

**IDENTIFIKASI MINAT BERWIRAUSAHA DAN KEMAMPUAN
MEMBACA SEGMENTASI PASAR SISWA MADRASAH ALIYAH
NEGERI 1 BANYUMAS**

Bambang¹

bambangsoed2014@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi minat berwirausaha dan kemampuan membaca segmentasi pasar siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Banyumas. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method* dan penelitian tindakan yang dilakukan bersamaan dengan kegiatan pengabdian masyarakat. Hasil penelitian ini menemukan bahwa semua peserta menyatakan bahwa tertarik dalam berwirausaha meski sebagian kecil yang sudah mencoba berwirausaha. Kondisi ini didorong oleh latar belakang orang tua siswa yang kebanyakan bekerja pada bidang yang bersentuhan dengan wirausaha. Penelitian tindakan ini juga mendukung kemampuan peserta dalam membaca segmentasi pasar dari produk yang ditawarkan. Pengetahuan wirausaha peserta yang masih kurang yang diharapkan akan direspon oleh pihak sekolah dan pemerintah untuk mendorong siswa agar dapat berwirausaha.

Kata Kunci: wirausaha, segmentasi pasar

Abstract

The purpose of this study is to identify interest in entrepreneurship and the ability to read the market segmentation of the students of Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Banyumas. This study uses a mixed method approach and action research method is performed together with community service activities. The results of this study found that all the participants stated that interested in doing entrepreneurship although a small proportion who have tried to entrepreneurship. This condition is driven by their parent background, mostly working with fields that come into contact with entrepreneurs. Community service activities also support the ability of participants in reading the market segmentation of products offered. Participants' entrepreneurial knowledge is still lacking that is expected to be responded by the school and government to encourage students to entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, market segmentation



PENDAHULUAN

Berlakunya Masyarakat Ekonomi ASEAN membuat bangsa Indonesia ditantang bukan hanya untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang siap bekerja, melainkan juga harus mampu mempersiapkan dan membuka lapangan kerja baru. Dengan kata lain, diperlukan berbagai kebijakan pemerintah yang mendukung terciptanya wirausaha-wirausaha baru guna menciptakan lapangan kerja baru. Menurut Robbins dan Coulter (2010) wirausaha adalah proses di mana seseorang atau sekelompok orang menggunakan usaha dan sarana yang terorganisasi untuk mengejar peluang guna menciptakan nilai dan bertumbuh dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan. Penelitian yang dilakukan oleh Cudanov *et. al.* (2010) menyebutkan bahwa terdapat empat hal yang perlu dimiliki oleh seorang wirausahawan yaitu (a) Proses ide, inovasi, dan kreasi: yaitu memiliki ide untuk membuat inovasi atau mengkreasi sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata namun juga pasar yang akan menggunakan hasil inovasi/ kreasi tersebut. (b) Komitmen yang tinggi, semakin besar fokus dan perhatian yang diberikan dalam usaha ini maka akan mendukung proses inovasi dan kreasi yang akan timbul dalam kewirausahaan. (c) Memperkirakan resiko, dalam hal ini resiko yang mungkin terjadi berkisar pada resiko keuangan, fisik dan resiko sosial.

Peran wirausaha cukup sentral bagi perkembangan masyarakat di suatu negara karena mampu mengawinkan ide – ide kreatif dengan tindakan yang bertujuan dan berstruktur dari dan untuk tujuan bisnis.

Peran wirausaha dapat dilihat baik secara mikro maupun makro (Alfian, *et. al.*, 2011). Apabila dilihat secara mikro, maka wirausahawan memiliki dua peran yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Peran sebagai penemu bagi wirausahawan adalah menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperi

produk, teknologi, ide, cara, organisasi, dan sebagainya. Peran wirausaha sebagai perencana adalah merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide – ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi yang baru. Secara makro, peran wirausahawan adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara (Suryana, 2008).

Walaupun peran wirausaha yang sangat penting ternyata jumlah wirausaha yang ada di Indonesia tergolong sangat kurang jika dibandingkan dengan total jumlah penduduk yang ada. Menurut Martowardojo (2008), proporsi wajar jumlah wirausaha di suatu Negara minimal 2% dari jumlah penduduk. Di Indonesia sendiri, dengan jumlah penduduk usia kerja sekitar 171,02 juta, tercatat hanya ada 0,24% wirausaha. Kondisi ini jauh berbeda dengan Amerika Serikat yang sudah mencapai 12% dari total jumlah penduduknya, atau China dan Jepang yang mencapai 10%, atau bahkan Singapura (7%), India (7%), dan Malaysia (3%) (Alfian, *et. al.*, 2011).

