaan. Salah cara yang dapat dilakukan adalah dengan sejak dini siswa-siswi sekolah dibekali dengan pendidikan entrepreneurship yang diharapkan siswa-siswi memiliki keinginan berwirausaha sehingga ketika lulus para siswa-siswi tersebut siap untuk merintis usaha sebagai pekerjaan. Pendidikan entrepreneurship guna menumbuhkan intensi berwirausaha diberikan secara bertahap sesuai dengan jenjang pendidikan siswa dan siswi SMA St. Louis Surabaya. Pelatihan untuk siswa dan siswi pada awal ditekankan pada dunia penjualan hal ini diberikan untuk menumbuhkan keberanian siswa dan siswi untuk mulai berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain untuk mengenalkan dan menjual produk. Tahapan selanjutnya tentang mencari ide bisnis dari pengamatan di daerah sekitar bersekolah. Dari hasil workshop entrepreneurship dapat dilihat bahwa adanya pertumbuhan minat untuk berwirausaha yang tercermin dari hasil post-test kuesioner.*

**Kata kunci:** *Entrepreneurship, Intensi Berwirausaha*

## 1. PENDAHULUAN

Pada sebuah negara yang berkembang terdapat satu masalah klasik yang selalu ada yaitu tingkat pengangguran atau kurangnya lapangan pekerjaan (Prawira, 2018). Indonesia sebagai salah satu negara berkembang tidak lepas dari masalah tersebut. Fenomena ini terjadi akibat banyak faktor seperti kurangnya tingkat pendidikan, kurangnya keterampilan individu, serta tidak seimbangnya antara pemberi kerja yang ada dan pencari kerja (Santoso dan Handoyo, 2019). Badan Pusat Statistik (2019) memberikan data tahun 2018 dimana jumlah pengangguran terbuka banyak didominasi oleh jenjang Pendidikan lulusan SMA sebesar 11,24% dan SMK sebesar 7,95% lalu diikuti berturut turut oleh jenjang universitas 5,89%, SMP 4,8% dan SD sebesar 2,43%.

Bentuk penyerapan pengangguran adalah dengan menciptakan lapangan kerja melalui *entrepreneurship* di mana kelompok diharapkan tidak menjadi pencari kerja namun menjadi kelompok yang nantinya menciptakan lapangan kerja. *Entrepreneur* diharapkan akan masuk ke dalam pasar dengan ide-ide inovatif yang tidak sekedar menciptakan lapangan pekerjaan tetapi juga berkontribusi terhadap perekonomian negara (Li *et al.*, 2018:121). Dalam melahirkan *entrepreneur* diperlukan usaha untuk mengurangi pengangguran intelektual dengan memupuk dan menumbuhkan minat berwirausaha sejak dini ketika pendidikan masih ditempuh di sekolah.

Universitas Ciputra sebagai universitas yang berusaha untuk mengedepankan pendidikan *entrepreneurship* melakukan workshop pembelajaran *entrepreneurship* sejak dini kepada individu sejak dini

yaitu sejak di sekolah melalui kegiatan yang dirancang dalam jangka waktu tertentu secara rutin dalam satu periode. Siswa SMA yang dilakukan pembelajaran *entrepreneurship* salah satunya adalah siswa SMA St. Louis Surabaya. SMA St Louis sebagai salah satu sekolah swasta berfokus pada memperlengkapi kebutuhan siswa-siswinya saat ini dengan pendidikan *entrepreneurship*. Hal ini disebabkan sekolah ingin memperlengkapi siswa-siswinya dengan keterampilan *entrepreneurship* jika tidak melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi karena sekitar 4% dari alumni SMA St. Louis Surabaya tidak

melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi atau universitas.

Kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan pembelajaran *entrepreneurship* guna mengembangkan minat berwirausaha bagi siswa. Minat berwirausaha digambarkan sebagai rencana dari individu dengan tujuan untuk menciptakan usaha baru di masa mendatang. Oleh karena itu kegiatan kewirausahaan merupakan perilaku disengaja dan direncanakan yang didorong oleh minat individu untuk berwirausaha dengan mendirikan usaha sendiri di masa depan.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan workshop pembelajaran *entrepreneurship* ini selama 120 menit Jumlah peserta dalam kegiatan ini sebanyak 27 orang siswa yang terdiri dari kelas X hingga kelas XI yang sejak awal tertarik dan bergabung pada kegiatan ekstrakurikuler workshop *entrepreneurship* yang sengaja ditawarkan dan dibuka kepada siswa-siswi. Pembelajaran *entrepreneurship* pada awal mula ditekankan pada usaha menjual produk lalu dilanjutkan pencarian bisnis dari pengenalan kebutuhan pasar dan diakhiri bagaimana cara memasarkan produk.

