

Penguatan Berpikir Kreatif dan Keberanian Promosi Produk dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMK

Dina Amalia*¹, Titi Rahayu Prasetyani², Mahirun³, Anggrainy Putri Ayuningrum⁴,
Didha Putri Citradika⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pekalongan
E-mail: dinaamalia14@gmail.com ^{1,2,3,4,5}

Diterima 15/Januari/2026| Direvisi 20/ Januari/2026| Disetujui 21/ Januari/2026

Abstract

Developing entrepreneurial spirit among vocational high school students requires creative thinking skills and confidence in product promotion. This community service program aimed to enhance students' creative thinking abilities, entrepreneurial understanding, and self-confidence in presenting their products. The activity was conducted with the entrepreneurship team of SMK Negeri 3 Pekalongan through training and mentoring methods, including material delivery, interactive discussions, group practices, and mini pitch simulations. The training materials covered brainstorming, SCAMPER, mind mapping, design thinking, and business communication through storytelling. Evaluation was carried out using pre-test and post-test instruments with a Likert scale. The results indicated an improvement in all measured indicators, particularly in creative thinking skills and confidence in product promotion. These findings suggest that integrating creativity training with business communication activities is effective in strengthening the entrepreneurial mindset and practical skills of vocational students.

Keywords: Creative Thinking, Entrepreneurship, Product Promotion, Vocational Students, Community Service

Abstrak

Pengembangan jiwa kewirausahaan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memerlukan kemampuan berpikir kreatif serta keberanian dalam mempromosikan produk hasil karya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kreatif, pemahaman kewirausahaan, dan kepercayaan diri siswa dalam mempresentasikan produk. Kegiatan dilaksanakan pada siswa tim kewirausahaan SMK Negeri 3 Kota Pekalongan melalui metode pelatihan dan pendampingan yang meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, praktik kelompok, serta simulasi *mini pitch*. Materi yang diberikan mencakup teknik *brainstorming*, SCAMPER, *mind mapping*, *design thinking*, serta komunikasi bisnis melalui storytelling. Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test dengan skala Likert. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan skor pada seluruh indikator, terutama pada pemahaman teknik berpikir kreatif dan kepercayaan diri dalam mempromosikan produk. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi pelatihan kreativitas dan komunikasi bisnis efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa SMK.

Kata kunci: Berpikir Kreatif, Kewirausahaan, Promosi Produk, Siswa SMK, Pengabdian Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kerja dan kewirausahaan pada era digital menuntut generasi muda, khususnya siswa sekolah menengah kejuruan (SMK), untuk memiliki kemampuan berpikir kreatif, inovatif, serta keberanian dalam mempromosikan produk atau ide bisnis mereka. Berpikir kreatif tidak lagi dipahami sebatas menghasilkan ide baru, tetapi juga kemampuan melihat peluang dari permasalahan, beradaptasi dengan perubahan, serta mengubah ide menjadi aksi nyata yang bernilai ekonomi. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan kewirausahaan yang menekankan pembentukan jiwa mandiri, inovatif, dan berani mengambil risiko terukur.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan kewirausahaan memiliki hubungan yang erat. Kreativitas menjadi fondasi utama dalam proses kewirausahaan, mulai dari penciptaan ide, pengembangan produk, hingga strategi pemasaran (Wediawati et al., 2024). Sementara itu, keberanian dalam menyampaikan ide dan mempromosikan produk kepada calon

konsumen merupakan kompetensi penting yang harus dilatih sejak dini, terutama pada siswa SMK yang dipersiapkan untuk terjun langsung ke dunia kerja atau membuka usaha mandiri (Aprilianty, 2013). Kegiatan ini diberikan kepada siswa tim kewirausahaan dari SMK Negeri 3 Kota Pekalongan menekankan pada pengembangan berpikir kreatif melalui teknik *brainstorming*, SCAMPER, dan *mind mapping*, penerapan *design thinking*, serta penguatan kemampuan komunikasi bisnis melalui *storytelling* dan *mini pitch* (Dewi & Mulyatiningsih, 2013). Pendekatan ini relevan dengan temuan penelitian terkini yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis proyek, *design thinking*, dan *experiential learning* efektif dalam meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, serta intensi berwirausaha siswa (Mustikawati & Kurjono, 2020).