Jumlah wirausaha Indonesia sebesar 0,24% belum menunjukkan angka yang ideal, masih terdapat kekurangan yang harus segera dikejar agar permasalahan pengangguran dan kemiskinan di Indonesia dapat diselesaikan. Untuk menciptakan wirausaha baru dapat dimulai dari sekarang dengan cara memberikan pendidikan wirausaha sedini mungkin kepada para siswa. Dengan dikenalkannya kewirausahaan sedini mungkin kepada para siswa diharapkan mampu menanamkan nilai – nilai wirausaha kepada siswa agar menjadi siswa yang inovatif dan kreatif dan kelak mampu menjadi wirausaha muda yang mandiri.

Pemuda adalah tonggak utama untuk mewujudkan pemenuhan jumlah pengusaha di Indonesia. Dari tahun ke tahun sekolah meluluskan jutaan siswanya, permasalahan bangsa Indonesia yang sejak dulu belum juga usai teratasi yaitu pengangguran semakin bertambah setiap tahunnya seiring semakin



banyaknya lulusan sekolah. Kondisi ini ditunjukkan oleh Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi di Indonesia yang hanya sebesar 28,57 persen. Hal ini berarti bahwa masih ada 77,43 persen siswa setingkat Sekolah Menengah Atas (SMA)/ Madrasah Aliyah (MA) yang tidak melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi (Kemdikbud, 2013).

Jumlah siswa setingkat SMA/ MA yang tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan perguruan tinggi ini berkontribusi pada meningkatnya angka pengangguran di Indonesia. Angka pengangguran di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat angka pengangguran bertambah 300.000 orang menjadi 7,45 juta orang per Februari 2015. Ketidakmampuan dunia kerja menyerap siswa lulusan SMA/ MA hanya dapat diselesaikan dengan pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat membekali siswa-siswa yang tidak beruntung untuk dapat melanjutkan pendidikan dan tidak mendapatkan pekerjaan.

Sebagai salah satu penyelenggara pendidikan yang mengedepankan keseimbangan antara kemampuan intelektual dan spiritual, Madrasah Aliyah (MA) mempunyai modal dasar bagi lulusannya untuk terjun berwirausaha. Nilai-nilai spiritual seperti jujur, amanah, profesional, silaturahmi dan murah hati merupakan modal dasar membentuk karakter wirausaha sukses. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan bisnis islami yang saat ini semakin pesat. Keberhasilan Warung Steak (WS) contohnya, tidak terlepas dari pemiliknya yang memegang teguh nilai-nilai spiritual dalam usaha dan kesehariannya.

Pendidikan wirausaha untuk siswa lulusan Madrasah Aliyah sangat diperlukan mengingat risikonya lulusan Madrasah Aliyah menjadi pengangguran baru jika tidak dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan lebih tinggi. Tidak seperti Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang memiliki bekal keterampilan kerja, siswa lulusan Madrasah Aliyah hanya memiliki bekal pengetahuan yang bersifat umum. Untuk itu, perlu ada pendidikan kewirausahaan bagi siswa

Madrasah Aliyah agar menjadi siswa yang inovatif dan kreatif serta punya kemampuan untuk berwirausaha.

MAN 1 Banyumas merupakan salah satu Madrasah Aliyah Negeri yang berada di Banyumas. MAN 1 Banyumas mempunyai visi sebagai Lembaga Pendidikan tingkat Menengah Umum atau Sekolah Umum yang berciri khas Islam yang dikelola oleh Departemen Agama dapat menghasilkan tamatan yang memiliki keunggulan kompetitif dalam bidang IMTAQ (Iman dan Taqwa) dan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Oleh karena itu, pembelajaran MAN 1 Banyumas selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Salah satunya adalah perkembangan dunia kewirausahaan yang mau tidak mau harus menjadi bekal lulusannya, terutama jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial, agar memiliki jiwa wirausaha. Harapannya adalah lulusan jurusan IPS MAN 1 Banyumas menjadi lulusan yang inovatif dan kreatif.