Pelaksanaan	Durasi	Topik
12 Agustus 2019	14.00-16.00	Road map, selling games
19 Agustus 2019	14.00-16.00	Marketing 1.0 – 3.0
26 Agustus 2019	14.00-16.00	Creative Selling
2 September 2019	14.00-16.00	Ideasi + Presentasi ide
9 September 2019	14.00-16.00	Selling Using Social Media
23 September 2019	14.00-16.00	Survei Kebutuhan Sekitar
30 September 2019	14.00-16.00	Branding
21 Oktober 2019	14.00-16.00	Planning Next Project

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahap bagian mulai dari pengenalan peta jalan materi pembelajaran *entrepreneurship* dengan beberapa tahapan kegiatan yaitu:

a. *Roadmap* atau peta jalan pada awal kegiatan pembelajaran digunakan untuk mengukur sejauh mana minat berwirausaha serta dilakukan survei minat berwirausaha melalui kuesioner kemudian nantinya pada akhir periode diberikan kuesioner untuk mengetahui sejauh mana minat wirausaha setelah mendapatkan pembelajaran. Lalu kegiatan berikutnya melakukan *selling games* di mana pada kegiatan ini menjelaskan tahapan pembelajaran

awal di mana siswa diminta untuk menjual produk yang telah disediakan dimana siswa dan siswi belajar untuk tidak malu untuk menjual produk karena aktivitas menjual dan memasarkan tidak akan lepas dalam kegiatan wirausaha.

b. Pengenalan perkembangan dunia marketing mulai dari tahap marketing awal hingga kegiatan marketing yang menjadi tren dan berkembang saat ini menggunakan teknologi informasi di mana siswa-siswi diharapkan mengetahui perkembangan yang ada dan dapat mengadaptasikan perkembangan dari awal hingga saat ini untuk perencanaan produk atau jasa yang ingin dibuat dari yang sedang menjadi tren saat ini.

c. Pada kegiatan *creative selling*, para peserta diberikan tantangan untuk menjual produk dengan hasil semaksimal mungkin namun di sini peserta diberikan produk dengan kualitas, jumlah yang sama, serta harga pokok yang sama. Di sini para peserta dituntut agar dapat menggunakan ide peserta di mana suatu barang yang sama dan standar dapat dijual dengan harga yang tinggi.

d. Pada tahapan ideasi peserta dari siswa-siswi SMA dibentuk kelompok kecil untuk membuat sebuah ide dari yang saat ini sedang menjadi tren ataupun hal-hal yang menjadi tren di masa depan berdasarkan kemampuan yang dimiliki. Proses ideasi berangkat dari kemampuan atau *skill* yang dimiliki dari masing-masing peserta sehingga diharapkan peserta tidak mengalami kesulitan karena memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk membuat ide tersebut dapat terwujud.

e. *Selling Using Social Media* diajarkan kepada para siswa-siswi untuk mengikuti perkembangan tren saat ini di mana perkembangan *social media* yang begitu luas dan setiap masyarakat memiliki akses melalui gadget peserta untuk mengakses sosial media seperti Instagram, facebook, whatsapp,

dan masuk kedalam *market place* seperti tokopedia, shopee, dan lain-lain.



**Gambar 1: Membuat Konten Foto Untuk Media Sosial Instagram**

- f. Penggunaan sosial media menjadi alat yang sangat ampuh dalam melakukan aktivitas promosi dan penjualan karena kemudahan mencari informasi, tampilan yang dapat dilihat, dan respon yang cepat. Para siswa-siswi didorong untuk membuat konten yang menarik berkaitan dengan contoh produk yang akan dijual dengan menggunakan Instagram dan melihat hasil akhir sejauh mana posting pada Instagram tersebut direspon dan disukai.
- g. Setelah siswa dan siswi belajar tentang ideasi, cara menjual dan cara memasarkan melalui sosial media, tahapan berikutnya adalah siswa dan siswi diajak untuk mengenal kebutuhan sekitar. Di sini para siswa dan siswi dimulai belajar dengan melakukan observasi dengan menanyakan secara langsung siswa-siswi lain diluar peserta *workshop* di sekolah tentang hal-hal apa saja yang dibutuhkan khususnya di kantin sekolah yang saat



**Gambar 2: Presentasi Ideasi Bisnis**

ini tidak dijual. Hasil observasi tersebut para siswa-siswi untuk menganalisis hal-hal apa saja yang belum tersedia dan berpotensi untuk diadakan terhadap item-item yang diperlukan untuk dijual. Para peserta diajak untuk melihat peluang dengan menyediakan yang konsumen butuhkan yang belum ada di mana para siswa difokuskan pada *customer need* bukan pada keinginan pribadi dalam mengadakan atau menjual suatu produk dan jasa.