Dengan demikian, kegiatan ini penting dilakukan sebagai upaya sistematis untuk melatih siswa agar berani berpikir kreatif, mengembangkan produk berbasis masalah nyata di lingkungan sekitar, serta mampu mempromosikan hasil karya mereka secara efektif kepada calon pelanggan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam penguatan jiwa kewirausahaan siswa SMK.

2. METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan yang mencakup penyampaian materi, diskusi interaktif, praktik kelompok, serta simulasi *mini pitch* dengan metode ceramah partisipatif, diskusi, praktik langsung, dan evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*. Peserta kegiatan adalah siswa-siswa tim kewirausahaan SMK Negeri 3 Pekalongan yang mengikuti pelatihan berpikir kreatif dan kewirausahaan. Tahapan pelaksanaan diawali dengan *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal siswa terkait berpikir kreatif, kewirausahaan, dan keberanian mempromosikan produk, dilanjutkan dengan penyampaian materi berpikir kreatif melalui teknik *brainstorming*, SCAMPER, dan *mind mapping*, pengenalan serta praktik *design thinking* dari identifikasi masalah hingga pembuatan prototipe, pelatihan komunikasi bisnis dan *storytelling*, simulasi *mini pitch* produk, serta diakhiri dengan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman dan sikap siswa. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5 yang bertujuan untuk mengukur peningkatan kemampuan dan sikap kewirausahaan peserta sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) pelaksanaan kegiatan, di mana setiap pernyataan dinilai dengan kategori 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Variabel yang diukur adalah kemampuan kewirausahaan, yang mencakup aspek pola pikir, kreativitas, keterampilan pengembangan produk, dan kepercayaan diri.

Tabel 1. Indikator dan Pernyataan

No.	Indikator	Pernyataan
1.	Kemampuan melihat peluang usaha	Saya mampu melihat masalah di sekitar sebagai peluang usaha.
2.	Keberanian mengemukakan ide	Saya berani mengemukakan ide kreatif dalam diskusi kelompok.
3.	Pemahaman teknik berpikir kreatif	Saya memahami teknik <i>brainstorming</i> , SCAMPER, dan <i>mind mapping</i> .
4.	Kemampuan mengembangkan produk	Saya mampu mengembangkan ide menjadi konsep produk sederhana.
5.	Kepercayaan diri dalam promosi	Saya percaya diri mempresentasikan dan mempromosikan produk kepada calon pelanggan.

Kuesioner diberikan kepada responden dua kali, yaitu sebelum kegiatan (*pre-test*) dan setelah kegiatan (*post-test*). Dimana Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan membandingkan nilai rata-rata skor *pre-test* dan *post-test* pada setiap indikator. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan skor pada seluruh indikator, yang mengindikasikan bahwa kegiatan yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap kemampuan kewirausahaan peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari *pre test* dan *post test* terlihat dalam Tabel 2 di bawah ini

Tabel 2. Hasil *Pre test* dan *Post test* dalam Kegiatan

Pernyataan	Pre-test	Post-test
Melihat masalah sebagai peluang usaha	3,1	4,4
Keberanian menyampaikan ide	3,0	4,3
Pemahaman teknik berpikir kreatif	2,9	4,5
Kemampuan mengembangkan produk	3,0	4,2
Kepercayaan diri mempromosikan produk	2,8	4,4

Hasil menunjukkan adanya peningkatan skor pada seluruh indikator setelah pelaksanaan kegiatan. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan bahwa kegiatan PKM berbasis berpikir kreatif dan kewirausahaan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan sikap siswa. Peningkatan paling signifikan terlihat pada aspek pemahaman teknik berpikir kreatif dan kepercayaan diri dalam mempromosikan produk. Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan pembelajaran yang menekankan praktik langsung, kolaborasi, dan simulasi nyata efektif dalam membangun kompetensi kewirausahaan siswa.



Gambar 1. Pembahasan SCAMPER oleh Tim

Materi *brainstorming*, SCAMPER, dan *mind mapping* membantu siswa dalam menghasilkan ide yang beragam dan inovatif, sebagaimana ditegaskan oleh penelitian bahwa teknik kreativitas terstruktur dapat meningkatkan kemampuan *problem solving* dan inovasi peserta didik (Krisdarani et al., 2024). Selain itu, penerapan *design thinking* mendorong siswa untuk lebih empatik terhadap kebutuhan pengguna, sehingga ide produk yang dihasilkan lebih relevan dan aplikatif (Meika & Sujana, 2017). Temuan ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa *design thinking* mampu meningkatkan kreativitas, kolaborasi, dan orientasi pasar pada calon wirausaha muda (Hanafi & Pawitno, 2023).