Untuk menyiapkan siswa sebagai wirausaha baru diperlukan pengetahuan yang khusus dalam membaca segmentasi pasar agar dapat menciptakan produk baru yang dapat diterima pasar. Jurusan IPS Man 1 Banyumas sudah memiliki dasar wirausaha melalui mata pelajaran ekonomi dan akuntansi. Pengetahuan membaca segmentasi pasar bermanfaat bagi siswa untuk berwirausaha karena secara khusus belum diajarkan di mata pelajaran tersebut. Kemampuan membaca segmentasi pasar merupakan hal yang perlu dimiliki oleh wirausaha baru karena tanpa adanya kemampuan tersebut, wirausaha baru akan sulit menciptakan produk yang dapat diterima oleh pasar. Kemampuan membaca segmentasi pasar juga membuat produk yang dihasilkan wirausaha baru dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya, sehingga produk yang sesuai segmentasi pasar akan mendorong keberhasilan seorang wirausaha baru.

Beberapa pakar ekonomi mendefinisikan segmentasi pasar dalam definisi yang tidak jauh berbeda. Cravens



(1999) mengemukakan bahwa segmentasi pasar adalah suatu proses menempatkan konsumen ke dalam sub kelompok yang memiliki respons yang sama terhadap suatu program pemasaran. Menurut Gunara dan Sudiby (2008), segmentasi pasar adalah membagi pasar berdasarkan pada variabel-variabel tertentu seperti faktor geografi, demografi, psikologi, dan akhirnya pada variabel terkecil yaitu individu. Swastha (1997) mengemukakan bahwa segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Berdasarkan definisi tersebut, segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses membagi pasar yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang lebih homogen, yang memiliki kesamaan kebutuhan atau karakteristik dan respons terhadap program pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2006), ada beberapa variabel yang dapat digunakan sebagai dasar segmentasi pasar. Variabel – variabel tersebut diantaranya geografis, demografis, dan psikografis. Variabel geografis mengindikasikan bahwa suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi-bagi pasar dalam beberapa unit geografis yang berbeda-beda seperti daerah, populasi, kepadatan dan iklim. Variabel demografis mengindikasikan bahwa suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi-bagi pasar dalam beberapa grup dengan basis-basis variabel seperti usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel psikografis mengindikasikan bahwa suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi konsumen atas beberapa grup yang berbeda-beda dengan basis variabel gaya hidup dan kepribadian.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa minat berwirausaha dan kemampuan siswa MAN 1 Banyumas dalam membaca segmentasi pasar. Melalui pendekatan *mixed method*, penelitian ini diharapkan mampu mendeskripsikan kondisi

minat dan kemampuan membaca segmentasi pasar dari siswa MAN 1 Banyumas. Secara khusus melalui metode *action research*, penelitian ini juga berusaha memberikan tindakan khusus melalui kegiatan pelatihan membaca segmentasi pasar sehingga akan diketahui perbedaan sebelum dan sesudah tindakan tersebut.

METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer didapatkan melalui melalui kuesioner dan hasil observasi secara langsung terhadap partisipan dalam pelatihan membaca segmentasi pasar di MAN 1 Banyumas. Data juga diperoleh melalui hasil evaluasi dan diskusi antar kelompok partisipan berupa ide bisnis dan membaca segmentasi pasar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 siswa.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode gabungan (*mixed methods*) yaitu menggunakan lebih dari satu metode atau lebih melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif (Sarwono, 2011). Tujuan dari metode gabungan (*mixed methods*) ini adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang tidak sepenuhnya dapat dijawab dengan pendekatan kuantitatif ataupun kualitatif saja. Metode gabungan (*mixed methods*) juga dapat menambah cakupan dan ruang lingkup penelitian (Bambang, 2015).

Metode gabungan (*mixed methods*) dalam penelitian ini menggunakan strategi penjelasan berurutan. Strategi penjelasan berurutan ini merupakan strategi yang populer untuk model metode campuran, yang sering dipertimbangkan untuk penelitian dengan lebih kuat menyandarkan pada kuantitatif. Dalam penelitian ini, strategi penjelasan yang berurutan menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan kuantitatif sebagai *sub-ordinate* dari pendekatan kualitatif yang lebih dominan (Sarwono, 2011). Metode ini dilakukan dengan dua tahap yaitu tahap pertama dengan mengumpulkan dan menganalisa



data kuantitatif yang kemudian diikuti tahap kedua dengan mengumpulkan dan menganalisa data kualitatif. Analisa data kuantitatif digunakan untuk melihat latar belakang partisipan untuk menjelaskan dan menafsirkan hasil kualitatif.

Menurut Finlay (dalam Chariri, 2009) pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam setting tertentu yang ada dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya. Tujuan utama pendekatan kualitatif adalah membuat fakta mudah dipahami dan jika memungkinkan (sesuai dengan model) dapat menghasilkan hipotesis baru (Chariri, 2009).

Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *action research*. Menurut Gunawan (2004), *action research* adalah kegiatan dan atau tindakan perbaikan sesuatu yang perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya digarap secara sistematis dan sistematis sehingga validitas dan reliabilitasnya mencapai tingkatan riset. Penelitian tindakan (*action research*) dilaksanakan bersama-sama paling sedikit dua orang yaitu antara peneliti dan partisipan atau klien yang berasal dari akademisi ataupun masyarakat. Oleh karena itu, tujuan yang akan dicapai dari suatu penelitian tindakan (*action research*) akan dicapai dan berakhir tidak hanya pada situasi organisatoris tertentu, melainkan terus dikembangkan berupa aplikasi atau teori kemudian hasilnya akan di publikasikan ke masyarakat dengan tujuan riset (Madya, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Latar Belakang Partisipan

Lingkungan dan latar belakang seseorang merupakan bagian terpenting dan mendasar membentuk sifat dan perilaku manusia. Lingkungan dan latar belakang yang baik akan membentuk pribadi yang baik, sementara lingkungan dan latar belakang yang

buruk akan membentuk sifat dan perilaku yang buruk pula. Lingkungan dan latar belakang membuat seseorang berkembang dari suatu hubungan interaksi antara gerakan-gerakan dalam dan kondisi lingkungan luar. Lingkungan dan latar belakang partisipan diyakini akan membentuk pola pikir dan perilaku partisipan terhadap minat berusaha dan kemampuan membaca segmentasi pasar.

Latar belakang partisipan dalam penelitian ini meliputi jenis pekerjaan ayah, pekerjaan ibu, pendidikan ayah, dan pendidikan ibu. Latar belakang orang tua diyakini akan mempengaruhi pola pikir siswa dalam menentukan sikap untuk berwirausaha. Selain itu, latar belakang partisipan juga dilihat dari pengetahuan partisipan tentang wirausaha, kelemahan dan kelebihan berwirausaha, dan tokoh wirausaha yang mereka ketahui.

Jika dilihat dari latar belakang pendidikan orang tua, sebagian besar pekerjaan ayah partisipan adalah diluar Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Polri. Pekerjaan ayah partisipan paling banyak adalah PNS dan Polri sebanyak 24%, buruh 20%, wiraswasta 20% dan pedagang 16%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa latar belakang partisipan dari sisi pekerjaan ayah dimana 76% pekerjaan ayah partisipan adalah diluar PNS dan Polri membuat partisipan sering bersentuhan dengan dunia wirausaha.

Tabel 1
Pekerjaan Ayah dan Ibu Partisipan

No.	Pekerjaan Ayah		Pekerjaan Ibu	
	Jenis Pekerjaan	%	Jenis Pekerjaan	%
1	Buruh	20	Buruh	8
2	Buruh Tani	4	Guru	4
3	Pedagan g	16	Ibu Rumah Tangga	60
4	Pensiun an	4	Pedagang	12
5	Petani	4	Pelayan	4



6	PNS	20	Penjahit	4
7	Polri	4	Perangkat Desa	4
8	Sopir	8	Wiraswasta	4
9	Wiraswasta	20		

Sumber: Data Primer yang diolah (2016)

Kondisi partisipan yang sering bersentuhan dengan dunia wirausaha juga ditunjukkan dari sisi pekerjaan ibu partisipan. Tabel 1 juga menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan ibu partisipan adalah ibu rumah tangga. Pekerjaan ibu partisipan yang terbanyak adalah sebagai ibu rumah tangga adalah sebesar 60% dan sebagai pedagang sebesar 12%.

Pendidikan orang tua partisipan mayoritas adalah tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) ke bawah. Mayoritas pendidikan ayah partisipan adalah setingkat SMA (40%) dan pekerjaan ibu partisipan adalah setingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) (48%). Pendidikan orang tua partisipan yang hanya mengenyam bangku sekolah dasar (SD) juga tergolong besar yaitu sebesar 24%, sedangkan yang mengenyam Strata 1 (S1) adalah 8% (pendidikan ayah) dan 4% (pendidikan ibu).

Tabel 2
Pendidikan Ayah dan Ibu Partisipan

No.	Keterangan	Pendidikan Ayah (%)	Pendidikan Ibu (%)
1	SD	24	24
2	SMP	28	48
3	SMA	40	24
4	S1	8	4

Sumber: Data Primer yang diolah (2016)

Pengetahuan siswa MAN 1 Banyumas terhadap arti wirausaha tergolong masih sangat sederhana. Beberapa pendapat siswa terkait dengan wirausaha dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- Wirausaha merupakan peluang mendapatkan pekerjaan dan menjadi orang kaya;
- Wirausaha merupakan kegiatan yang memberikan keuntungan atau keuntungan besar bagi diri sendiri;

- Wirausaha merupakan orang yang memiliki usaha sendiri;
- Wirausaha merupakan kegiatan yang menghasilkan sesuatu yang baru;
- Wirausaha merupakan peluang mendapatkan pekerjaan yang mudah dan cepat;
- Wirausaha merupakan usaha yang dilakukan diberbagai bidang seperti produksi dan perdagangan.