- h. Pada pembelajaran berikutnya siswa dan siswi diajarkan tentang membuat sebuah brand atau merek. *Brand* atau merek merupakan suatu bentuk identitas dari suatu produk yang ditawarkan ke pelanggan yang dapat membedakan produk perusahaan dari produk pesaing yang terbentuk suatu nama, kata, tanda, simbol atau disain, atau kombinasi dari semua hal tersebut (Kotler dan Keller, 2016). Di sini siswa dan siswi diajarkan akan pentingnya sebuah identitas dari produk atau jasa dalam dunia bisnis. Siswa dan siswi kemudian diminta untuk membuat *brand* dari produk atau jasa dari proses ideasi pada pertemuan sebelumnya. Siswa dan siswi dimulai dari belajar mengidentifikasi dari contoh-contoh *brand* dari sebuah produk yang terkenal untuk melihat dari simbol, nama, pewarnaan, dan *tagline* yang mewakili dari brand tersebut.
- i. Pada akhir periode pembelajaran berikutnya adalah perencanaan untuk proyek selanjutnya di mana setelah belajar dari sebagian dari *workshop entrepreneurship*, siswa dan siswi dilakukan *brainstorming* dan *focus group discussion* untuk rencana bisnis yang perlu dikembangkan yang telah dibuat tahapan sebelumnya serta hal-hal yang berkaitan tentang tantangan menjadi pengusaha di masa depan yang dihadapi.

Sebelum diadakan *workshop* diadakan terlebih dahulu tentang minat berwirausaha dari setiap peserta melalui pre-test dan setelah diadakan *workshop* selama kurang lebih 3 bulan diadakan evaluasi dengan melakukan post-test tentang evaluasi minat berwirausaha di mana hasilnya tercermin pada tabel 1 di bawah ini

**Tabel 1. Evaluasi Kegiatan Workshop Entrepreneurship**

No	Indikator	Pre Test	Post Test	Beda
1	Kesiapan melakukan apapun menjadi pengusaha	4.87	5.18	0.31
2	Tujuan profesi menjadi pengusaha	4.56	5.81	1.25
3	Berusaha akan memulai dan menjalankan usaha	5.12	5.36	0.24
4	Kesungguhan mendirikan usaha di masa depan	4.56	5.18	0.62
5	Memikirkan secara serius menjadi pengusaha	4.87	5.97	1.1
6	Memiliki niat teguh mendirikan usaha di masa depan	4.93	5.27	0.34

Kuesioner dalam melakukan post-test dan pre-test menggunakan skala *semantic* dari 1 hingga 7 untuk menunjukkan sangat tidak setuju hingga setuju. Dari tabel diatas menunjukkan adanya peningkatan yang cukup besar akan minat berwirausaha pada indikator kedua yaitu tujuan profesi menjadi pengusaha dan indikator kelima yaitu pemikiran secara serius menjadi pengusaha sebesar 1.25 dan 1.1. Pada indikator yang lain terjadi peningkatan namun hanya kecil sebatas pada kisaran 0.1 hingga 0.34. Pada saat dievaluasi diakhir hal ini disebabkan para peserta memiliki cita-cita menjadi seorang pengusaha untuk mengikuti jejak dari orang tua siswa dan siswi karena sebagian besar di mana 87% peserta siswa-siswi mengaku bahwa pekerjaan orang tua adalah seorang pengusaha. Indikator yang lain memiliki nilai perbedaan yang kecil karena disebabkan para peserta saat ini hanya berfokus pada cita-cita dan keinginan menjadi pengusaha namun siswa dan siswi masih belum memikirkan dan bingung bagaimana cara untuk mencapai cita-cita menjadi seorang pengusaha

## 6. REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2018, September 5). Agustus 2018: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,34 persen. Retrieved on Maret 20, 2019 from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/11/05/1485/agustus-2018--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-34-persen.html>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Li, C. *et al.* (2018). An Investigation of the Relationship between Proactive Personality and Entrepreneurial Intentions Using PLS-SEM

karena siswa-siswi mengakui masih berkonsentrasi pada studi formal.

## 4. SIMPULAN

Program workshop *entrepreneurship* di kegiatan ekstrakurikuler SMA St. Louis Surabaya diadakan untuk memberikan gambaran dan hal-hal awal yang diperlukan untuk menjadi pengusaha dan tantangannya. Siswa-siswi peserta diharapkan semakin berminat dan tertantang untuk menjadi seorang pengusaha yang tangguh, kreatif, dan inovatif di masa depan berbekal dari workshop yang diberikan.

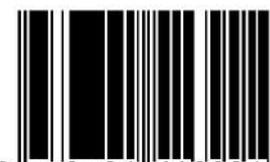
## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada SMA St Louis Surabaya yang telah memberikan kepercayaan kepada program studi manajemen Universitas Ciputra untuk memberikan kesempatan melatih para siswa-siswinya untuk belajar tentang *entrepreneurship* dan juga kepada Universitas Ciputra yang bersedia mendanai kegiatan ini selama 1 semester.

Among Potential Entrepreneurs in Pakistan, *WALIA Journal*, Vol. 34 No. 1, pp. 120-131.

Prawira, S. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum Provinsi, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia. *EcoGrenn*, Vol 1, No 1, pp 162-168.

Santoso, S.A., dan Handoyo, S.E. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku yang Dirasakan, dan Orientasi Peran Gender terhadap Intensi Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol.1, No. 1, pp. 1-14.



9 772721 413001



9 772597 721026