

Pelatihan Kewirausahaan dan Pengembangan Produk Inovatif Bagi Siswa SMA Dalam Menghadapi Bonus Demografi

Ahmad¹, Rafeal JP², Sandy Satria³, Cantika Dian F⁴

^{1,2,3,4}Universitas Tarumanagara

Korespondensi: ahmad@ft.untar.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Diterima Dec 18th, 2025

Direvisi Jan 20th, 2026

Diterima Feb 3rd, 2026

Kata kunci:

Kewirausahaan, Ide Usaha, Desain Produk Inovatif

ABSTRACT

Bonus demografi merupakan peluang strategis bagi Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui optimalisasi sumber daya manusia usia produktif. Namun, peluang tersebut berpotensi menjadi beban apabila tidak diiringi dengan kesiapan kompetensi, khususnya di kalangan pelajar SMA sebagai generasi penerus. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan siswa SMA melalui pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk inovatif. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan kewirausahaan, praktik pengembangan produk dengan games ide produk, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep kewirausahaan, kemampuan mengidentifikasi peluang usaha, serta kreativitas dalam merancang produk inovatif yang memiliki nilai jual. Kegiatan ini diharapkan mampu menumbuhkan jiwa wirausaha sejak dini dan mempersiapkan siswa SMA agar lebih siap menghadapi tantangan bonus demografi di masa depan.



© 2026. Diterbitkan oleh PT. SOLUTIVA PUSTAKA RAYA. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini berada pada fase bonus demografi, yaitu kondisi ketika proporsi penduduk usia produktif (15–64 tahun) lebih besar dibandingkan penduduk usia nonproduktif. Menurut Badan Pusat Statistik, periode bonus demografi Indonesia diperkirakan berlangsung hingga tahun 2035 dan menjadi peluang strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional apabila didukung oleh kualitas sumber daya manusia yang memadai (BPS, 2023). Namun demikian, bonus demografi tidak secara otomatis memberikan dampak positif. Tanpa kesiapan kompetensi, keterampilan, dan mentalitas produktif, kondisi ini justru berpotensi meningkatkan angka pengangguran dan masalah sosial lainnya. Salah satu kelompok yang memiliki peran penting dalam menghadapi bonus demografi adalah pelajar tingkat SMA. Siswa SMA berada pada fase transisi menuju usia produktif dan sedang membentuk orientasi masa depan, baik untuk melanjutkan pendidikan maupun memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, pembekalan keterampilan abad ke-21, termasuk kreativitas, kemandirian, dan kemampuan berwirausaha, menjadi sangat penting. Pendidikan kewirausahaan dinilai mampu menanamkan pola pikir inovatif, kemampuan memecahkan masalah, serta keberanian dalam mengambil peluang (Suryana, 2019).

Kewirausahaan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas mendirikan usaha, tetapi juga sebagai sikap dan perilaku yang mencerminkan kreativitas, inovasi, serta kemampuan melihat peluang dari permasalahan yang ada di lingkungan sekitar. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan di sekolah bertujuan untuk membentuk karakter mandiri, tangguh, dan adaptif terhadap perubahan, sehingga lulusan tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja (Kemendikbud, 2020).

Namun, pada kenyataannya, pembelajaran kewirausahaan di tingkat SMA masih cenderung bersifat teoritis dan belum sepenuhnya memberikan pengalaman praktis kepada siswa. Banyak siswa yang belum memiliki pemahaman konkret mengenai bagaimana mengembangkan ide usaha, menciptakan produk, serta menilai potensi pasar. Akibatnya, minat berwirausaha masih relatif rendah dan belum menjadi pilihan utama setelah lulus sekolah. Padahal, pengalaman praktis sejak dini sangat

berpengaruh terhadap pembentukan minat dan kepercayaan diri siswa dalam berwirausaha (Zimmerer & Scarborough, 2018).