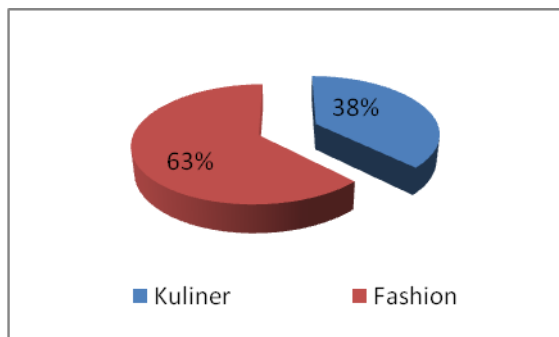
Pengetahuan siswa terhadap arti dan makna wirausaha tersebut menggambarkan bahwa siswa telah mampu memahami wirausaha walaupun dengan pemahaman sederhana. Hal ini merupakan modal awal yang berharga agar siswa berminat untuk melakukan wirausaha.

Pengetahuan yang sederhana terhadap arti dan makna wirausaha juga terlihat dari pengetahuan siswa terhadap kelebihan dan kekurangan berwirausaha. Menurut siswa MAN 1 Banyumas, kelebihan berwirausaha adalah mendapatkan keuntungan yang banyak, cepat kaya, bermanfaat bagi orang banyak, dan mendapatkan pengalaman/wawasan. Kekurangan berwirausaha menurut siswa diantaranya mendapatkan kegagalan/ kerugian, beresiko, musiman, dan tidak mudahnya mendapatkan modal.

Pengetahuan siswa terhadap wirausaha sayangnya tidak diikuti dengan pengetahuan siswa terhadap tokoh wirausaha yang sukses. Seluruh partisipan menyebutkan nama artis ketika ditanyakan tentang tokoh wirausaha yang diketahui. Beberapa artis yang disebut diantaranya adalah Sofia Efendi, Jesica Iskandar, Raffi Ahmad, Amanda Manopo, Zaskia Sungkar, Ivan Gunawan, Dian Pelangi, Ricis, Ruben Onsu, dan Bilqis. Walaupun ada sebagian artis yang menjadi wirausaha, tetapi hal ini menciptakan keprihatinan karena partisipan tidak mendapatkan informasi yang cukup bagi siswa terhadap wirausaha yang dapat diteladani. Hal ini juga menunjukkan bahwa pengaruh televisi sangat besar terhadap wawasan partisipan.

2. Minat Berwirausaha

Berdasarkan kuesioner yang didapatkan, penelitian ini menemukan bahwa 100 persen partisipan menyatakan berminat untuk melakukan wirausaha. Beberapa alasan terkait dengan minat partisipan dalam berwirausaha dilatarbelakangi oleh keinginan partisipan agar bisa hidup mandiri dan tidak bergantung pada orang tua. Keinginan untuk hidup sukses dalam bidang ekonomi dan merubah nasib juga mendorong beberapa partisipan berkeinginan untuk berwirausaha. Alasan lain partisipan berwirausaha diantaranya adalah ingin bermanfaat bagi orang lain dan ingin melakukan inovasi atau membuat sesuatu produk yang baru. Apabila melihat latar belakang orang tua, hal ini sangatlah wajar mengingat mayoritas orang tua partisipan bekerja yang bersentuhan dengan wirausaha yaitu sebagai pedagang dan wirausaha. Latar belakang keluarga yang sebagian besar berasal dari keluarga dengan perekonomian menengah kebawah juga membuat partisipan berpikir untuk belajar mandiri melalui berwirausaha.