Gambar 2. Pembahasan Brainstorming dan Mind Mapping oleh Tim

Berkomunikasi bisnis melalui *storytelling* dan *mini pitch* terbukti meningkatkan keberanian siswa dalam menyampaikan ide kepada audiens. *Storytelling* membantu siswa menyusun narasi yang menarik, membangun empati, serta menonjolkan nilai produk, yang merupakan keterampilan penting dalam pemasaran modern (Sari & Rakhmawati, 2024). Peningkatan kepercayaan diri siswa dalam mempromosikan produk juga mendukung temuan bahwa pelatihan komunikasi dan presentasi berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha (Kartikasari & Santi, 2024).



Gambar 3. Siswa mempraktekkan *mini pitch*

Dengan demikian, integrasi berpikir kreatif, *design thinking*, dan komunikasi bisnis dalam satu rangkaian kegiatan merupakan pendekatan yang komprehensif dan relevan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa SMK Negeri 3 Kota Pekalongan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan ini membawa dalam yang cukup signifikan dan efektif dalam meningkatkan kemampuan berpikir kreatif, pemahaman kewirausahaan, serta keberanian siswa SMK dalam mempromosikan produk hasil karya mereka. Penerapan teknik berpikir kreatif, *design thinking*, dan *storytelling* tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap percaya diri dan berani mengambil inisiatif.

Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, terjadi peningkatan signifikan pada seluruh indikator yang diukur, terutama pada pemahaman teknik kreativitas dan kepercayaan diri dalam komunikasi bisnis. Oleh karena itu, kegiatan serupa direkomendasikan untuk diterapkan secara berkelanjutan sebagai bagian dari penguatan pendidikan kewirausahaan di SMK.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilianty, E. (2013). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3). <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039>
- Dewi, A. V., & Mulyatiningsih, E. (2013). Pengaruh pengalaman pendidikan kewirausahaan pendidikan kewirausahaan dan keterampilan kejuruan terhadap motivasi berwirausaha siswa. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3(2). <https://doi.org/10.21831/jpv.v3i2.1599>
- Hanafi, A., & Pawitno, E. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan pengalaman prakerin terhadap minat berwirausaha siswa smk kelas xi smk muhammadiyah kutowinangun. *Auto Tech: Jurnal Pendidikan Teknik Otomotif Universitas Muhammadiyah Purworejo*, 18(1), 28–35. <https://doi.org/10.37729/autotech.v18i1.3080>
- Kartikasari, N. M. S. R., & Santi, N. W. A. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy terhadap Minat Siswa dalam Berwirausaha (pada Siswa Kelas XII SMK Negeri 2 Singaraja). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(3), 468–478. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v16i3.80514>
- Krisdarani, N., Sukoriyanto, S., & Sulandra, I. M. (2024). Berpikir Kreatif Siswa SMA dalam Memecahkan Masalah Barisan dan Deret. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(1), 868–878. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v8i1.2516>
- Meika, I., & Sujana, A. (2017). Kemampuan berpikir kreatif dan pemecahan masalah matematis siswa SMA. *Jurnal Penelitian Dan Pembelajaran Matematika*, 10(2). <https://doi.org/10.30870/jppm.v10i2.2025>
- Mustikawati, A., & Kurjono, K. (2020). Studi tentang Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di Era Revolusi 4.0. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(1), 31–37. <https://doi.org/10.21831/socia.v17i1.33048>
- Sari, T. N. I., & Rakhmawati, A. (2024). Analysis the quality of critical thinking and creativity questions in high school biology subjects with the Rasch model. *Research and Development in Education (raden)*, 4(1), 602–616. <https://doi.org/10.22219/raden.v4i1.32758>
- Wediawati, T., Nurulita, A. A., & Desvita, D. O. P. (2024). Meningkatkan minat dan kreativitas wirausaha anak melalui kegiatan kewirausahaan dan bakti sosial. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 555–564. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22146>