Pengembangan produk inovatif menjadi salah satu pendekatan efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa. Melalui kegiatan ini, siswa dilatih untuk mengamati kebutuhan di lingkungan sekitar, mengembangkan ide kreatif, serta merancang produk yang memiliki nilai guna dan nilai jual. Inovasi produk juga mendorong siswa untuk berpikir kritis dan kolaboratif, yang merupakan kompetensi penting dalam menghadapi persaingan di era global (OECD, 2021).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dalam bentuk pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk inovatif bagi siswa SMA. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai bonus demografi, menumbuhkan jiwa kewirausahaan, serta melatih kemampuan siswa dalam menciptakan produk inovatif yang aplikatif. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa SMA dapat lebih siap menghadapi tantangan masa depan dan berperan aktif dalam memanfaatkan peluang bonus demografi secara produktif dan berkelanjutan.

SMA Pelita Jakarta Barat sebagai mitra kegiatan merupakan institusi pendidikan menengah yang berperan penting dalam menyiapkan siswa menghadapi tantangan masa depan, khususnya dalam konteks bonus demografi. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kesiapan siswa dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan produk inovatif.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum optimalnya pemahaman siswa mengenai konsep dasar kewirausahaan secara aplikatif. Pembelajaran kewirausahaan yang diterima siswa masih cenderung bersifat konseptual dan teoritis, sehingga siswa belum sepenuhnya memiliki gambaran nyata tentang proses merancang usaha, mengidentifikasi peluang bisnis, serta menciptakan produk yang bernilai jual.

Selain itu, siswa belum terbiasa menggunakan pendekatan berpikir kreatif dan sistematis, seperti design thinking, dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan merumuskan solusi dalam bentuk produk. Akibatnya, kemampuan siswa dalam mengembangkan ide produk inovatif yang relevan dengan permasalahan di lingkungan sekitar masih perlu ditingkatkan.

Permasalahan berikutnya adalah minimnya pengalaman praktik langsung yang memungkinkan siswa untuk mengintegrasikan pengetahuan kewirausahaan dengan keterampilan kreatif. Tanpa pengalaman praktik, siswa cenderung kurang percaya diri dalam mengemukakan ide, bekerja secara kolaboratif, serta mempresentasikan gagasan produk secara terstruktur.

Di sisi lain, mitra juga menghadapi tantangan dalam menyediakan model pembelajaran kewirausahaan yang interaktif dan kontekstual, yang dapat meningkatkan partisipasi aktif siswa dan menumbuhkan minat berwirausaha sejak dulu. Hal ini menjadi penting mengingat siswa SMA berada pada fase strategis dalam pembentukan karakter, orientasi karier, dan kesiapan memasuki usia produktif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu memberikan penguatan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman praktis kewirausahaan, khususnya melalui pelatihan dan pengembangan produk inovatif. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesiapan siswa SMA Pelita Jakarta Barat dalam menghadapi tantangan bonus demografi secara produktif dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMA Pelita Jakarta Barat dengan sasaran peserta berupa siswa SMA. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara bertahap dan terintegrasi agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga pengalaman praktis yang relevan dengan pengembangan jiwa kewirausahaan dalam menghadapi bonus demografi.

Tahap awal kegiatan diawali dengan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada siswa mengenai konsep bonus demografi serta urgensi pengembangan kewirausahaan bagi generasi muda. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan pada kondisi demografis Indonesia, peluang dan tantangan yang menyertainya, serta peran strategis generasi muda dalam memanfaatkan bonus demografi secara produktif. Sosialisasi dilakukan secara interaktif melalui pemaparan materi dan diskusi singkat untuk menggali pemahaman awal siswa.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan kewirausahaan yang difokuskan pada penguatan pengetahuan dasar siswa mengenai kewirausahaan. Materi pelatihan mencakup konsep dasar