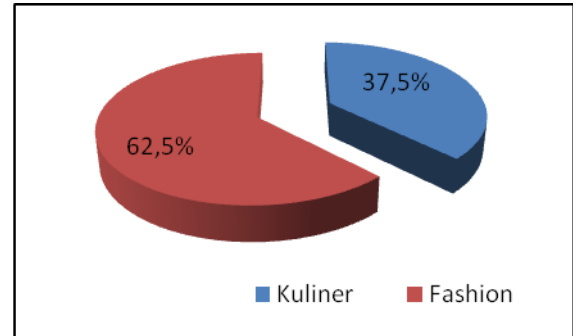


Sumber: Data Primer yang diolah (2016)

Gambar 1

Kondisi Partisipan yang Berwirausaha

Walaupun 100 persen partisipan berminat berwirausaha, tetapi hanya 10 persen saja yang telah mencoba berwirausaha. Kondisi ini dapat dilihat pada Gambar 1 dimana 90% partisipan belum mencoba berwirausaha. Siswa MAN 1 Banyumas yang telah mencoba berwirausaha dilakukan melalui jual beli *online* pakaian dan aksesoris. Alasan yang melatar belakangi partisipan memilih usaha tersebut karena dapat dilakukan dimana saja dan resiko kerugian juga sangat kecil.



Sumber: Data Primer yang diolah (2016)

Gambar 2

Preferensi Partisipan Terhadap Produk Berwirausaha

Preferensi partisipan terhadap produk yang akan ditawarkan dalam berwirausaha hanya terbagi dalam dua produk utama yaitu kuliner dan *fashion*. Gambar 2 menunjukkan bahwa partisipan yang berminat berwirausaha dengan produk kuliner adalah sebesar 37,5 persen, sedangkan yang minat berwirausaha dengan produk *fashion* adalah sebesar 62,5 persen. Bisnis kuliner yang diinginkan partisipan diantaranya berupa makanan berat dengan membuat restoran atau ruang makan, makanan kering, aneka kue dan inovasi kuliner buat kesehatan. Produk *fashion* yang partisipan minati diantaranya adalah produk baju muslim, aksesoris, dan aneka pakaian remaja.

3. Kemampuan Membaca Segmentasi Pasar

Untuk mengetahui kemampuan membaca segmentasi pasar siswa MAN 1 Banyumas, penelitian ini membagi dalam dua kondisi yaitu sebelum dan sesudah dilakukan pelatihan membaca segmentasi pasar. Kondisi sebelum dilakukan pelatihan akan menunjukkan kemampuan awal membaca segmentasi pasar partisipan, sedangkan kondisi setelah dilakukan pelatihan akan menunjukkan dampak dari pelatihan terhadap peningkatan kemampuan membaca segmentasi pasar partisipan. Dua kondisi tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebelum dilakukan pelatihan membaca segmentasi pasar ternyata beberapa partisipan sudah



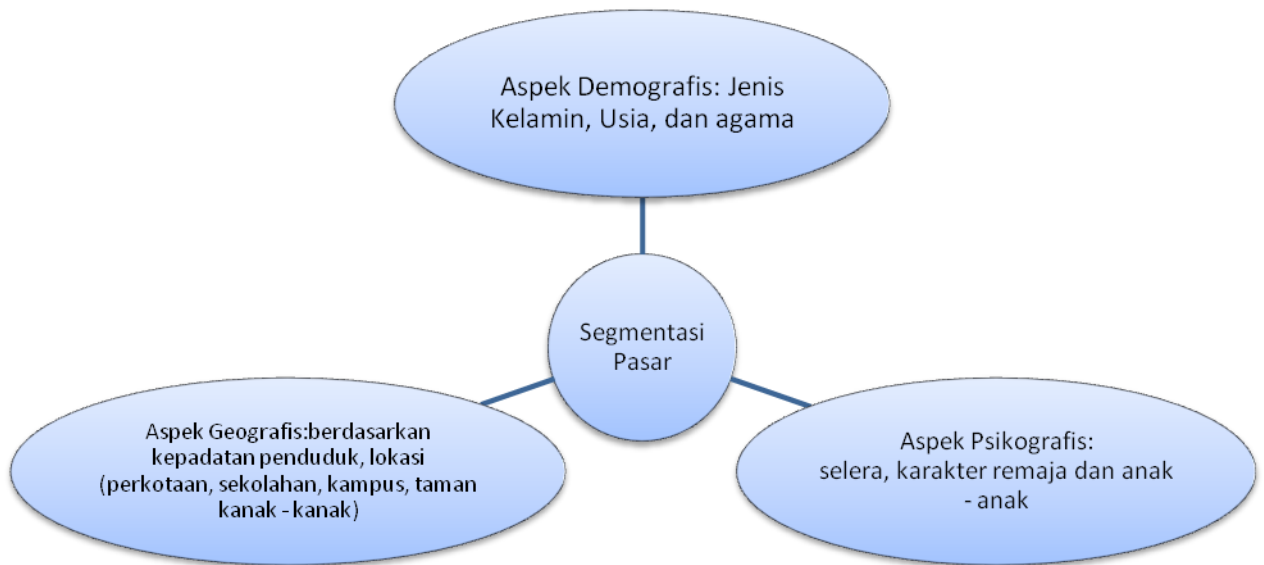
dapat menentukan produk untuk berwirausaha dan mampu menentukan segmentasi pasar walaupun masih secara sederhana. Partisipan menentukan segmentasi pasar hanya berdasarkan aspek demografis jenis kelamin dan usia dimana target konsumen yang dituju partisipan adalah remaja perempuan.