kewirausahaan, cara mengidentifikasi peluang usaha, pengelolaan usaha sederhana, serta strategi pemasaran produk. Penyampaian materi dilakukan dengan pendekatan kontekstual dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman siswa SMA, sehingga materi mudah dipahami dan aplikatif. Tahap berikutnya adalah pengembangan produk inovatif yang dilaksanakan melalui praktik langsung. Pada tahap ini, siswa didorong untuk mengidentifikasi permasalahan atau kebutuhan yang ada di lingkungan sekitar, kemudian mengembangkan ide produk yang bersifat kreatif dan memiliki potensi nilai jual. Siswa bekerja secara berkelompok untuk merancang konsep produk, menentukan keunikan produk, serta menyusun gambaran sederhana mengenai proses pembuatan dan pemasaran produk tersebut.

Untuk memastikan ide produk yang dikembangkan dapat disempurnakan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan dan diskusi. Pendampingan dilakukan oleh tim pelaksana dengan memberikan arahan, masukan, serta solusi terhadap kendala yang dihadapi siswa selama proses pengembangan produk. Diskusi dilakukan secara terbuka agar siswa dapat menyampaikan ide, bertukar pendapat, dan memperoleh umpan balik secara konstruktif.

Tahap akhir kegiatan adalah evaluasi, yang bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan dan capaian peserta. Evaluasi dilakukan melalui pemberian pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa terhadap materi kewirausahaan, serta melalui observasi terhadap partisipasi aktif siswa dan kualitas ide produk yang dihasilkan. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menilai keberhasilan kegiatan serta sebagai bahan perbaikan untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan siswa melalui pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk inovatif sebagai upaya mempersiapkan generasi muda dalam menghadapi tantangan bonus demografi. Secara khusus, tujuan kegiatan ini adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan siswa mengenai konsep dasar kewirausahaan dan peran kewirausahaan dalam menghadapi bonus demografi.
2. Membekali siswa dengan pemahaman tentang pendekatan design thinking dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan merancang solusi dalam bentuk produk.
3. Melatih kemampuan siswa dalam mengembangkan ide dan desain produk inovatif yang relevan dengan permasalahan di lingkungan sekitar.
4. Mendorong peningkatan kreativitas, kepercayaan diri, dan partisipasi aktif siswa dalam proses pembelajaran kewirausahaan.

Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah siswa SMA Pelita Jakarta Barat, khususnya siswa yang berada pada jenjang kelas X dan XI, dengan jumlah peserta sebanyak 48 siswa.

Pemilihan siswa SMA sebagai sasaran kegiatan didasarkan pada pertimbangan bahwa siswa pada jenjang ini berada pada fase strategis dalam pembentukan karakter, orientasi karier, serta kesiapan memasuki usia produktif. Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan memperoleh bekal pengetahuan dan pengalaman awal di bidang kewirausahaan dan pengembangan produk inovatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk inovatif ini telah dilaksanakan pada tanggal 10 September 2025 di SMA Pelita Jakarta Barat dengan jumlah peserta sebanyak 48 siswa. Pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan suasana yang kondusif dan menunjukkan tingkat antusiasme peserta yang tinggi sejak awal hingga akhir kegiatan.

Pada sesi penyampaian materi, Pada Gambar 2 siswa mendapatkan pemahaman mengenai dasar-dasar kewirausahaan, yang meliputi pengertian kewirausahaan, karakter wirausahawan, serta pentingnya sikap kreatif dan mandiri dalam menghadapi tantangan masa depan. Materi disampaikan secara komunikatif dengan menggunakan contoh-contoh sederhana yang dekat dengan kehidupan sehari-hari siswa, sehingga mudah dipahami dan relevan dengan konteks mereka sebagai pelajar.



Gambar 1. Penyampaian Materi Kewirausahaan, Ide Usaha, dan Kreatifitas

Selanjutnya, peserta diperkenalkan dengan konsep design thinking (Gambar 1) sebagai pendekatan dalam menciptakan produk inovatif. Pada sesi ini, siswa diajak untuk memahami tahapan berpikir kreatif dalam merancang produk, mulai dari mengenali masalah, menggali kebutuhan pengguna, hingga merancang solusi dalam bentuk ide produk. Penyampaian materi didukung dengan gambar ilustrasi dan contoh produk, yang membantu siswa memahami konsep desain produk secara visual dan aplikatif.



Gambar 2. Penyampaian Materi Desain Thinking

Untuk meningkatkan keterlibatan peserta, kegiatan juga dilengkapi dengan permainan (games) ide produk. Melalui kegiatan ini, siswa secara berkelompok diminta untuk mengemukakan ide produk berdasarkan permasalahan yang ada di lingkungan sekitar mereka. Games ini terbukti mampu memicu kreativitas siswa serta mendorong keberanian dalam menyampaikan gagasan. Selama sesi berlangsung, peserta tampak aktif berdiskusi dan bekerja sama dalam kelompoknya masing-masing. Interaksi dua arah antara pemateri dan peserta terlihat cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya enam siswa yang secara aktif mengajukan pertanyaan, baik terkait konsep kewirausahaan maupun proses perancangan produk. Pertanyaan yang disampaikan mencerminkan ketertarikan dan pemahaman awal siswa terhadap materi yang diberikan. Diskusi yang terjadi memberikan ruang bagi siswa untuk memperdalam pemahaman serta mengaitkan materi dengan potensi usaha yang dapat mereka kembangkan.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan berlangsung, pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan minat siswa terhadap kewirausahaan. Siswa tidak hanya memahami konsep dasar kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis dalam mengembangkan ide produk inovatif. Pendekatan pembelajaran yang interaktif, disertai contoh

visual dan permainan kreatif, terbukti efektif dalam menciptakan suasana belajar yang aktif dan menyenangkan.

Adapun luaran yang dicapai dari kegiatan ini meliputi meningkatnya pengetahuan siswa mengenai dasar-dasar kewirausahaan dan design thinking, tumbuhnya kreativitas siswa dalam merancang ide produk, serta meningkatnya keberanian siswa dalam menyampaikan gagasan dan bertanya secara aktif. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan dokumentasi berupa foto kegiatan dan contoh ide produk siswa yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan laporan pengabdian kepada masyarakat.

Evaluasi Kegiatan

Setelah dua sesi pelatihan dan tanya jawab serta games ide produk, dilakukan pembagian dan pengisian 48 peserta pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi hasil Kuesioner pelatihan

No.	Pertanyaan	Respon (Siswa) (1 = sangat tidak baik; 4= sangat baik)			
		1	2	3	4
1.	Relevansi contoh oleh pembicara	0	0	3	45
3.	Penjelasan pembicara	0	0	15	30
4.	Sudah memahami menangkap kebutuhan konsumen	0	0	8	40
5.	Sudah mengerti proses desain produk	0	0	22	26
5.	Sudah mengerti kewirausahaan	0	0	32	16
4.	Ketepatan waktu	0	0	0	48
5.	Interaksi	0	0	14	30
6.	manfaat pelatihan	0	0	8	40

Dari Tabel 1 berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh 48 siswa peserta, diperoleh gambaran bahwa kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk inovatif memberikan dampak yang sangat positif. Secara umum, mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori baik (3) dan sangat baik (4) pada seluruh indikator yang dievaluasi.

Pada indikator relevansi contoh yang disampaikan oleh pembicara, sebanyak 93,75% siswa memberikan penilaian sangat baik dan 6,25% menilai baik. Tidak terdapat responden yang memberikan penilaian kurang. Temuan ini menunjukkan bahwa contoh-contoh yang digunakan dalam penyampaian materi dinilai sangat sesuai dengan konteks kehidupan siswa SMA dan membantu pemahaman materi kewirausahaan. Indikator kejelasan penjelasan pembicara juga memperoleh hasil yang dominan positif. Sebanyak 62,5% siswa memberikan penilaian sangat baik dan 31,25% menilai baik. Hal ini menunjukkan bahwa metode penyampaian materi dinilai jelas, sistematis, dan mudah dipahami oleh peserta. Pada aspek pemahaman siswa dalam menangkap kebutuhan konsumen, sebanyak 83,33% siswa memberikan penilaian sangat baik dan 16,67% menilai baik. Hasil ini mengindikasikan bahwa pendekatan design thinking yang diberikan mampu membantu siswa memahami pentingnya sudut pandang konsumen dalam merancang produk.