Tabel 3
Pendidikan Ayah dan Ibu Partisipan

Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
<ul style="list-style-type: none">• Partisipan hanya sebagian saja yang telah mampu menentukan produk untuk berwirausaha.• Partisipan mampu menentukan segmentasi pasar hanya berdasarkan aspek demografis jenis kelamin dan usia dimana target konsumen yang dituju partisipan adalah remaja perempuan.	<ul style="list-style-type: none">• Seluruh partisipan telah mampu menentukan produk untuk berwirausaha• Partisipan mampu menentukan segmentasi pasar hanya berdasarkan aspek demografis, geografis, dan psikografis.

Sumber: Data Primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis data juga didapatkan bahwa pada dasarnya siswa MAN 1 Banyumas sudah memiliki kemampuan dasar dalam membaca segmentasi pasar dari produk yang akan ditawarkan walaupun masih sangat sederhana. Oleh karena itu, setelah dilakukan pelatihan membaca segmentasi pasar partisipan dapat dengan mudah memahami dan menyadari arti penting segmentasi pasar. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3 dimana partisipan telah mampu membagi segmentasi pasar tidak hanya dari aspek demografis. Kemampuan partisipan dalam membagi target pasar setelah pelatihan sudah mampu melihat dari aspek demografis, psikologis, dan geografis. Secara terperinci, hasil dari metode *action research* dapat dilihat pada Gambar 3.



Sumber: Data Primer yang diolah (2016)

Gambar 3
Kemampuan Membaca Segmentasi Pasar Setelah Pelatihan

Gambar 3 menunjukkan bahwa partisipan dapat membagi segmentasi pasar kedalam tiga aspek. Tidak hanya aspek demografis, partisipan juga telah mampu membagi segmentasi pasar produk yang mereka tawarkan ke dalam aspek geografis dan psikografis. Indikator yang dilihat untuk membagi segmentasi pasar berdasarkan aspek demografis diantaranya jenis kelamin, usia, dan agama. Melalui aspek geografis, partisipan membagi segmentasi pasar berdasarkan indikator kepadatan penduduk dan lokasi. Adapun indikator yang digunakan partisipan untuk membagi segmentasi pasar diantaranya adalah selera, karakter remaja, dan anak-anak.

Kemampuan partisipan dalam membaca segmentasi pasar juga dapat dilihat berdasarkan target lokasi dan pangsa pasar dimana partisipan telah secara spesifik memilih lokasi dan target yang dituju. Lokasi spesifik yang ditargetkan diantaranya kampus dan

sekolahan. Partisipan mengasumsikan bahwa kedua tempat tersebut tepat bagi pemasaran produk partisipan baik berupa produk kuliner maupun fashion. Target yang dituju oleh partisipan juga tergolong spesifik karena partisipan telah dapat menentukan baik berdasarkan jenis kelamin maupun usia calon konsumen.

Selain dilihat berdasarkan melalui penentuan lokasi dan pangsa pasar, kemampuan partisipan dalam membaca segmentasi pasar juga terlihat dari kemampuan membuat strategi penjualan. Bahkan partisipan telah mampu membuat langkah-langkah penjualan yang terperinci. Strategi penjualan yang partisipan pilih diantaranya melalui penjualan secara *online*, ditawarkan langsung ke target konsumen, atau melalui perantara teman untuk dipromosikan. Untuk produk kuliner, partisipan memilih strategi penjualan melalui membuka warung sendiri, menitipkan di toko-toko, dan membuat kemasan yang menarik.



SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data mengenai minat berwirausaha dan kemampuan membaca segmentasi pasar, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Latar belakang pekerjaan orang tua partisipan terlihat dari mayoritas pekerjaan ayah partisipan bergerak yang bersentuhan dengan kegiatan wirausaha seperti pedagang dan wiraswasta. Adapun pekerjaan ibu partisipan mayoritas sebagai ibu rumah tangga.
2. Partisipan telah memahami makna dan arti wirausaha secara sederhana dimana partisipan juga telah mengetahui kelebihan dan kekurangan berwirausaha dengan sederhana pula.
3. Pengetahuan partisipan terhadap tokoh wirausaha sangat terbatas dan hanya wirausaha yang merangkap sebagai artis saja yang partisipan ketahui.
4. Seluruh partisipan dalam penelitian berminat melakukan wirausaha, tetapi hanya sebagian kecil saja yang telah berwirausaha.
5. Produk yang menjadi minat partisipan dalam berwirausaha hanya terbagi menjadi yaitu produk kuliner dan *fashion*.
6. Minat partisipan dalam berwirausaha ini telah didukung oleh kemampuan partisipan dalam membaca segmentasi pasar. Setelah dilakukan pelatihan, kemampuan membaca segmentasi pasar partisipan dapat dilihat melalui pemilihan produk, target konsumen, lokasi pemasaran, dan strategi penjualan yang sudah terperinci.

Terkait dengan kesimpulan tersebut, maka dapat disampaikan beberapa saran kepada beberapa pihak. Beberapa saran yang dapat disampaikan diantaranya sebagai berikut:

- a. Pihak sekolah diharapkan melakukan pendidikan

kewirausahaan dan mendirikan inkubator bisnis. Pelatihan–pelatihan terkait kewirausahaan dan membaca segmentasi pasar juga sangat diperlukan bagi siswa MAN 1 Banyumas baik dilakukan oleh pihak sekolah maupun kerjasama dengan berbagai pihak seperti Perguruan Tinggi.

- b. Pengetahuan yang kurang dari partisipan terhadap tokoh wirausaha harus disikapi dengan sosialisasi bertema–tema wirausaha baik mengenalkan sosok wirausaha maupun melalui profil usaha yang telah sukses.
- c. Untuk mendorong minat siswa berwirausaha, pemerintah sebaiknya memberikan insentif baik permodalan maupun pelatihan yang dapat mendorong siswa agar mau berwirausaha.
- d. Peran wirausaha dan pebisnis sukses dalam memotivasi siswa juga sangat diperlukan agar siswa mampu lebih memahami arti penting berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, I. N., Hadi, C., & Yuda, M. K. (2011). Mengenali Potensi Kewirausahaan (Menciptakan Lapangan Kerja) pada Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) dalam Menghadapi Persaingan Global melalui Pelatihan Potency and Entrepreneurship (PPE). *Jurnal INSAN Vol. 13 No. 03, Desember 2011* .
- Badan Pusat Statistik. (2013). *Keadaan Ketenagakerjaan Agustus 2012*. Retrieved from <http://bps.go.id>.
- Bambang. (2015). Telaah Implementasi Kebijakan Local Economic Development (LED) Di Jawa Tengah. *Jurnal Eko Regional Vol. 11 No. 2* .



- Chariri, A. (2009). *Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Laboratorium Pengembangan Akuntansi (LPA), Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Cravens, D. W. (1999). *Strategic Marketing, Alih Bahasa: Lina Salim, Edisi ke empat*. Jakarta: Erlangga.
- Cudanov, M., Jasko, O., & Savoiu, G. (2010). Interrelationships Of Organization Size and Information and Communication Technology Adoption. *Journal of Applied Quantitative Methods* 5 (1) .
- Gunara, T., & Sudibyoy, U. H. (2008). *Marketing Muhamad Saw*. Bandung: Madani Prima.
- Gunawan. (2015, Mei 19). *Makalah untuk Pertemuan Dosen UKDW yang akan melaksanakan penelitian pada tahun 2005*. Retrieved 2016, from <http://uny.ac.id>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2013). *APK/ APM PAUD, SD, SMP, SMA dan PT (termasuk madrasah sederajat) tahun 2012/2013*. Jakarta: Pusat Data dan Statistik Pendidikan, Kemdikbud.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing, Eleventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Lee, S. H. & Wong, P. K. (2004). *An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions; A Career Anchor Perspective*. *Journal of Business Venturing*, 19(1): 7-28.
- Madya, S. (2006). *Teori dan Praktik Penelitian Tindakan (Action Research)*. Bandung: Alfabeta.
- Mahesa, A & Rahardja, E. (2012). *Analisis Faktor - Faktor Motivasi yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha*. *Diponegoro Journal of management*, 1, 1, 130-137.
- Martowardojo, A. (2008). *Workshop wirausaha muda mandiri. Tidak diterbitkan*.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen (edisi ke sepuluh)*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT. Elex Komputindo, Kompas Gramedia.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Swastha, B. S. (1997). *Pengantar Bisnis Modern, Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.