Selanjutnya, pada indikator pemahaman proses desain produk, sebanyak 54,17% siswa menilai sangat baik dan 45,83% menilai baik. Data ini menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta telah memahami tahapan dasar desain produk, meskipun masih diperlukan pendalaman lanjutan agar pemahaman menjadi lebih merata. Untuk indikator pemahaman kewirausahaan, sebanyak 66,67% siswa memberikan penilaian baik dan 33,33% memberikan penilaian sangat baik. Hasil ini mencerminkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dasar kewirausahaan siswa, terutama sebagai pengenalan awal terhadap konsep dan karakter wirausaha.

Indikator ketepatan waktu pelaksanaan kegiatan memperoleh hasil paling optimal, dengan 100% siswa memberikan penilaian sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan jadwal yang direncanakan dan terorganisasi dengan baik.

Pada aspek interaksi selama kegiatan, sebanyak 62,5% siswa memberikan penilaian sangat baik dan 29,17% menilai baik. Tingginya penilaian ini sejalan dengan kondisi kelas yang antusias, ditandai

dengan adanya diskusi aktif serta enam siswa yang mengajukan pertanyaan secara langsung selama kegiatan berlangsung.

Sementara itu, pada indikator manfaat pelatihan, sebanyak 83,33% siswa memberikan penilaian sangat baik, dan 16,67% menilai baik. Meskipun sebagian kecil siswa menilai manfaat pada kategori baik, secara keseluruhan pelatihan dinilai memberikan manfaat nyata dalam menambah wawasan dan pengalaman kewirausahaan siswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi kuesioner dan analisis persentase, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan di SMA Pelita Jakarta Barat berhasil mencapai tujuan yang direncanakan. Materi yang relevan, pendekatan interaktif, penggunaan contoh visual, serta permainan ide produk terbukti mampu meningkatkan pemahaman, partisipasi, dan minat siswa terhadap kewirausahaan. Hasil ini menegaskan bahwa model pelatihan berbasis praktik dan design thinking efektif diterapkan pada siswa SMA sebagai upaya persiapan menghadapi bonus demografi.

REFERENSI

- Ahmad, Y., Yenita, K., Kenneth, D. S. F., & Dharmawan. (2021). Meningkatkan kreativitas melalui pelatihan kewirausahaan di sekolah SMK Pelita Harapan. *Jurnal Baktimas*.
- Ahmad, L. W., Yuliana, D., & Alfandy, R. (2020). Pelatihan leadership life skill dalam mempersiapkan wirausaha bagi santri pesantren. *Jurnal Baktimas*.
- Ahmad, L. W., Wilson, K., Laricha, L. S., Joshua, & Andrean. (2020). Pelatihan technopreneurship dan workshop Fusion 360 di SMAN 110 Jakarta dalam rangka meningkatkan daya saing bangsa. *Jurnal Baktimas*.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Bonus demografi dan pembangunan sumber daya manusia Indonesia. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). Pendidikan kewirausahaan di satuan pendidikan menengah. Jakarta: Kemendikbud.
- OECD. (2021). Innovation and entrepreneurship in education. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Suryana. (2019). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2018). Essentials of entrepreneurship and small business management (9th ed.). Boston: Pearson Education.
- Brown, T. (2009). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York: Harper Business.
- Kemenko Perekonomian RI. (2022). Strategi pemanfaatan bonus demografi menuju Indonesia maju. Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2001). Perancangan dan pengembangan produk. Jakarta: Salemba Empat.